

# TRYBA, 35 ANS DE DÉVELOPPEMENT

L'atelier alu à Gundershoffen.

Développement remarquable et durable, pour cette entreprise familiale créée en 1980 par Johannes Tryba. Il choisit la France, l'Alsace plus précisément, pour y fonder sa propre entreprise et n'a cessé de la développer d'une main de maître... menuisier.

Réalisé par Sophie Dumoulin

**La menuiserie** de son père à Baden Baden, où il est né, employait des frontaliers dont furent appréciés le savoir-faire et la motivation ; à Gundershoffen en outre, le prix du terrain était favorable et des subventions possibles. Johannes Tryba a fait d'une structure de 15 employés le n°1 hexagonal en volume et le n°2 en chiffres d'affaires dans le secteur de la menuiserie industrielle. Elle fait désormais partie d'un groupe, Atrya, qui intègre 22 sites de production, affiche 420 M€ de CA sous 16 marques B2B ou B2C et emploie 2 000 salariés. Classé au Top 5 des entreprises européennes de son secteur, il continue d'enrichir son offre. En dernier lieu, sa filiale «Atrya Energie Conseil» vient de lancer un service destiné à individualiser les charges d'eau et de chauffage dans l'habitat collectif. En 2015, Tryba, sa marque phare, a franchi le cap des 300 espaces-conseil. À Gundershoffen, son site historique et siège social du groupe Atrya, s'affiche un engagement clair « Making the best of WE » (WE pour World's Energy), nouveau logo institutionnel. S'y concrétise un projet industriel

et humain séduisant, dont l'initiateur, 3<sup>e</sup> d'une génération de menuisiers depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, prend toujours plaisir à rappeler les étapes. Sous les traits de l'enfant qui aide très tôt son père, on devine ceux du Président actuel d'un groupe à la réussite enviable, qui a su prendre les décisions stratégiques au fil du temps pour diversifier son activité et s'imposer dans un univers très concurrentiel en couvrant tous les segments du marché de la menuiserie.

## Croissance interne et externe

Le développement se fait par croissance interne ou externe, que dictent, entre autres, la recherche de moyens pour lutter contre le réchauffement climatique (objectif, diminution de la consommation d'énergie) et la volonté de proposer un produit individualisé, avec une réactivité optimale. Nouvelles gammes et activités n'ont cessé d'être lancées, ce dont témoignent d'une façon emblématique les trois dernières années d'exercice. S'il existe une unité de fabrication de fenêtres standard (pour Leroy Merlin)



Centre d'usinage Elumatec, encoffré pour favoriser un environnement de travail moins bruyant.



*Tryba se déploie à l'export et ouvre une concession près de Venise.*

à Gundershoffen, le reste de la production du groupe Atrya est voué au sur-mesure. Le rachat de la menuiserie bois Thareaut sur le haut de gamme en juillet dernier couronne ce parti pris : le groupe bénéficiera de la qualité d'orfèvre de ce menuisier bois au savoir-faire traditionnel qui lui ouvre de nouveaux débouchés, la rénovation sous contrôle des ABF et dans les quartiers haussmanniens ; CA 4,6 M€ (1,5 % du CA du groupe) avec 40 personnes en 2014. L'ambition est d'avancer au niveau industriel sur cette production d'excellence. Chaque unité gère un budget propre, avec reporting mensuel bien entendu. Chaque usine fabrique un type de produit conçu pour un segment de marché bien identifié : fenêtres en B2B ou B2C (y compris de toit nouvelle génération depuis 2014), portes d'entrée (bénéficiant de 5 vitrages exclusifs mis au point avec le miroitier alsacien Dutriaux), volets, portes de garage et portails (Tryba, Soprofen, Cloisy, Guttomat), vérandas (Tryba Le Vérandier). Les cibles sont le marché du particulier ou le chantier (Norba Menuiserie)... Le créneau professionnel représente 20 à 25 % du volume d'activité. Cette offre produits multi matériaux (fenêtres bois, PVC, Alu et mixte PVC/Alu et Alu/bois) se complète d'une panoplie de services conçus pour favoriser l'activité. Citons Tryba Financement, avec son partenaire Financo, configureurs nouvelle génération performants, mais aussi calculateur énergétique pour simuler les effets d'une rénovation.

## Réseau de concessionnaires et franchise participative

Les Espaces conseil Tryba ont été complétés en 2013 par un concept de franchise participative, les Carrés Tryba, qui permettent à des candidats disposant de peu de fonds propres de se rôder à l'entreprise avec un apport de 10 000 €. 9 ont déjà été ouverts, avec un CA potentiel unitaire annuel de 700 000 €, quand un Espace Conseil réalise un CA de 1,5 M€ au bout de 3 ans. L'objectif à 5 ans pour le groupe Atrya est d'atteindre les 500 M€ de chiffre d'affaires.

