

AMBITION

Stella Group : l'international pour firmament

PROPOS RECUEILLIS PAR STÉPHANIE LACAZE-HAERTELMAYER



Au centre, Didier Simon, PDG de Stella Group : « Nous voulons devenir un acteur majeur Français et Européen ».

Revendiquant une logique de beau groupe industriel Français fondé sur des valeurs sociales fortes, Didier Simon, PDG de Stella Group, continue de pousser les murs. Le leader du volet roulant dans l'habitat, ou des grilles et rideaux dans le commerce et l'industrie, a structuré sa conquête à l'export, sans fermer le robinet de la croissance dans l'hexagone.

rencontre

Fin octobre, la société Flip basée à Gondcourt (59) a rejoint Stella Group. Pour quelles raisons ?

Didier Simon : Dirigée par Geoffroy Toutlemonde, cette entreprise spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de volets roulants, de brise-soleil orientables, et de portes enroulables, réalise un chiffre d'affaires de 22 millions d'euros et emploie 107 salariés. Cette intégration a été possible car Geoffroy Toutlemonde, qui reste à la tête de Flip, partage nos valeurs. Je sais que ce terme peut paraître galvaudé. Mais nous sommes attachés à des valeurs sociales fortes. Avec Flip, en plus de l'envie commune de se regrouper, nous partageons un immense respect de nos salariés.

Qu'est ce que Stella Group va apporter à Flip ?

D. Simon : Nous avons connu une forte croissance de notre pôle volets roulants, et aujourd'hui, avec 170 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisé en 2018, nous sommes le leader français. Cette activité, très efficace industriellement, bénéficie en outre de sa propre motorisation. Nous pouvons ainsi partager ces avantages compétitifs entre les sociétés du groupe, et faire qu'elles dégagent de fait un potentiel de croissance nouveau. En les aidant à intégrer notre savoir-faire qui est la fabrication, nous leur offrons un potentiel de croissance. Elles gagnent en rentabilité, en prix de revient, et sont capables d'être plus agressives sur le marché.

Flip ne viendra-t-elle pas en concurrence des autres marques du groupe ?

D. Simon : Aucunement. Certaines sont plus développées dans la rénovation, d'autres plus proches des négoce ou dans le neuf, et chacune possède sa région de domination. Flip va consolider nos positions dans le nord où nous étions moins présents. Désormais, notre couverture du territoire est totale. En outre, notre groupe sert 10 000 clients. Il leur offre donc une base solide d'autant qu'il possède aussi ces valeurs que sont des produits de qualité, des services irréprochables, ainsi que les délais les plus courts du marché.

Souhaitez-vous développer d'autres produits ?

D. Simon : A condition qu'ils restent complémentaires. Dans l'habitat, nous nous intéressons au volet battant ou à la porte d'entrée, et dans le commerce et l'industrie, aux portes rapides souples, aux quais logistiques ou encore aux portes coupe-feu. Avec La Toulousaine, leader en grilles, rideaux de magasins et portes industrielles, dès le 1er janvier 100 % de l'offre va être connectable et télésurveillable par la société EPS. Un partenariat fort qui marque notre évolution du produit vers une solution complète de sécurité.

Quelles sont vos ambitions maintenant ?

D. Simon : Nous sommes en phase de finalisation de notre cinquième LBO. PAI Partners, une société Française de capital-investissement sur le marché européen, deviendrait actionnaire majoritaire auprès de l'équipe de direction et d'ICG, qui reste à nos côtés minoritaire. PAI va nous apporter tout le support dont nous avons besoin à l'international. Nous continuons notre croissance externe dans l'hexagone, mais nous souhaitons aussi sortir de nos frontières par la distribution de nos produits à l'export, et l'achat de sociétés.

Quelles seront vos frontières ?

D. Simon : Nous voulons devenir un acteur majeur Français et Européen.

Depuis huit mois, nous avons structuré les ventes avec un service export. Nous regardons de nouveaux marchés ; la Belgique, la Hollande, l'Allemagne ; en plus des marchés du Sud. Mais avec des partenaires de distribution comme les Portugais ou les Espagnols, et après les crises économiques qu'ils ont vécues, le monde entier est ouvert. Pour l'anecdote, nous avons livré au Qatar des rideaux pour fermer un stade de la future Coupe du Monde de football. L'intérêt de cette distribution internationale est d'explorer de nouveaux marchés que l'on n'aurait pas imaginé. Nous avons ces ambitions et nous souhaitons les réaliser dans les cinq ans. Sachant que nous sommes prêts à accueillir toute belle société qui sent que Stella Group peut être un partenaire respectueux des identités historiques de chacun.

FICHE D'IDENTITÉ STELLA GROUP

Chiffre d'affaires 2018 :

230 millions d'euros

Nombre de salariés : 900

Marques : La Toulousaine (31), portes de garages, portes sectionnelles, portails, grilles et volets ; Profalux (74), Eveno (56), Sofermi (31), Flip (59), pour les volets roulants, stores vénitiens et portes de garages.

www.stella.group/fr



Après Profalux, Eveno, et Sofermi, ajoutée à La Toulousaine, Stella Group vient d'intégrer la société Flip pour une couverture territoriale complète.