

VISITE

Poralu Groupe investit dans l'intelligence collective

PAR LAURENCE MARTIN



Plus de 600 invités ont fêté les 30 ans de Poralu mi-septembre.

© Poralu.

Lors des 30 ans, de droite à gauche : Philippe et Jean-Pierre Carminati, Présidents Fondateurs, et Manuel Inigo, DG.

Au centre : Virginie Mercier (Marketing, Communication et Réseau). © Poralu.



portrait

À la mi-septembre, Poralu fêtait ses 30 ans avec plus de 600 invités rassemblés dans l'extension récente de son usine de Port, au bord du lac de Nantua (Ain). Le signe d'une réussite économique autant qu'humaine, fruit de la vision stratégique du groupe familial de menuiseries et fermetures.

Intelligence collective. L'expression pourrait être galvaudée. Quelques heures passées chez Poralu lui redonnent tout son poids de réalité et son potentiel de résultats. Assez classiquement, l'humain était au cœur des discours de la fête des 30 ans donnée par les actionnaires fondateurs de l'entreprise familiale : quand ils créent l'activité de menuiseries PVC en 1989, les frères Jean-Pierre et Philippe Carminati ont déjà cette conviction chevillée à l'esprit d'entreprise. Douze ans plus tard, quand ils recrutent Manuel Inigo à la direction générale en 2001, le manager conjugue aussi sensibilité de l'humain avec vision stratégique industrielle, marketing et économique.

En 17 ans, l'entreprise va passer du statut de menuiserie artisanale de fenêtres en PVC blanc à celui de groupe industriel multimatériel et multiproduit : PVC, aluminium et bois, en fenêtres, volets, portes, vérandas et pergolas, portails et portes de garage. Sur cette période, les effectifs triplent à 250 collaborateurs et le chiffre d'affaires est multiplié par 5, à 52 M€.

Tout au long des années 2000, les actionnaires ont investi en fonction d'une veille active sur les marchés et d'une analyse prospective fine. Sur les deux dernières années, pas moins de 10 M€ ont été injectés sur le site principal de Port (22 000 m²) : nouvelle ligne PVC avec soudure sans ébavurage, nouvelle ligne aluminium, et 7 000 m²



65 000 menuiseries PVC sortent de l'usine Poralu chaque année.

Le site de Port se déploie sur 22 000 m² dans l'Ain.

pour accueillir le stockage des profilés sur transtockeur automatique, celui des produits finis, le magasin des pièces détachées et celui des vitrages. Sur l'unité dédiée au bois, à Alex (Haute-Savoie), l'automatisation de la production est en cours, avec, à l'étude, la création d'une ligne de peinture.

Taille critique

Ces investissements à la fois répondent à la croissance de l'activité et préparent l'avenir. « Le paysage français actuel ne pourra pas rester à 750 menuisiers, estime Manuel Inigo. Les avancées faites par les industriels en termes qualitatifs et compétitifs vont fragiliser les petites structures et les prochaines années vont être décisives. Poralu devra certainement aller encore plus loin dans ses investissements mais, d'ores et déjà, ceux réalisés ces dernières années devraient permettre au groupe d'atteindre l'objectif de 70 M€ à 5 ans. » Côté production, l'organisation et l'outil actuels permettent d'envisager le doublement de la production de menuiseries aluminium (15 000 aujourd'hui) mais aussi l'augmentation de 30% de la production de menuiseries PVC (65 000 fenêtres en 2018-2019, partenaire historique : Rehau) – un matériau dont Manuel Inigo, engagé au sein de l'UFME, défend les atouts aussi bien en termes de performances que d'esthétique, de compétitivité et de recyclabilité. L'outil de production

de volets (48 000 unités roulants et battants) peut absorber une croissance de 20%. Quant au bois (6 000 menuiseries/an), les investissements en cours répondent à une croissance notable du marché depuis un an et demi et anticipent son développement. En parallèle, l'entreprise a structuré ses services : R&D, bureau d'études (15 personnes), logistique, marketing & commercial (promotion immobilière, CMIstes, artisans installateurs, constructeurs de logements ossature bois/modulaires, groupements d'achats). Sans oublier l'animation du réseau, confiée à Virginie Mercier, Responsable Marketing et Communication, collaboratrice Poralu depuis 18 ans.

Créé en 2011 pour accompagner le déploiement de Poralu sur le marché de la rénovation, Kionéo compte 3 magasins en propre, dont le navire amiral, ouvert en 2014 à Port sur 600 m², sert aussi de centre de formation Poralu, et 9 partenaires.

« Avec les précédents investissements, nous avons créé les conditions d'une offre qualitative multiproduit, souligne Manuel Inigo. Nous pouvons désormais mettre l'accent sur le déploiement du réseau. »

Nouvelle gouvernance

« Mettre une entreprise sur les rails, c'est bien. Mais cela ne se fait pas de façon pérenne sans rendre les

collaborateurs acteurs, surtout avec les nouvelles générations », poursuit-il. Depuis trois ans, Poralu est ainsi le terrain concret d'un nouveau mode de gouvernance collaborative basée sur des valeurs définies par tous. Avec, outre la qualité de vie au travail, des effets sonnants et trébuchants : productivité en hausse de 15%, amélioration des achats de matières premières... Un investissement collectif que traduit la nouvelle identité visuelle de Poralu Groupe, avec son logo en forme d'empreinte digitale.

Une réalisation aluminium Poralu menuiseries. © Poralu.