L'année de célébration de ses 35 ans, Tryba peut s'enorgueillir d'être le 1<sup>er</sup> réseau national de menuiseries pour le particulier, à qui il fournit un conseil personnalisé et sans engagement, souligne Michel Dol, Directeur Général. Son taux de notoriété est de 75 %. Lancé dès 1984, il constituait alors un choix de distribution innovant, séduisant pour les entrepreneurs. Il affiche aujourd'hui un CA de plus de 250 M€ et emploie 1 500 salariés et autant de sous-traitants. Conjuguant lieu de vente agréable et pédagogie poussée assurée aux candidats à la concession, il a pour ambition d'être au plus proche de ses clients : l'idéal en province est d'avoir un espace conseil à 20 km de tout acheteur de fenêtres potentiel. Il s'appuie sur un savoir-faire de concepteur et d'industriel qui lui permet de fabriquer en France en sur-mesure, sans faire de stocks. Le gain de productivité est la clé du maintien de cette

*1 - 2 Le Président du groupe Atrya, Johannes Tryba, enfant déjà passionné par la menuiserie et aujourd'hui.*

*3 - Michel Dol, Directeur Général de Tryba.*

*4 - Philippe Spindler, Directeur Commercial de Tryba.*



*Le siège de Tryba en 1980, à sa création, et aujourd'hui...*



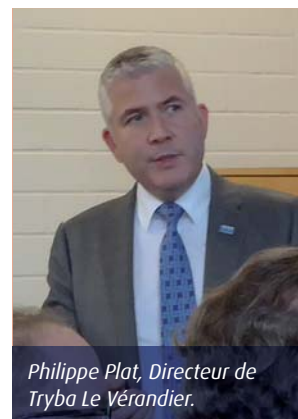
*Tryba poursuit sa croissance externe avec le rachat de Thareaut, menuiserie bois haut de gamme.*

production de qualité dans l'Hexagone (2 usines certifiées Iso 14001 à Gundershoffen et en Mayenne fournissent le réseau). Elle doit se prolonger dans la qualité de pose, formations techniques ou produits et RGE encouragée aidant. La satisfaction client est un must. Son suivi est assuré par le Net Promoter Score (NPS). Cet indicateur de fidélité client américain mesure la satisfaction client via une question : si vous aimez utiliser un produit ou faire des affaires avec une entreprise particulière, quelle est la probabilité que vous recommandiez cette entreprise/marque/produit X à un ami/collègue/membre de famille ? Le NPS permet de classer les clients en 3 catégories selon leur degré d'enthousiasme : Promoteurs, Passifs et Détracteurs. En termes de recrutement, le réseau ne se limite pas aux menuisiers. Sélectif, le choix de nouveaux concessionnaires, formation et accompagnement permanent à l'appui, s'étend à des personnalités diverses, dont bon nombre se lance dans une nouvelle aventure professionnelle. L'important est la motivation et un réel esprit commercial. Il faut aussi partager les valeurs du groupe et l'engagement dans son développement. Le réseau va même initier des débouchés à l'export, via une première ouverture d'espace conseil en Italie, près de Venise : l'Italie offre un crédit d'impôt de 65 % ! Les projets suivants ciblent Allemagne et Luxembourg. Tenant compte des spécificités propres à chaque marché national de la fenêtre, cette ouverture à l'export se fonde sur un potentiel de 13 à 15 M€, 30 000 châssis/an d'ici 2020, via des partenariats très attentivement choisis, sachant que le groupe est déjà présent en Suisse.

## Engagement et valeurs partagées

L'engagement et le partage des valeurs du groupe s'imposent aussi aux salariés, encouragés à développer idées et initiatives tant pour l'amélioration des produits que celle des outils de travail. Cet

engagement se concrétise par exemple par la participation de représentants de toutes les unités au Comité Environnement. La démarche verte est largement développée au sein du groupe qui a mis au point dès 1980 un système de récupération de chaleur et mis en place en 1993 une déchèterie centrale composée de 8 bennes, développant le tri sélectif à l'usine comme dans les bureaux : en 2012, 34 types de déchets étaient triés, recyclés ou valorisés à 94 %. La maîtrise de l'énergie est à l'ordre du jour depuis 2004, des panneaux solaires chauffant les ateliers depuis 2006. Quant au recyclage des anciennes fenêtres, il a été initié depuis 2012, les concessionnaires étant impliqués dans le retour de ces menuiseries déposées, qui sont reprises sur le site de Gundershoffen et recyclées à 97 %. Une démarche simplifiée favorise ce processus fondé sur le principe de reverse logistique. En 2015, plus de 60 concessionnaires ont été impliqués et 750 T de vieilles fenêtres recyclées. L'engagement social est aussi de mise, pour favoriser l'épanouissement des collaborateurs (le turn over est très faible dans le groupe) : santé et sécurité, développement des talents et valeurs d'entraide s'inscrivent à ce chapitre. Sur ce dernier point, depuis 2014, la Journée du Cœur Atrya permet aux salariés des sociétés alsaciennes du groupe d'offrir une journée de bénévolat aux associations locales qu'ils ont proposées, l'entreprise en offrant la moitié. Une centaine de salariés y participe. Cet esprit de partage se déploie à l'international via la Fondation pour l'enfance « A world for children » créée par Johannes Tryba en 2008. Dotée d'un budget de 380 000 € en 2015, elle apporte une aide aux enfants grâce au partenariat instauré avec Enfants d'Asie. Elle concentre son action au Vietnam : accompagnement des enfants et des jeunes (cours d'anglais), collectes et constructions d'écoles maternelles ou de maisons de charité... Là aussi, le bénévolat des salariés est encouragé et soutenu. Cet engagement solidaire n'empêche pas



Philippe Plat, Directeur de Tryba Le Vêrandier.



Didier Marx, Directeur industriel.



En partenariat avec Saint-Gobain, Tryba soigne ses solutions de vitrage. Ici, feuilleté.

- 1 - Le savoir-faire est stimulé par une formation permanente.
- 2 - L'orientation client est l'ADN du groupe Atrya.
- 3 - Tryba a développé son enseigne dédiée à la véranda, Tryba Le Vêrandier.
- 4 - Une sertisseuse performante dans l'atelier alu.



Le site Internet de Tryba dévoile les ressources de son art de vivre.



Tryba de poursuivre son développement économique, appuyé sur une augmentation permanente de la productivité, ce qui permet d'afficher un CA 2015 en hausse et à Johannes Tryba de miser sur 5 à 7 % de croissance en 2016. Cette progression est soutenue par des investissements, outre ceux dédiés à l'ergonomie, la sécurité, la qualité et la compétitivité, ils sont destinés à accroître la capacité de production (aluminium en particulier, de 20 %) et une R&D active : l'un de ses axes de travail est de combiner au mieux isolation optimale et prix accessible (portes de garage de 80 mm). Le partenariat avec Saint-Gobain permet de réaliser des avancées sur le vitrage ; des brevets sont déposés pour volets roulants et portes de garage et un projet est en cours sur le registre de la quincaillerie. Si la répartition actuelle des ventes de fenêtres est de 60 % sur le PVC, 20 % sur l'aluminium, 10 pour le bois et 10 pour le mixte, le créneau aluminium est en plein développement et ses ventes devraient doubler leur part, passant à 40 %. Le créneau véranda se développe via l'enseigne Tryba Le Vérandier : 16 des 20 Vérandiers ont aussi une concession Tryba. Les vérandas proposées bénéficieront en 2016 du triple vitrage en standard (donc d'une moins-value avec double vitrage), précise Philippe Plat, Directeur de ce réseau. Afin d'accompagner l'évolution de Tryba Le Vérandier, le groupe a fait bâtir une extension de 2 500 m<sup>2</sup>. Elle porte à 5 000 m<sup>2</sup> la surface totale de production sur le site de Merzwiller (Bas-Rhin). Un espace notamment voué au pré-montage global des structures des vérandas.

### Dans les ateliers...

La visite de l'atelier aluminium - créé il y a 15 ans - permet de mesurer l'importance croissante de ce matériau dans l'activité Tryba, avec des développements permanents, le dernier projet en date concernant l'introduction de puces RFID dans la production. Comme dans l'atelier PVC, les machines mises en œuvre optimisent productivité et qualité : sertisseuse ultra performante pour l'aluminium pour lequel est maîtrisée la technologie de coloration par sublimation (effet bois), encoffrement du centre d'usinage pour éviter les nuisances sonores, soudeuses PVC Graf « bourrées d'intelligence », assurant un avantage esthétique certain pour les fenêtres couleur... Si la finition doit rester assumée par les opérateurs, les robots sont bienvenus pour le vitrage et le laquage. Diversité, flexibilité et qualité, règles d'or de Tryba, s'incarnent parfaitement dans les ateliers, gérés par la règle des 5 S. ■■



**TENDANCE 2015**

**COLORÉES**

**ET**

**RÉSISTANTES**

**ELLES VONT  
VOUS EN FAIRE  
VOIR DE TOUTES  
LES COULEURS !**

