

Bruno Bouygues entouré d'une équipe de salariés à Saint Berthevin, maison mère du groupe Gys.



- **1997**  
Nicolas et Bruno Bouygues reprennent Gys, 40 salariés, 7M€ de CA.
- **2004**  
185 salariés, 18M€ de CA dont 26% à l'export. Ouverture d'une filiale en Chine.
- **2006**  
257 salariés, 34M€ de CA dont 40% à l'export. Ouverture d'une filiale commerciale en Allemagne.
- **2008**  
350 salariés, 44M€ de CA dont 42% à l'export. Ouverture d'une filiale commerciale en Angleterre.
- **2012**  
460 salariés dont 320 à Laval. Exportateur dans 83 pays. 60M€ de CA dont 55% à l'export.

## Plus de 80 pays importateurs GYS, insatiable !

Quinze ans après la reprise de la petite PME par Nicolas Bouygues et son fils Bruno, Gys est devenu leader européen des postes à souder et chargeurs de batterie et leader mondial des postes de soudure point par point pour les carrosseries. Le groupe, insatiable dans sa recherche de marchés à l'export, se lance cette année dans la soudure industrielle.

Quinze années écoulées depuis la reprise en main par la famille Bouygues, un chiffre d'affaires multiplié par neuf, un effectif multiplié par dix, des exportations dans 83 pays... Et Gys ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Le groupe lance cette année une nouvelle gamme de postes à souder industriels. Sur les terrains de l'export, il a rendez-vous avec l'Indonésie, la Chine et l'Inde, ses nouveaux relais de croissance pour 2013. Il s'attaque également aux marchés américains (Mexique, Canada, Etats-Unis) pour lesquels il crée un catalogue spécifique en 110 volts. Symbole de cet appétit insatiable de nouveaux marchés, le siège berthevinois est en pleine expansion.

**Paroxysme de la concurrence et guerre des prix**

### Résolument tourné vers l'export

Ce chantier, explique **Bruno Bouygues**, est intrinsèquement lié à la stratégie de développement du groupe, résolument tournée vers l'export (il y réalise aujourd'hui 55% de son chiffre d'affaires) : « La taille de notre usine doit correspondre à notre ambition. Cette extension nous donne de l'air, si nous gagnons de nouveaux marchés nous serons prêts. C'est une nécessité face à un marché international rendu "brutal" par le foisonnement de l'offre. » Le directeur général de Gys ne mâche pas ses mots et évoque le « paroxysme de la concurrence » et

une « guerre des prix terrible ». Les chiffres sont tout aussi parlants : sur le segment des postes de soudure à l'arc, au moins 600 concurrents rien qu'en Chine, une trentaine en Europe, une dizaine aux Etats-Unis et près de 200 pour le reste du monde ! Dans cet environnement ultra-concurrentiel, comment Gys a-t-il tiré son épingle du jeu ? Le groupe a d'abord fait le choix d'un modèle de production totalement intégré, à l'image de ses nombreux concurrents asiatiques. Tôlerie, mécanique, filerie, électronique, peinture et même sérigraphie, Gys rassemble tous les savoir-faire et assure de A à Z la production de ses références. « pour affronter l'export, cette dimension est essentielle », explique Bruno Bouygues, « se spécialiser sur un segment de production, c'est l'échec assuré ».

« Le marché international, très différent du marché intérieur, est "brutal", car l'offre est très étendue. Le client veut tout, tout de suite... D'où la nécessité d'avoir toujours un coup d'avance. »

**BRUNO BOUYGUES**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
GYS

« Il faut repenser notre modèle industriel à l'image de nos concurrents des pays émergents dont les activités sont fortement intégrées. Pour affronter l'export, cette dimension est à mes yeux essentielle. Se limiter à un seul savoir-faire, c'est l'échec assuré. »

**BRUNO BOUYGUES**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
GYS

Autre clef : l'innovation... Gys ne pouvant s'appuyer sur la notoriété de sa marque, il a d'abord cherché à gagner la confiance du client en répondant à des besoins très spécifiques. La notion de marque ne peut émerger que dans un second temps. « Sans ces produits à technologie unique, qui hissent le reste de la gamme, on se heurte au mur du prix chinois », explique Bruno Bouygues. Le troisième socle sur lequel le groupe mayennais a bâti son succès est constitué de ses filiales. Les implantations de Gys à l'étranger ne sont pas le fruit du hasard. Avant de mettre en place un vaste réseau d'importateurs à travers le monde, Gys a ouvert des filiales commerciales en trois points stratégiques du globe : l'Allemagne, l'Angleterre et la Chine.

### Penser, agir comme un Chinois

La filiale chinoise de Gys, la première, créée en 2002, est la plus spécifique. En implantant une unité de production de câbles de démarrage et de chargeurs de batterie premiers prix au cœur du principal marché concurrentiel, Gys a créé un véritable « laboratoire de technologies et

de prix ». Un choix que Bruno Bouygues juge indispensable pour connaître l'ADN de ses principaux adversaires. A partir de 2006, Gys s'est frotté à la concurrence des fabricants allemands, une expérience qui l'a poussé à développer son offre de produits vers le haut de gamme. Puis l'aventure anglaise, à partir de 2008, a permis de compléter son offre par

le bas. