



La gamme de découpe Plasma est aujourd'hui une ligne de produits à part entière. Puissant, le découpeur plasma triphasé Cutter 125A permet de couper rapidement des pièces jusqu'à 57 mm d'épaisseur sur une multitude de matériaux.

Réalité augmentée

GYS poursuit ses investissements, tant sur son site de production, que dans la formation des hommes ou le développement de services de pointe, comme son nouveau centre SAV. Stimulé par son ouverture sur de nouveaux pays et secteurs d'activité, l'industriel travaille sans cesse à l'amélioration de ses produits, sans oublier d'y associer des technologies modernes qui favorisent l'émergence de nouveaux services. De quoi donner les moyens à la PME d'enregistrer sur un marché stagnant une croissance à deux chiffres, tirée notamment par le secteur industriel.



« Le secteur de l'industrie, qui enregistre une croissance à deux chiffres, tire aujourd'hui la croissance de GYS » se félicitent Hervé Barbaroux, directeur commercial France et Damien Cupif, directeur commercial industrie.

Rien de virtuel chez GYS, bien au contraire. L'évolution de l'industriel français du soudage est bien tangible. Pour preuve, les investissements consacrés à son site de Saint-Berthevin, en Mayenne, soit cinq millions d'euros en 2016, se sont concrétisés en de nouvelles machines de production et de nou-

veaux bâtiments, l'ensemble du site totalisant aujourd'hui 40 000 m²... pour l'instant, si l'on se fie aux travaux en cours.

S'appuyant désormais sur 560 personnes, GYS a également porté son attention sur le recrutement et la formation des hommes, en France et à l'étranger, liés notamment à la mise en place de nou-



En 2016, GYS a investi 5 millions d'euros dans son site de Saint-Berthevin qui prochainement va encore gagner en surface.

veaux services pour ses clients distributeurs.

Et quoi de plus concret que l'évolution de ses ventes, sur un marché du soudage et du coupage bien stagnant en France. Ainsi, GYS devrait clore l'année avec un chiffre d'affaires supérieur à 70 millions d'euros, qui traduit une croissance supérieure à 15%, lié notamment à la partie Industrie. « Historiquement perçue comme une deuxième marque dynamique, je pense que la marque GYS est devenue en 2016, pour de nombreux partenaires dans la distribution, leur première marque dans le soudage et le coupage industriel. Montée en gamme, innovation et meilleur accompagnement technique sur le terrain nous ont permis de mieux véhiculer tous les savoirs faire du groupe. Si nos produits et leurs attributs restent encore fondamentaux dans la relation avec nos clients, la notion de service autour des produits (avant, pendant et après la vente) a pris une place de plus en plus importante et nous avons souhaité beaucoup investir dessus pour nous différencier et faciliter le quotidien de nos partenaires » explique Bruno Bouygues, P-dg de GYS.

Une croissance tirée par l'industrie

Même si le chemin a semblé quelque peu long au dirigeant, en six ans, GYS a réussi à opérer sa transition de l'univers de l'artisan à celui de l'industriel. Si la PME a su gardé ses positions dans le secteur de la quincaillerie, elle a fait un pas de

giant dans l'industrie et espère en 2017, franchir le cap des 50% de ses ventes dans le secteur. « Aujourd'hui, ce sont les gammes industrielles et les projets spéciaux dans le soudage et le coupage qui tirent la croissance du groupe. Nous avons donc réussi à progressivement transformer GYS en un partenaire technologique global, qui couvre une très large palette des besoins dans le soudage et le coupage. A ce titre, il faut lever son chapeau à l'ensemble des collaborateurs et des partenaires du groupe qui ont fait confiance au projet d'entreprise et qui ont participé à cette montée en gamme. Sans eux, rien n'au-

rait été possible. »

Fin 2014, le recrutement de technico-commerciaux, disposant d'une expertise dans l'univers du coupage et du soudage, a permis la mise en place de tournées accompagnées chez des industriels, avec l'appui de camions de démonstration. L'an dernier, l'entreprise s'est également dotée de camionnettes pour visiter, toujours avec les forces de vente du distributeur, les artisans. « Les distributeurs ont évolué. Cela ne leur suffit plus de voir un produit sur un catalogue. Un peu comme en Allemagne, les distributeurs français veulent savoir où et comment le produit est fabriqué, ils veulent aussi voir l'étendue de la gamme. Nous avons dû nous adapter. Les camions de démonstrations permettent aussi de faire ressortir la qualité et l'innovation de nos produits auprès des utilisateurs finaux. Néanmoins, si nous menons de plus en plus d'actions de préconisation auprès de clients finaux, notre stratégie reste claire : nous sommes exclusivement partenaires de la distribution et nous travaillons main dans la main » souligne Hervé Barbaroux, directeur commercial France.

La force de vente de la marque s'appuie aujourd'hui sur 37 commerciaux sur le terrain, accompagnés d'une quarantaine de personnes au siège concernant le suivi des commandes, soit au total plus



La force de vente de GYS s'appuie sur 37 personnes sur le terrain en France. Au total, au sein de l'entreprise, plus de 60 personnes sont en charge de la relation client en France.



Parmi les investissements récents, ici dans l'atelier tôlerie, cette nouvelle machine à double tête est en mesure de faire à la fois des opérations de poinçonnage et de découpe laser. Cela permet de travailler des pièces d'une épaisseur plus importante, avec en prime un gain de temps et une qualité de coupe accrue.



L'atelier de production des cartes électroniques est équipé d'une toute nouvelle machine de vernissage, ce qui permet de limiter les dépôts de poussière, la corrosion. Toutes les cartes de GYS seront désormais vernies, critère important pour les zones où existe un fort taux d'humidité.

de 70 personnes au service du client. « Les personnes au siège doivent être dynamiques, sont force de proposition auprès du client. Elles s'appuient en plus sur un très fort bureau d'étude avec de nombreux experts dans le soudage et le coupage. C'est, en France, une situation unique, très appréciée par nos clients. » Au cœur d'une des plus grandes usines d'Europe dans le soudage et le coupage, l'administration des ventes reçoit régulièrement des formations techniques pour être en mesure de répondre aux questions des distributeurs concernant les aspects techniques. Chaque personne dispose désormais de deux écrans, un pour gérer rapidement et efficacement les commandes, l'autre

pour répondre aux questions techniques, y compris sur le SAV.

Toujours plus haut

GYS s'adresse ainsi aujourd'hui à l'ensemble de la distribution pour l'industrie, qu'il s'agisse des distributeurs de fourniture industrielle et des spécialistes soudage-coupage mais aussi des intégrateurs qui proposent aux clients finaux des solutions spécifiques et complètes, intégrant notamment des TIG, MIG ou Plasma. « Distributeurs traditionnels et intégrateurs ne s'adressent pas aux mêmes clients. Les intégrateurs sont notamment intéressés par notre proximité de fabricant français, notre capacité

de recherche, notre savoir-faire qui nous permet de réagir très vite et d'apporter des solutions à leurs problématiques qu'ils ne trouvent plus ailleurs. Parfois, sur des petits sujets techniques, nous sommes les seuls à pouvoir répondre à un appel d'offre avec une offre prix raisonnable » poursuit Bruno Bouygues. « Avec les intégrateurs, nous faisons le maximum pour les accompagner en leur proposant de s'appuyer sur nos technologies et notre bureau technique. Dans ce partenariat gagnant-gagnant, nous partageons nos expertises pour le bénéfice des deux organisations. »

Ces nouveaux partenariats fournissent également l'opportunité à l'industriel de développer ses savoirs dans le domaine de la petite automatisation. « Nos ingénieurs travaillent en binôme avec celui de l'intégrateur. Ces projets spéciaux nous donnent accès à des savoirs qui n'existaient pas en interne chez nous et qui enrichissent notre expertise sur la connectivité des machines et sur les interfaces machines. » Une montée en compétence perpétuelle, dans laquelle GYS est engagé depuis plusieurs années mais qui, là, vient de franchir un nouveau cap, avec des retombées immédiates. Ainsi, les prochains TIG que la marque lancera au deuxième trimestre 2017 seront d'emblée lancés en versions manuelle et automatique puisque la partie informatique est en cours de programmation, en partenariat avec plusieurs intégrateurs.

De même, le spécialiste du soudage a développé ses compétences



Créé il y a bientôt trois ans, l'atelier de prototypage permet à l'entreprise de développer plus rapidement des innovations. Il consacre un tiers de son activité à la réalisation des prototypes pour le bureau d'études. Le reste de son temps est dédié à la fabrication des outillages pour la production et la reprise de pièces envoyées en production mais qui exigent un ajustement.



Pour GYS, le SAV est devenu aussi stratégique que la vente elle-même. S'appuyant sur une quinzaine de techniciens et un espace dédié de 500 m², au cœur du site industriel, il s'appuie sur des outils performants et un process de gestion des réparations bien établi. Un environnement homogène assure une gestion naturelle des retours, ce qui influe positivement sur les temps de traitement.



Tous les produits sont identifiés par un numéro de série permettant leur traçabilité. Chaque retour est enregistré dans la base de données de GYS. L'entreprise s'engage à retourner sur cinq jours maximum un produit après validation du devis, sous trois jours pour un produit sous garantie.

en coupage plasma, en témoigne le lancement d'une machine de découpe plasma triphasée 85A et 125A. « La découpe est en train de devenir une vraie ligne de métier chez GYS. » Cette ligne de produits dispose d'une intelligence de pointe, d'une interface ergonomique couleur qui permet à l'opérateur de réaliser facile-

ment ses réglages, le tout à un prix compétitif compte tenu des volumes de matériels de soudage et coupage produits aujourd'hui chez GYS. « Aujourd'hui se développent des micro-ateliers qui recherchent des solutions plus légères pour, aussi, des budgets plus abordables. »

Le nouveau poste de soudure Exa-

gon 400 CC-CV sorti début 2016 répond lui aussi à cette logique d'appropriation de nouvelles compétences. Ce poste 6 en 1, qui offre tous les procédés de soudage – MMA, MMA pulsé, TIG, MIG MAG – sans oublier le gougeage, peut être connecté à un système automatique. « Tout ce qu'on a appris en automatique



Dernier né de la gamme industrielle de GYS, l'EXAGON 400 CC/CV est un générateur de technologie inverter multifonctions (MMA, MIG/MAG, TIG Lift, gougeage). Ses performances très élevées (facteur de marche de 400A@60%) et ses grandes possibilités de réglage le rendent très polyvalent. Il est parfaitement adapté aux utilisations industrielles les plus exigeantes.

a ici servi. » GYS devient par la même occasion l'un des rares acteurs du marché à proposer la fonction MMA pulsé, qui permet à l'opérateur, en soudure montante, de déposer le métal sans que le bain de soudure coule. Pour la fonction MIG MAG, Exagon est proposé depuis septembre, soit avec un dévidoir séparé avec afficheur, soit avec la valise étanche Nomafeed, qui permet de protéger le fil notamment dans le cas d'atmosphères salines. Cette innovation a bénéficié également de l'apprentissage de GYS sur d'autres marchés, à l'international. « Plus on avance dans le monde, plus on est confronté à des problématiques complexes, comme par exemple au Moyen Orient avec le sable, ce qui suppose des solutions étanches. Et au final, ces développements spécifiques trouvent des applications sur notre marché domestique, comme avec le Nomafeed. »

Toujours plus loin

L'ouverture et la curiosité de GYS pour d'autres secteurs d'activité et d'autres pays sont donc vécues par l'entreprise comme un aiguillon venant sans cesse nourrir sa réflexion produit, au profit d'une montée en gamme. « La demande du marché allemand, qui exige des produits plus puissants et plus sophistiqués qu'en France ou au Royaume-Uni a favorisé cette montée en gamme de nos pro-

duits. Par conséquent, en France, cela nous a permis de toucher une cible plus exigeante qui nous a, à son tour, poussés à nous améliorer encore. » De plus, l'introduction de GYS chez les constructeurs automobile allemands a permis à la marque de séduire les industriels français du secteur.

L'international représente aujourd'hui 50 % des ventes de GYS. « Avec notre entrée chez les intégrateurs, qui sont internationaux, nos ventes à l'export vont se développer plus rapidement. » Les trois filiales commerciales européennes du groupe, en Allemagne, Italie et au Royaume-Uni, enregistrent déjà de fortes croissances. Sur le marché britannique, axé plutôt sur des produits moins haut de gamme, l'entreprise a décidé de recruter des techniciens dans son service commercial pour, comme en France ou en Allemagne, valoriser les produits techniques. Par ailleurs, dès la fin de l'année, tous les nouveaux produits seront conçus conjointement, entre les équipes françaises, allemandes et britanniques. « Chaque marché a son histoire et ses besoins. Nous devons donc prendre en compte les besoins de chacun et développer s'il le faut des solutions uniques pour chacun des marchés. L'international, pour GYS, est une clé d'apprentissage ; dans chaque discussion, on apprend quelque chose de nouveau. Chaque problème n'a pas trouvé la même solution dans chaque région et les

innovations viennent aujourd'hui du monde entier. Il faut rester alerte et vigilant » ajoute Bruno Bouygues.

Après l'Allemagne, l'Angleterre, l'Inde et la Chine, GYS a ouvert en 2015 une filiale en Italie, à Venise, qui s'appuie sur un collaborateur, un homme de métier qui connaît parfaitement bien le marché. Même approche au Maroc. « Ce que l'on recherche, ce sont des hommes et des femmes qui ont des connaissances techniques et commerciales dans notre industrie et qui peuvent apporter des conseils pointus à nos clients. A l'international, GYS ne peut pas se battre uniquement sur le prix, il nous aujourd'hui faut apporter de l'innovation, du service et valoriser notre marque. »

Le SAV, un atout stratégique

En France, le développement de GYS sur le marché de l'industrie a requis de continuer à investir sur les équipes et les processus SAV. « Le SAV est devenu aussi stratégique que la vente elle-même d'un produit. La démonstration d'une organisation fiable et rapide est devenue une exigence du marché et un fort facteur de différenciation au moment où les produits deviennent de plus en plus technologiques. » Une dimension d'autant plus cruciale que les machines, bourrées d'électronique, ont gagné en complexité et que la plupart des distributeurs n'ont pas toujours les compétences en interne pour y faire face. « En tant que partenaire de la distribution, nous devons lui fournir un appui pour que l'expérience client reste satisfaisante » estime Hervé Barbaroux.

Certes, la mise en avant de son SAV n'est pas chose nouvelle pour l'industriel. Néanmoins, il a renforcé ses équipes et surtout travaillé sur une gestion globale des processus, avec, à l'appui, des outils informatiques performants, permettant une traçabilité complète et un partage instantané de l'information avec ses distributeurs. A commencer par un système de relance automatique des devis, dont les délais d'acceptation sont tracés pour un meilleur suivi client.

Pour accélérer le mouvement, tous les lundis, à l'occasion de la

réunion hebdomadaire, la liste des produits en immobilisation depuis plus de dix jours est communiquée à la force de vente de GYS qui, informée, peut ainsi appeler ses clients pour organiser les relances. Pour changer le regard du distributeur sur le SAV, une plaquette a été éditée, valorisant l'expertise de la marque en la matière et ses engagements. A Saint-Berthevin, les 17 techniciens du centre SAV disposent donc désormais d'une surface de 500 m² qui leur est dédiée. Cette équipe ne s'occupe que de la partie technique, une autre équipe répond quant à elle aux questions liées par exemple à la demande d'un coût d'une pièce détachée, à sa commande, ou à toute autre question relative au produit. « *Cela relève plus de la vente. Ainsi le SAV n'est plus perturbé par la commande d'une pièce* » explique Hervé Barbaroux. De son côté, via internet, le distributeur peut aussi suivre en temps réel où en est la réparation du produit de son client. « *Cette mise en avant de notre expertise SAV nous a permis aussi d'être plus exigeants avec les clients. Nous incitons ainsi nos distributeurs à mettre à disposition des machines de prêt* » ajoute Hervé Barbaroux.

Au-delà de la satisfaction client,



L'offre de GYS répond aujourd'hui aux besoins de différents marchés, notamment dans le secteur de l'industrie. Elle répond aux besoins des professionnels en matière de soudage et coupage, de charge, démarrage et entretien des batteries et, pour le secteur automobile, en système de soudage pour carrosserie.

cette démarche rejaillit là encore sur l'amélioration continue des produits. Conformément à la démarche qualité de l'entreprise, tous les produits sont identifiés par un numéro de série permettant leur traçabilité. Chaque retour est enregistré dans la base de données. De même, tous les produits retournés ayant moins de 15 mois sont analysés systématiquement par le service qualité. « *Un SAV de qualité permet un dialogue plus serein entre les différentes parties. Le SAV est souvent source de stress pour les clients. Si l'expérience de la gestion du problème est bonne, le partenariat avec nos clients en profitera.* »

L'entreprise du futur

Pour la direction de GYS, impossible de projeter l'entreprise dans l'avenir sans réfléchir à quoi elle ressemblera dans quelques années. Au-delà du travail de numérisation des pièces détachées, GYS a mené une démarche d'identification par QR Code de toutes les cartes électroniques de ses machines. Ainsi, d'ores et déjà, distributeurs et utilisateurs peuvent accéder, à partir de leur smartphone et/ou ordinateur, aux fiches techniques, notices ainsi qu'aux tests effectués en production. « *Il ne fait nul doute que le monde change, que les machines contiennent de plus en plus de logiciels et commencent doucement à se connecter. Nous nous devons d'accompagner le mouvement et préparer nos outils industriels aux nouvelles attentes de nos clients. La digitalisation de tous nos procédés de fabrication est une première plate-forme.* »

Agnès Richard

VÊTEMENTS DE TRAVAIL

Bierbaum-Proenen

Toujours plus de commerce responsable

Bierbaum Proenen poursuit son action dans le commerce équitable et approvisionne désormais 5% de son coton selon le programme Fairtrade Max Havelaar™, qui s'adresse à de petits producteurs faisant un usage limité des pesticides et n'utilisant pas de semences génétiquement modifiées. Premier fabricant de vêtements professionnel ayant adhéré à ce programme, la marque allemande compte accentuer son effort en la matière dans les années à venir. Parallèlement, Bierbaum Proenen est



membre de Fair Wear Foundation qui travaille à l'amélioration des conditions de travail dans l'industrie vestimentaire internationale, et de l'alliance Partnership for sustainable Textiles qui vise à garantir des

normes sociales, écologiques et économique tout au long de la chaîne de production et de distribution dans l'industrie de l'habillement. La marque teste également ses produits sur la présence de substances toxiques – la majorité d'entre eux est certifiée Oeko-Tex Standard 100 – et prend soin de choisir des fournisseurs eux-mêmes respectueux du développement durable ; certains sont même qualifiés bluesign®, norme qui exclut les substances nuisibles à l'environnement de l'ensemble du processus de fabrication.