



ARNAUD VELTHUIZEN

HOMME DE CONTACT MULTICULTUREL

Directeur général
de Kyocera Document
Solutions France

Ambitieux, curieux, en quête de nouvelles expériences, Arnaud Velthuizen vit une passion : entraîner ses équipes, les motiver pour développer ensemble des projets d'entreprise et être au plus près de ses clients.

Dans le VII^e arrondissement de Paris, un jeune homme de 23 ans d'un pas alerte use ses semelles en faisant du porte-à-porte.

Sa mission : vendre des photocopieurs de marque Xerox à des notaires, des avocats, des clients ayant pignon sur rue. Le jeu – pour lui, c'en est un – amuse beaucoup Arnaud Velthuizen qui, au-delà du produit, est davantage intéressé par le contact direct. Ce qu'il ne sait pas alors, c'est que ce liant qu'il crée de manière naturelle et spontanée le propulsera, dix-sept ans plus tard, responsable des ventes à la direction générale de Kyocera France. Une belle ascension pour ce natif de Bruxelles, arrivé en dans l'Hexagone à 19 ans. Son succès, il le doit à sa grande capacité d'adaptation, une qualité qui lui vient probablement de son enfance. « *Ma famille et moi avons déménagé une quinzaine de fois car mon père se déplaçait souvent pour le compte d'une entreprise*

américaine. J'ai donc suivi mes études dans plusieurs établissements : au départ en Belgique, puis aux Pays-Bas et aux États-Unis. Lorsque mon père pose ses valises en France, j'ai 19 ans et je m'inscris à l'ISC de Paris. Depuis, mis à part quelques courts déplacements professionnels, je suis sédentaire. »

À 40 ans, Arnaud Velthuizen est fier et satisfait de diriger une structure à taille humaine. La filiale de Kyocera compte en effet quatre-vingt douze collaborateurs dont l'objectif est de faire partie, d'ici à trois ans, des cinq grands acteurs du marché de l'impression, puis de briguer le podium dans cinq ans. Une ambition en phase avec la volonté, la motivation et l'engagement fort du directeur général. Un homme déterminé au management

REPÈRES

Arnaud Velthuizen est né le 31 août 1974 à Bruxelles. Marié, deux enfants

ÉTUDES

1997 – Diplômé de l'Institut supérieur de commerce de Paris

PARCOURS

1997 – 2001 : responsable, puis manager des ventes, Xerox
2001 – 2008 : responsable des ventes grands comptes puis directeur commercial, Newworks
2008 – 2014 : responsable des ventes indirectes, directeur commercial, puis directeur général de Kyocera Document Solutions France

directif et exigeant, mode de fonctionnement qu'il s'impose à lui-même. Il sait se faire comprendre d'un simple regard en cas de dérive mais respecte trop l'individu pour se laisser aller sur le terrain de la colère. Arnaud Velthuizen est un homme accessible, ouvert, compréhensif. Il aime le contact, partager. Voir progresser son équipe, lire la motivation dans les yeux de ses managers, sont des éléments moteurs qui le font avancer. « *Comme le dit le Dr. Inamori, fondateur de Kyocera : "Le succès repose sur l'attitude, les compétences et les efforts". Le plus important, c'est l'attitude. Donc, dans le recrutement, je privilégie les vertus humaines aux valeurs techniques, je choisis des personnes capables de construire des projets en équipe, de faire grandir un tout* », exprime-t-il. Mais avant d'en être arrivé à cette prise de recul, à cette entrée dans





« Dans le recrutement, je privilégie les vertus humaines aux valeurs techniques, je choisis des personnes capables de construire des projets en équipe, de faire grandir un tout. »

J'AIME...

FILMS : « Douze hommes en colère », de Sidney Lumet

METTEUR EN SCÈNE : Quentin Tarantino

ACTEUR : François Cluzet

ACTRICE : Jodie Foster

CHANTEUR : Jacques Brel

MUSICIENS : Mark Knopfler, Charlie Parker

ÉMISSION DE TV : « Faites entrer l'accusé »

LIVRE : « Le Désert des Tartares », de Dino Buzzati

ÉCRIVAIN : Yan Gérard, auteur de « 676 », éd. Points

POÈTE : Boris Vian

PEINTRE : Piet Mondrian

PASSIONS : échecs et œnologie

LA QUALITÉ QUE J'APPRECIÉ

LE PLUS : l'audace



la phase de maturité, Arnaud sait qu'il doit sa réussite à Xerox, qui lui a tout appris. Sans complexe, à 23 ans, il envoie son C. V. au géant américain, spécialiste de l'impression, davantage pour s'initier au monde de la vente que par intérêt pour le secteur de l'informatique.

