

SÝNIA

SYLVAIN MAILLARD : ENTREPRENDRE AU SERVICE DES HOMMES, D'UNE RÉGION ET DES MARQUES

GRAND GAILLARD TOUJOURS SOURIANT, SYLVAIN MAILLARD A MIS SON INCROYABLE VITALITÉ AU DÉVELOPPEMENT DE SA SOCIÉTÉ DE FABRICATION DE DOMING, SANS JAMAIS PERDRE DE VUE, QU'AU-DELÀ DE LA **TECHNOLOGIE**, C'EST **L'HUMAIN** QUI EST AU CŒUR DE L'ENTREPRISE.



SYLVAIN MAILLARD EST LE DIRIGEANT DE L'ENTREPRISE SÝNIA, LEADER EUROPÉEN DE L'ÉTIQUETTE ADHÉSIVE EN RELIEF, DITE AUSSI DOMING, QUI EST INSTALLÉE À LAVÉRUNE DANS LA PÉRIPHÉRIE DE MONTPELLIER. Il gère aussi la société Covering Care, spécialisée dans l'habillage des flottes et des points de vente, et est engagé dans plusieurs associations : FESPA France (dont il est le vice-président), Fondation Agir contre l'Exclusion ou encore le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD), dont la ligne directive est « L'économie au service de l'homme ». Cet axe structure toute la pensée entrepreneuriale de Sylvain Maillard, qui souhaite, par sa pratique et à son échelle, contribuer à une transformation de la société et de la production.

• UN PARCOURS PROGRESSIF

D'abord stagiaire chez Sýnia, il en prend la direction 9 ans plus tard. Sylvain Maillard est en effet entré dans l'entreprise

Sýnia en 2005 comme stagiaire, après une reprise d'études en alternance en BTS Négociations relations commerciales. Il valide son diplôme, puis est embauché comme force de vente. Il évolue en directeur commercial et, alors que l'entreprise va mal et est mise en liquidation judiciaire, il décide de la racheter. En 2014, il en devient le dirigeant et se donne l'objectif de la faire revivre, et plus encore, de la développer à la hauteur de son potentiel. « Sýnia s'est affirmée comme leader dans son domaine, mais c'est loin d'être sa seule réussite. Pour moi, une entreprise qui

LA RENTABILITÉ EST INDISPENSABLE, MAIS ELLE N'EST PAS L'UNIQUE BUT À ATTEINDRE

réussit, c'est une entreprise qui se distingue sur quatre plans : le plan social, le plan sociétal, le plan environnemental, et le plan économique. La rentabilité est indispensable, mais elle n'est pas l'unique but à atteindre », exprime Sylvain Maillard. En huit ans, Sýnia est passée de huit à vingt collaborateurs, avec une croissance annuelle de 30 %, excepté pendant la pandémie. Cependant, cette période a été mise à profit, car elle a permis aux équipes R&D d'approfondir la démarche de responsabilité environnementale de l'entreprise.





+ SAVOIR-FAIRE, INNOVATION ET CONFiance

Pour remettre Sÿnia sur pied, Sylvain Maillard a d'abord entrepris de redéfinir ses valeurs fondatrices. « Nous les avons choisies avec l'ensemble des collaborateurs, car elles devaient être le socle de la renaissance de Sÿnia. Nous avons capitalisé, recruté et communiqué sur ces valeurs : savoir-faire, innovation et confiance. Notre savoir-faire, c'est notre expérience : nous maîtrisons le doming de A à Z, c'est notre spécialité, nous en sommes les leaders. L'innovation, c'est notre ADN. Chaque année, nous innovons avec de nouveaux produits pour répondre aux demandes des clients ou pour inspirer leurs futures créations. La confiance, c'est ce qui nous lie : entre collaborateurs dans l'entreprise, avec nos fournisseurs pour une réussite partagée, avec nos clients dans un partenariat vertueux, avec l'État et les collectivités pour valoriser l'industrie française... La confiance scelle des relations pérennes. » À la notion de RSE, Sylvain Maillard préfère celle de Performance globale, qui réunit les pôles évoqués précédemment : social, sociétal, environnemental et économique.

+ DES ENGAGEMENTS SOUTENUS PAR DES LABELS ET CHARTES

Parmi les actions de Sÿnia, deux illustrent particulièrement la politique impulsée par Sylvain Maillard : un recrutement ciblé dans les quartiers prioritaires de la ville (QPV) de Montpellier et le label Lucie 26000 pour valider ses engagements écoresponsables. « Nous avons décidé de nous emparer du sujet du chômage dans les QPV en signant une Charte Entreprises & Quartiers avec la Métropole et la Préfecture. Nous recevons donc un maximum de stagiaires de troisième et de demandeurs d'emploi, et nous axons nos embauches dans ces quartiers. »



Pour la partie environnementale, Sÿnia s'est hissée au niveau des normes RSE mondiales. Elle a obtenu le très exigeant label Lucie 26000 et bénéficie d'une note Ecovadis Or.

+ DES INNOVATIONS POUR CHANGER LE MONDE

Hyperactif sur la scène de l'innovation, Sylvain Maillard affiche ses objectifs : contribuer à changer le monde via ses entreprises. Cela a commencé, en 2015, par révolutionner l'échantillonnage de parfum grâce au doming olfactif. Les grands noms de la beauté ont été séduits par la solution de Sÿnia : Dolce & Gabbana, Burberry, Azzaro, Lancôme, Paco Rabane, Givenchy, Dior, YSL, Hugo Boss... Tous l'ont adoptée. En 2022, Sÿnia a développé le doming mat, en réponse aux sollicitations des marques qui en avaient besoin pour la présentation des couleurs de fonds de teint et de rouge à lèvres sur les PLV des magasins. La dernière de ses innovations, brevetée le 18 février 2022, est une résine biosourcée. « Aujourd'hui, les résines auxquelles l'industrie du doming a recours sont issues de matières premières fossiles. Nous voulions utiliser des matières renouvelables pour répondre aux demandes des donneurs d'ordres, en attente de solutions plus vertueuses. C'est une première, et nous sommes fiers d'avoir pris ce virage en avance. Nous sommes les seuls à proposer ces résines biosourcées. C'est

une innovation qui révolutionne le monde de l'imprimerie et de l'étiquette en relief. Et comme, bien sûr, nous ne pouvions pas nous résoudre à utiliser des supports PVC avec cette résine, nous avons aussi innové en développant une étiquette doming avec résine biosourcée et sans support PVC. »

Changer le monde commence à petite échelle : à celle d'une personne, d'une entreprise, d'un secteur... C'est ce à quoi aspire Sylvain Maillard en développant Sÿnia comme il le fait, en synergie avec ses collaborateurs, ses partenaires, les marques et les institutions.

