

Groupe Maurizi :

une brise de modernité souffle sur le groupe familial



Avec UB, SDA a développé une gamme premium pour des clients exigeants en termes de design. La finition intérieure soignée ouvre aux choix de coloris des rails de guidages et des accessoires de suspension en finition noire ou blanche.

Après trois décennies, le groupe Maurizi dope sa force industrielle sur le marché de la fabrication de fermetures en fusionnant avec ses deux entités : SDA, spécialiste des portes de garages et industrielles et Lépinard, fabricant de rideaux métalliques. Stefan Maurizi, son nouveau directeur général, inscrit une nouvelle trajectoire, mais sans sacrifier à l'humain et le service au cœur de l'ADN familial.



*Stefan Maurizi,
directeur général du
Groupe Maurizi*

Fraîchement nommé directeur général, quelles sont vos ambitions pour le groupe ?

Stefan Maurizi : En priorité, moderniser notre secteur d'activités. Au cours des douze prochains mois, nous allons déclencher des investissements conséquents au niveau de la chaîne de production. Nous modifions nos méthodes de fabrication avec de nouveaux outils. Nous automatisons de plus en plus pour améliorer le processus industriel. Le but étant d'assurer une production plus fiable, plus fluide et qui nécessite de moins en moins de contrôle. Une fois sortie d'usine, le produit ne doit avoir aucune faille. Nous nous devons aussi d'améliorer le service aux clients, tout confondu.

C'est une révolution des process industriels à laquelle il faut s'attendre au sein du groupe ?

S. M. : Quand je parle de moderniser, d'automatiser, derrière il ne faut pas oublier que nous restons une entreprise familiale. Notre ambition est de conserver cet esprit, cette flamme, et de ne surtout pas l'éteindre. Même si nous sommes un groupe, il est avant tout humain. L'équilibre est justement de moderniser tout en conservant cet ADN. Même avec la nouvelle génération, nous continuons de capitaliser sur la transmission des connaissances que ce soit au niveau de la direction sur le plan technique ou commercial.

Quelles actions allez-vous mener ?

S. M. : Nous renforçons la R&D ainsi que les services aux clients qui sont deux services clés. Nous souhaitons révolutionner le secteur de la fermeture. Être différenciant dans l'offre signifie proposer des produits infaillibles, avec de nouvelles finitions, qui sont également gage de pose simplifiée et plus rapide. En parallèle, la qualité comme la relation et la satisfaction clients, qu'il s'agisse du poseur ou du consommateur, sont essentiels pour nous. Parmi les importants investissements que nous réalisons au niveau des services, nous développons aussi des outils en interne comme des configurateurs avec de nouvelles versions ou des applications qui vont être mises en avant. Elles vont être conçues pour soutenir le client avec des aides aussi bien à la commande, qu'à la pose et avec renseignements techniques sous forme de documentations, de vidéos, etc. Au niveau commercial, nous déployons des agents ou des intégrés, dans les régions où nous ne sommes pas encore assez représentés pour renforcer notre notoriété sur le plan national.

Avec des actions de communication du coup ?

S. M. : C'est le nerf de la guerre que ce soit en interne ou en externe. Notre politique devrait s'orienter plus vers le client final pour créer la demande vers le professionnel. D'autant qu'en parallèle, la société Lépinard que nous avons acheté depuis plusieurs années vient de fusionner avec SDA. Nous développons donc aussi fortement l'activité rideaux métalliques.

Quels vont être dans ce contexte les produits porteurs pour ce qui concerne les portes de garage ?

S. M. : Ceux qui vont adresser le marché de la rénovation, les permis de construire étant en berne. Nous développons aussi des gammes capables de s'adapter à toutes les situations possibles. Ces portes de garage caméléon, techniquement très polyvalentes, vont s'installer sur tous types de baies et changer un peu des finitions qu'on a pu connaître. Il s'agit bien sûr de portes sectionnelles faciles à installer, de manière rapide et qui priorise l'esthétisme, à l'image de notre gamme Up sortie cette année aux finitions soignées. Par exemple, les guides sont laqués alors qu'à ce niveau, on a toujours connu une porte de garage très industrielle avec des rails couleur galva, la plus simple possible. Or, en rénovation, les garages sont de plus en plus transformés en pièce à vivre. Avec cette offre, ce produit s'adapte à cette demande en proposant des guides laqués en noir ou en blanc. Nous misons donc aussi sur l'esthétisme intérieur pour que la porte de garage soit aussi jolie dedans que dehors.