

Vous ai-je jamais
parlé de l'époque

Mikko Iivonen

Des gens qui n'ont jamais rencontré Mikko Iivonen savent, d'une manière ou d'une autre, quelque chose de lui. Soit ils ont entendu parler du Directeur de la R&D, de la Recherche et des Normes techniques de Rettig IC, soit ils ont lu quelque chose sur lui ou l'ont vu dans la nouvelle campagne 15 %. Il est sans doute la personne la plus improbable que l'on puisse imaginer pour incarner une campagne de marketing. En privé, il a un ton mesuré, est sans prétention et modeste, et ressemble à un scientifique heureux de s'adonner à sa passion pour la technologie. Alors, se sent-il à l'aise d'être aux premières loges de la nouvelle campagne 15 % ?

“Pas de problème, on me l'a demandé et j'ai dit oui”, répond sobrement Mikko. “Mon rôle est de communiquer la vérité au marché et c'est une façon de partager les informations donc, oui, cela fait aussi partie de mon rôle. La vérité est que l'idée des 15 % est excellente, mais se focaliser sur un seul chiffre peut représenter un défi. Bien sûr, tous les bâtiments sont différents avec des isolations, des exigences de chauffage différentes, et ainsi de suite. Les 15 % sont une règle approximative, et les économies à faire peuvent souvent s'avérer encore plus importantes. Mais nous avons pensé qu'il était temps de prendre position, d'expliquer les chiffres, d'exposer les faits scientifiques. Et c'est ma spécialité, si l'on peut dire. Donc mettre mon visage sur les faits ne m'a pas posé de problème.”

LE MONDE ENTRE VOS MAINS AVEC LE JOB IDÉAL

Êtes-vous notre chaînon manquant ?

Entreprise innovante et leader sur le plan mondial dans le domaine des radiateurs et du chauffage par le sol, Purmo Radson est toujours à la recherche de candidats dynamiques et énergiques pour développer son entreprise.

Êtes-vous cette personne prête à relever le défi, en quête d'un job polyvalent avec des possibilités de développement personnel et d'évolution indépendante? Veuillez consulter www.radson.com/postesvacants et découvrez les possibilités qui s'offrent à vous.

Nous espérons vous accueillir bientôt à Purmo Radson.

RADSON 
clever heating solutions



Dans l'industrie du chauffage, il y a traditionnellement eu une "rivalité amicale" entre le chauffage par le sol et les radiateurs panneaux. Cette opposition a autrefois signifié que vous pouviez seulement recommander l'un ou l'autre, rarement les deux. Le fait que Purmo Radson fournisse (et maintenant fabrique) les deux systèmes provoquait des sourires et des discussions animées dans toute l'entreprise. Mais comme la sagesse le recommande désormais, les deux systèmes sont le choix idéal, où en est la campagne 15% tant annoncée et les recherches Pro Radiateur avant elle ? "La science est là", affirme Mikko, "les recherches sont toujours valables, les preuves sont toujours des preuves", dit-il. "Les radiateurs sont encore plus performants dans l'obtention des gains de chaleurs et ils montrent des pertes de chaleur plus faibles. Au cours des 30 dernières années, les consommateurs ont souvent été manipulés, d'un point de vue marketing, sur les avantages du chauffage par le sol. La question du confort a été déterminante, toujours mise en avant par contraste avec les points négatifs des radiateurs. Mais maintenant, dans les bâtiments à faible consommation d'énergie, le marketing a changé ; ils sont maintenant poussés en termes d'économies sur le plan énergétique."

La meilleure façon de mettre un scientifique au défi est de prétendre une chose qui ne serait pas corroborée. En 2008, Mikko et un groupe de chercheurs se sont mobilisés pour enquêter sur des affirmations à l'encontre des radiateurs. Les résultats sont attestés dans le document "Pro Radiateur", une défense basée sur des faits qui retrace deux ans de collecte de 140 arguments sur le terrain. En bref : cela a enfin permis d'enterrer de nombreux mythes et a mis à jour un certain nombre de

différences remarquables entre les émetteurs de chaleur dans les bâtiments à faible consommation énergétique en utilisant des basses températures d'eau. Les recherches ont été récemment développées dans la campagne 'économies de 15 % d'énergie' "qui a facilité le travail de la force de vente", dit Mikko. "Nous recevons beaucoup de réactions positives : les recherches sont désormais plus faciles à comprendre, les faits sont plus faciles à expliquer", dit-il. "Ce qui est bien entendu une excellente nouvelle. Et pour les clients qui veulent aussi du chauffage par le sol, nous sommes bien sûr en mesure de l'offrir aussi."

