



STSI soufflera ses 25 bougies en octobre 2021. C'est un positionnement original imaginé par Michel Fournier et développé par son fils Dimitri qui a conduit la PME sous-traitante à se faire une place sur des marchés exigeants. Chez STSI on transforme une idée en produit industrialisable, du dessin à l'assemblage jusqu'au conditionnement. Un maillon essentiel.

Un quart de siècle et la période Covid aidant, Dimitri Fournier prépare son prochain business plan. Ces dernières années, il a réalisé deux opérations de croissance externe, l'une pour acquérir un nouveau savoir-faire, le décolletage, l'autre pour augmenter ses capacités. « Avec Gillet décolletage, nous avons des marchés historiques en maroquinerie et en bijouterie, principalement via des entreprises qui nous confient des produits pour lesquels nous avons des savoir-faire précis. » STSI a aussi toujours répondu à des demandes de « moutons à cinq pattes », notamment en PLV et en agencement. Et en quelques années, la part d'activité pour les clients du secteur du luxe est passée de 4 à 12%. « Il y a plein de choses très intéressantes à réaliser », estime le président de l'entreprise. Le luxe sera donc l'un des deux marchés qui bénéficieront d'une attention toute particulière.

Accompagner les agences, les décorateurs

STSI orchestre un projet complet. Le bureau d'études est une véritable force de propositions qui s'appuie sur des savoir-faire tels que le fraisage, l'usinage, le décolletage, la métrologie, et écrit les gammes pour une industrialisation

“ Bon ne suffit pas. ”

Dimitri Fournier

Président

STSI

Dannemarie-sur-Crête (25)

clé-en-main. Et pour que la partition soit complète, il puise l'inspiration dans son réseau de partenaires qui apportent les compétences complémentaires nécessaires au projet.

« Bon ne suffit pas. Une pièce doit être précise et belle. Nous devons apporter quelque chose de différent. »

Alors, crise ou pas crise, le dirigeant investit : un nouveau bâtiment pour offrir de nouvelles conditions de travail aux salariés, une machine d'usinage et de contrôle.

« Nous avons réalisé des pièces pour les vestiaires de restaurants étoilés, des objets pour les arts de la table ou la décoration, des présentoirs pour la haute horlogerie suisse. Nous partons de pas grand-chose. Une volonté, un désir de réaliser de beaux projets mais quand on y réfléchit, ce sont les rencontres humaines qui font la différence. Et lorsque je me promène sur les Champs-Élysées et que je vois mes produits dans les vitrines, je suis fier de mes équipes. »

Une place pour les jeunes

« Je me bats depuis très longtemps pour les jeunes. À notre niveau, nous avons toujours eu beaucoup de stagiaires et d'apprentis. Post Covid nous sommes montés à six stagiaires. Des stages de deux à trois semaines, des deux mois, des six mois, des Bac pro, Bac+2, Ingénieur des écoles de commerce ou d'ingénieurs... un peu de tout et dans tous les services. Je n'ai pris que des jeunes qui avaient le sourire et la pêche. Après le premier confinement, ils ne trouvaient pas de stages et nous, nous avions le moral un peu en berne. Ils nous ont apporté leur fraîcheur et un bel élan, ça a été une expérience super enrichissante pour nous tous. C'est aussi cela le rôle sociétal d'une entreprise. »

Dimitri Fournier est un membre actif du CJD depuis plus de quinze ans. Depuis quelques années, il s'investit également au sein du réseau Entreprendre. « En tant que chef d'entreprise c'est intéressant et important d'aider ceux qui ont des idées de reprise ou de création. C'est notre rôle. »

STSI

1996

Création de STSI

33 personnes

moyenne d'âge

34 ans

2000

Arrivée de Dimitri Fournier

Objectif : **20%**

d'activité avec le marché du luxe