



Protexsur bien engagé dans la rupture marketing et commerciale

Membre du 1^{er} groupe lancé dans le cadre de l'action Acamas filière mécanique en Ile de France, Protexsur déploie ses projets structurants pour réussir son évolution stratégique : alliances et diversification. La PMI de 27 personnes a opté pour une démarche de changement déterminée.

Saint-Pierre lès Nemours (Seine et Marne) – Protexsur, PMI spécialisée dans le traitement de surface des métaux, a engagé sa rupture marketing et commerciale.

Nouvelle plaquette, nouveau site internet... Mais le changement n'est pas qu'en façade !

L'entreprise opère son évolution stratégique dessinée à travers l'action Acamas filière mécanique en Ile de France.

Trois grands projets structurants pour cette

évolution stratégique sont en cours de déploiement :

- ⇒ Démarche de développement et d'adaptation tournée vers la conquête de **nouveaux secteurs de clientèle** ;
- ⇒ Alliance commerciale en France permettant d'améliorer fortement la **couverture géographique du marché** ;
- ⇒ Politique d'enrichissement et d'élargissement continu de la **gamme de prestations de l'entreprise** ;

Un changement profond, qui s'effectue dans la durée : « Pratiquement deux ans après la fin de l'accompagnement Acamas, nous avons mis en œuvre environ 60% des actions qui devaient

être lancées, » explique Philippe Feredy, Pdg de l'entreprise.

La plus avancée : la démarche d'élargissement de la gamme de prestations « C'est aussi la plus prenante, car elle entraîne une véritable rupture commerciale pour nous », poursuit Philippe Feredy.

« Nous ajoutons de la valeur aux pièces métalliques brutes de nos clients, non seulement par nos revêtements anticorrosion et nos peintures, mais aussi en prenant en charge une large gamme de prestations associées comme les assemblages, comptages, marquages conditionnements,

parachèvements etc. Nos applications potentielles sont donc très larges. Mais, chaque client a ses spécificités. Aborder de nouveaux marchés, de nouveaux clients nous a demandé un travail de refonte total de notre communication. Une communication non

plus axée sur notre savoir-faire mais sur nos "success stories". »

« Et puis, nous avons appris à travailler très en amont avec nos clients, et prospects, à intégrer leurs besoins dans notre réflexion stratégique. A tel point que nous nous présentons aujourd'hui comme un véritable **intégrateur de solutions produits finis**, bien au-delà du seul métier de traitement de surface des métaux.»



Protexsur met en œuvre deux technologies essentielles : , le poudrage électrostatique et la peinture cataphorèse.





L'alliance commerciale avec une autre PME française spécialiste du traitement de surface mais sur une technologie différente est également bien avancée. Celle-ci a permis l'apport croisé de nouveaux territoires et de nouveaux clients, avec la mise en place de flux de transport.



Mais remontons trois ans en arrière. Quand Philippe Feredy entend parler d'Acamas, il est alors déjà en réflexion stratégique sur des sujets aussi divers que décisifs pour l'avenir de l'entreprise, parmi lesquels :

- L'adaptation des investissements machines à la spécificité des marchés identifiés en amont.
- La nécessité de trouver des débouchés sectoriels diversifiés pour sécuriser l'entreprise.
- La réponse au cas par cas face aux opportunités de suivre les constructeurs ou équipementiers vers le low cost.
- La mise en place d'un système de communication performant.

Autant de paramètres d'équation, qui après analyse avec Acamas, ont conduit l'entreprise à lancer des chantiers en profondeur tournés vers l'élargissement de son champs d'action, l'enrichissement de ses gammes, et surtout l'écoute attentive du besoin client-amont, en préalable à toute forme d'investissement.

Membre du Comité Mécanique en Ile de France, Philippe Feredy est un partisan des actions collectives. « A notre entrée dans

Acamas, nous venions de participer à "Production Performante" portée par le Cetim. Cette action avait insufflé une bonne motivation interne. Pour moi, Acamas était un moyen de renforcer le mouvement engagé. Mais ce qui m'a surtout séduit dans la démarche était qu'elle offrait une solution de mise en dynamique de la réflexion stratégique, un outil rare pour les PME. »

*Philippe Feredy, Pdg de Protexsur.
« La stratégie est devenue le moteur essentiel de l'entreprise. Une stratégie dans laquelle les clients et le 1^{er} Cercle sont fortement impliqués. L'image de l'entreprise évolue. Le client est rassuré de savoir que son prestataire réfléchit sur l'avenir, qu'il raisonne pour apporter des solutions de développement au-delà du quotidien. »*