PARLER LE LANGAGE DE LA VENTE

Rettig ICC a une structure classique front office/back office, avec une division entre les ventes & le marketing d'un côté et les achats, la production, la logistique et les opérations de l'autre. La seule personne qui opère simultanément sur les deux fronts est sans doute Markus Lengauer, le PDG. Mais Mikko Iivonen a une histoire avec les ventes qui remonte à ses premières années d'étudiant.

"J'avais 20 ans et étudiais à l'Université Technologique d'Helsinki (UTH)", explique Mikko, "le CVCA et la technologie de production mécanique industrielle. Et j'ai pris un job d'été dans le sud-ouest de la Finlande dans une usine de radiateurs, des radiateurs soudés à l'ancienne, à la main. À cette époque,

j'ai aussi prêté main forte aux forces de vente, je les ai aidées à planifier des systèmes de chauffage, et cela m'a vraiment donné une bonne expérience pratique, une réelle perspective sur la façon de travailler des vendeurs, leurs besoins et leur façon de penser. Je me suis donc toujours rendu compte qu'ils avaient besoin de données claires pour travailler, et c'est ainsi que je pouvais aussi les aider.

En même temps, je travaillais en tant que chercheur à l'UTH, enseignant le CVCA à des étudiants plus jeunes et, en 1982, j'ai été invité par le propriétaire de Lämpölinja Oy à intégrer son entreprise en Finlande. Peu de temps après, celle-ci a été rachetée par Rettig

Dans les coulisses de la campagne 15%

ICC et je fais partie de la famille depuis lors", sourit Mikko. Donc comment un esprit technique s'exprime-t-il dans un monde de production en série ? "Ah, cela va évidemment très bien. Naturellement, quand j'étais jeune, j'étais fasciné par les moteurs, les mettant en pièces, en appliquant la même logique, la même curiosité aux éléments de chauffage. C'est la raison pour laquelle j'ai choisi mes études, pour comprendre comment ces pièces sont là et pourquoi." La progression

naturelle a conduit Mikko au développement de produits, là où le design a rendez-vous avec la technologie. « Oui, j'étais impliqué dans les systèmes de valves intégrées », dit-il, "et les ailettes de radiateurs convecteurs, leur forme et leur position, j'ai toujours été fasciné par les questions portant sur le design."

DES CHOIX CLÉS TOUCHENT UNE CORDE SENSIBLE DANS LA VIE

Son histoire aurait pu cependant être sensiblement différente si une autre histoire d'amour précoce avait abouti. "Ah oui !" s'exclame-t-il. "L'Académie de Musique." Un bref aperçu du CV technique d'un homme modeste. "J'allais aussi devenir musicien", explique Mikko. "Le synthétiseur, le hard rock et l'orgue Hammond, bien sûr j'étais dans un groupe et évidemment nous allions être célèbres, comme mes héros, Uriah Heep et Led Zeppelin.

Mais c'était il y a bien longtemps, quand j'avais des cheveux", poursuit-il, "et peut-être n'étions-nous pas en fait aussi géniaux. De plus je suis très heureux de la voie qui a été la mienne.

J'ai une super famille, deux garçons et comme toutes les familles finlandaises on fait du ski de fond, en été on va dans notre maison de campagne et je fais aussi de la voile. Et du golf." Il semble qu'il y ait beaucoup plus à dire à propos du Directeur de R&D, Recherche & Normes Techniques que ce qui saute aux yeux en premier lieu. "Ah, il y a beaucoup à dire", sourit-il, "vous ai-je jamais raconté l'époque où j'étais dans une campagne de publicité très réussie ?"