Il vend des photocopieurs mais cela aurait pu être un tout autre produit

« Xerox est une formidable école et, grâce à cette entreprise, je progresse en m'impliquant après la vente, dans le marketing ; surtout, à 26 ans, je me découvre là un goût pour le management qui ne m'a jamais quitté. » En 2001, un recruteur lui ouvre les portes de Newworks, une jeune pousse installée en France et en Suisse spécialisée dans la vente de services autour de l'impression, de la création à la production des documents. Arnaud Velthuizen rejoint une équipe de neuf personnes et débute dans la vente de solutions. Il découvre le secteur du luxe : l'horlogerie, la joaillerie... Là encore, ce sont les contacts qui l'intéressent le plus. Nommé directeur commercial trois ans après son entrée, il s'épanouit, contribue au développement de la start-up. L'équipe grossit vite et passe à quatre-vingts collaborateurs. Arnaud fête ses 34 ans et le besoin de connaître une nouvelle expérience commence à le démanger... C'est ainsi qu'il rencontre Takahiro Sato, directeur général de Kyocera Document Solutions France qui, nommé président pour l'Europe, cherche un successeur. « De mon côté, je veux travailler au siège européen situé aux Pays-Bas, mais lorsque Monsieur Sato veut que je m'investisse dans le développement de la filiale française d'une

entreprise japonaise, j'achète immédiatement ! », explique Arnaud. Il y a tout à faire, la filiale doit combler son retard, redynamiser les ventes, développer un réseau de distributeurs en région. Ses premiers pas, il les accomplit en tant que responsable d'une dizaine de collaborateurs en vente indirecte. Un an plus tard, il devient directeur commercial et dirige une trentaine de personnes. Depuis avril 2014, comme prévu, il est directeur général. « Si j'ai été choisi par Monsieur Sato, c'est parce que ma facilité d'adaptation vient de mon parcours qui me permet de travailler en "mode PME" pour le compte... d'une entreprise internationale qui emploie soixante treize mille salariés », explique Arnaud. Et cette culture si différente le séduit, lui qui aime les contacts, les relations humaines. « Chez Kyocera, comme dans toute entreprise japonaise, la pression n'est pas la même que dans une société américaine, par exemple, car on travaille sur le long terme.



« À 26 ans, je me découvre un goût pour le management qui ne m'a jamais quitté »

Le cadre de travail est basé sur des principes de fidélité, de loyauté. » Sauf que notre directeur général évolue toujours dans l'impression même si Kyocera a développé une solution globale bâtie sur du matériel, du logiciel et des services. Est-ce pour le rassurer ? « Sans doute, mais avoir évolué dans des cultures différentes me donne le sentiment de découvrir à chaque fois des environnements distincts, de vivre des expériences nouvelles tant sur le plan produits que sur les échanges relationnels avec mes collaborateurs et mes clients. »

Le management par la philosophie

Et cette culture située aux antipodes de la sienne le séduit. « Je pousse mes collaborateurs dans leurs retranchements : je les oblige à me suivre et cela peut parfois être mal vécu, alors que mes intentions ne sont pas de brusquer. De même, étant exigeant, j'ai tendance à reporter mon stress sur mon équipe. Des points sur lesquels je travaille », reconnaît-il. Pour bâtir un esprit d'équipe, la filiale française a mis en place, avec l'accord de Monsieur Sato, des séminaires de philosophie trimestriels aux contenus inspirés d'un ouvrage du fondateur de Kyocera, le Dr. Inamori. « Nous nous appuyons sur ses écrits et échangeons sur les principes de vie comme : Quelles sont les conséquences de mes actes ? Quel sens donner à mon travail quotidien ? » Aucune obligation d'y participer et pourtant les ateliers sont pleins, affirme le directeur général ! De retour chez lui, il retrouve avec sérénité sa famille à laquelle il tient à consacrer du temps. Certes, il doit se plier à la lecture chronophage des e-mails, au travail à finaliser après le dîner mais il sait se déconnecter. Ce mode de vie est d'ailleurs en harmonie avec une culture japonaise qui respecte la vie privée. Il n'a que quarante ans et soif de découvertes. « Curieux de nature, j'ai besoin d'apprendre ; un jour, je m'établirai à l'étranger car c'est cohérent avec ce que j'ai vécu durant mon adolescence ». À suivre, donc... ■