

RÉGIONS - 13/06/2012 | 16:29 - 558 mots

## GYS, l'entreprise familiale qui a su s'adapter au modèle allemand

Denis Kerdraon. Correspondant à Nantes

**Forcée de s'adapter très vite au marché allemand, GYS a su utiliser les exigences des constructeurs automobiles pour se développer. Cette société mayennaise à quelques kilomètres de Laval spécialisée dans les postes de soudure et les chargeurs vient du coup d'inaugurer à Aix-la-Chapelle une nouvelle filiale commerciale.**

Bruno Bouygues pourrait décomplexer bon nombre d'entrepreneurs français. Loin de regarder avec envie le modèle industriel allemand, le directeur général de GYS a su au contraire s'en servir pour bâtir sa stratégie de développement à l'international. Pour cette PME mayennaise, spécialisée dans la conception et fabrication de postes de soudure, de chargeurs de batterie et d'équipements pour la réparation automobile, l'aventure allemande commence il y a une dizaine d'années. « Nous sommes arrivés avec nos produits. Mais notre importateur allemand a fait faillite. Constatant que le marché allemand était un marché de production, nous avons donc pris la décision de créer une filiale commerciale en 2006 ».



### Les exigences allemandes ont fait grandir l'entreprise

Vue l'exigence des industriels, notamment des constructeurs automobiles allemands, la filiale doit se structurer très solidement. Elle se dote d'un centre de stockage, renforce ses moyens en services après-vente, et accueille également cinq salariés capables de répondre aux besoins en recherche et développement. Aujourd'hui, elle a inauguré à Aix-la-Chapelle de nouveaux bâtiments, à la fois pour intensifier son développement commercial et pouvoir bénéficier d'un pôle de compétences techniques. Près d'une quarantaine de salariés y travaillent. Cette inauguration permet aussi à Bruno Bouygues de tirer quelques enseignements de sa présence outre-Rhin.

En premier lieu, la démystification des industriels allemands : « En France, on a tendance à les placer sur un piédestal alors qu'on n'a pas à rougir ». Ensuite, la montée en technologie induite par les industriels : « Elle force à davantage étoffer le catalogue vers le haut ». Troisièmement, l'ouverture vers les pays de l'Est : « Si la France a le regard attiré vers les États-Unis, l'Allemagne est résolument tournée vers l'est de l'Europe ». Enfin, la taille du marché : « Depuis une dizaine d'années, si vous voulez continuer à accroître votre technologie, il faut vendre plus. L'Allemagne nous a offert une taille qui nous permet d'amortir les coûts de développement ».

### « L'Allemagne a fait de nous une marque premium »

Les bénéfices de cette présence sont également à rechercher ici en France. « Nous nous retrouvons avec un portefeuille plus large. Avant, on était une marque indifférenciée. Aujourd'hui, nous sommes devenus une marque premium », se félicite le directeur général. Par ailleurs, si le marché allemand permet de tirer les produits vers le haut, au contraire la Grande-Bretagne, essentiellement constituée d'importateurs, engage GYS dans une bataille sur les prix. « Au final, cela nous permet de constituer un catalogue mondial, avec à la fois des produits forts en technologies mais aussi des produits certes moins premium mais plus attractifs quant au prix. C'est en phase avec notre ambition de devenir un acteur mondial », souligne Bruno Bouygues.

### GYS pense maintenant aux pays de l'Est

Entrée il y a 10 ans sur le marché allemand, GYS y réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros, soit un peu plus de 10% du chiffre d'affaires total qui s'est élevé en 2011 à 58 millions. La moitié du CA est réalisé à l'international, une part qui vraisemblablement devrait encore croître. En suivant les constructeurs automobiles, GYS voit des opportunités de développement dans les pays de l'Est. Et regarde également vers l'Ouest. « Ford et Général Motors nous ont demandé de développer des produits pour le marché américain. Ils devraient arriver à la fin de l'année ». De quoi ajouter une nouvelle corde à l'arc international de GYS.