

BRUNO BOUYGUES EN A FAIT UN FLEURON POUR L'EXPORT

GYS champion de l'industrie au pas de charge !



Avec ses produits «made in France» à la pointe de la technologie, l'industriel mayennais prouve que notre industrie peut s'imposer au niveau mondial.

«EN OUVRANT LES FILIALES ALLEMANDES ET ANGLAISES, NOUS NOUS CONSTITUONS UN MARCHÉ DOMESTIQUE ÉLARGI DE 200 MILLIONS DE PERSONNES».

Bruno Bouygues

batterie, le fleuron cartonne à l'export. Depuis son siège en mayenne de Saint-Berthevin et avec ses 5 filiales (à Aix-la-Chapelle, en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Inde et à Shanghai), elle réalise 50% de son activité à l'export dans 112 pays, et ambitionne même d'atteindre rapidement 75%.

Des produits technologiques

À coups d'investissements et de redéploiement, la PME est devenue une pépite de 500 salariés. «L'innovation n'est pas géolocalisée dans une région ou dans un pays. Toute entreprise peut être très innovante dans son domaine, si elle arrive à trouver des débouchés commerciaux et à attirer des talents. Chez GYS, nous avons une conception très allemande de l'innovation. Nous essayons d'accumuler et d'acquérir des compétences et des savoirs technologiques dans le temps. Chez nous, l'innovation est tout autant une innovation des processus de fabrication qu'une innovation produit. Nous avons développé une philosophie industrielle basée sur l'intégration verticale de la fabrication de tous nos semi-ouvrés dans un campus industriel. Cette philosophie nous permet de mieux nous différencier à chaque étape de fabrication, d'être plus réactif et d'avoir un contrôle qualité rigoureux. Notre positionnement actuel, des produits de qualité innovants et haut de gamme, est la résultante d'un chemin parcouru pendant 18 ans dans lequel nous avons beaucoup investi sur nos outils industriels et sur nos collaborateurs», insiste Bruno Bouygues, qui codirige le groupe aux côtés de son père.

GYS fabrique 3 gammes de produits : des postes de soudage à l'arc

C'est un champion de la nouvelle génération industrielle. Retenez bien son nom, GYS, passé de 50 à 500 salariés. Leader des postes de soudage et de chargeurs de

Créée en 1964 par Guy Yves Stephany, l'entreprise se positionne sur les chargeurs de batterie et les postes de soudage. Nicolas Bouygues (frère de Martin, le patron du groupe Bouygues) et son fils Bruno la rachètent en 1998.

Volkswagen est bluffé !

Après Renault, PSA, Mercedes et General Motor, GYS a signé en septembre dernier un partenariat avec Volkswagen portant sur la fourniture de postes de soudure innovants, qui reconnaissent le type d'acier à traiter, pour les concessionnaires de la

marque. «Ce partenariat est un magnifique faire-valoir de nos savoir-faire. Nos relations commerciales devraient arriver à maturité d'ici une grosse année. Depuis plusieurs années, nos grands comptes automobiles, notamment Renault et PSA, nous tirent vers le haut à

l'international. Il est évident qu'une PME bénéficie à plein de l'effet monde des grands groupes quand elle est dans leur sillage», note Bruno Bouygues, prouvant ainsi que les Allemands ne sont pas les seuls à concevoir de bonnes machines-outils.





>> Depuis Saint-Berthevin, en Mayenne, et avec 5 filiales (à Aix-la-Chapelle, en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Inde et à Shanghai), GYS réalise plus de 50% de son activité à l'export dans 112 pays.

UN MODÈLE D'ETI

CA: **64 M€**
dont **50%** à l'export
dans **112** pays
5 filiales à Aix-la-Chapelle, en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Inde et à

Shanghai
500 collaborateurs
Actionnariat:
Nicolas et Bruno Bouygues
Concurrence: Air Liquide Welding, Saf-Fro, Telwin...

(70% de la production), des chargeurs de batterie (15%), et des équipements pour la réparation automobile (15%), tous «bourrés» de technologie. Des gammes différenciées avec des perspectives et des marchés segmentés pour la PME qui réalise deux tiers de son CA dans l'industrie et un tiers dans l'automobile. Et malgré une conjoncture du marché automobile encore tendue, GYS affiche de bons résultats. «Nous avons réalisé une bonne année 2014, avec une progression organique de 7%. Sur 2015, nous sommes confiants dans notre capacité à progresser, notamment à l'export car le terrain de jeu est immense. Surtout, nous commençons à bénéficier de l'effet positif de la baisse de l'euro/dollar. Sans oublier la très forte croissance de nos marchés en Afrique qui compense les difficultés dans les zones russo-phones où la demande s'est affaiblie».

Un marché domestique à grande échelle

Face à la concurrence mondiale, le groupe mise à la fois sur son formidable département R&D, où œuvrent 60 ingénieurs, et son usine, un bijou de technologie. «Notre usine est très intégrée et bien équipée en automate et robot, que ce soit en production ou au centre de recherche. Dans notre cœur de métier, notre offre ne s'étend pas encore au générateur de soudage connectable aux robots, mais donnez-nous encore 18 mois et nous devrions avoir finalisé nos premières affaires», promet le dyna-

mique entrepreneur. De quoi grignoter des parts de marché à l'export avec l'ouverture d'autres filiales (4 à ce jour, Inde, Chine, Allemagne, Angleterre).

Pour l'ETI mayennaise, les frontières de l'Hexagone sont définitivement trop étroites! «65 millions de personnes est un marché trop petit pour faire vivre une usine ayant des savoir-faire technologiques importants. Dans cette optique, nous avons ouvert les filiales allemandes et anglaises pour constituer un marché domestique de 200 millions de personnes», insiste le codirigeant, plus souvent en avion, afin d'ouvrir de nouveaux marchés, qu'en Mayenne. L'ouverture de la filiale en Allemagne avait un double objectif: prendre des parts de marché et être un laboratoire technologique pour mieux se positionner par rapport à une offre allemande percutante. Une réussite qui a conduit l'entreprise à réitérer la démarche, cette fois en Grande-Bretagne. «Prendre des parts de marché et être un laboratoire des prix. Il n'y a pas autant de fabricants anglais que de fabricants allemands dans notre industrie. En revanche, il y existe de nombreux importateurs de produits asiatiques! En ouvrant la filiale anglaise, nous prouvons qu'il existe encore une réalité industrielle à fabriquer en France et vendre en Angleterre en restant compétitif».

À la conquête du monde

Pour GYS comme pour tous les acteurs industriels, la Chine représente un marché majeur, notamment pour

Bruno Bouygues, qui a fait une partie de ses études à Singapour. C'est lui d'ailleurs qui y a implanté les deux belles filiales du groupe. «La première est une très belle entreprise de production qui conçoit et fabrique des produits adjacents à ceux fabriqués en France; la deuxième est une entreprise de distribution qui importe des produits très haut de gamme fabriqués en France», indique le jeune patron, dont l'épouse coréenne est Partner chez McKinsey.

Mais pas question de délocaliser la production hors de Laval. En témoigne la phase d'expansion du campus industriel sur 40.000 m² dès 2016. Sur ces terres, Bruno Bouygues invite volontiers clients, partenaires et distributeurs à visiter son complexe industriel de premier plan, le plus important d'Europe de l'Ouest dans le domaine de la production d'équipements de soudure. «En revanche, si la question est de savoir si nous souhaitons avoir des outils industriels dans d'autres pays à moyen terme, la réponse est oui», dévoile l'industriel français au parcours exemplaire et qui peut donner bien des idées...

Marie Simonnetti