



SERAM

ENTRETIEN AVEC HERVÉ DURAND, PDG DE SERAM



Chez Seram, qu'est-ce que l'innovation ?

L'innovation chez SERAM se décline autour de 3 piliers :

- Le design d'abord où elle est synonyme de créativité et donc de renouvellement des collections ;
- La technologie ensuite, nécessaire à la confection de nos packagings de luxe ;
- Enfin l'amélioration des process notamment en matière de logistique internationale, l'un de nos cœurs de métiers.

Et l'international ?

Notre marché de niche exige que nous soyons proches de nos clients dans des pays à fort potentiel. Nos filiales commerciales à Hong Kong, New York et Rio sont toutes animées par des expatriés, qui relayent notre stratégie, et renforcées par des équipes locales. Cette organisation nous permet d'intégrer la culture et les particularismes nationaux. Petit à petit, notre ambition est d'être un local parmi les locaux !

Comment réussissez-vous à concilier développement et engagement responsable ?

Depuis longtemps, nous souhaitons être exemplaires dans le domaine éthique. C'est une notion que nous avons intégrée au cœur de notre organisation dès le début des années 90, lorsque nous avons décidé de créer nos propres filiales de production pour ne pas sous-traiter les opérations d'assemblage.

Aujourd'hui, chacune des filiales de production en Chine, au Sri Lanka et à Madagascar est audité régulièrement par des organismes spécialisés indépendants et obtient les notations les plus élevées des standards internationaux.

Par ailleurs, chaque année, nous dédions un budget à l'amélioration permanente des conditions de travail et de vie des collaborateurs dans les usines à l'étranger, au financement de projets ou à des associations qui aident la population locale grâce à la reconstruction de villages, la rénovation d'écoles ou la distribution de livres aux enfants.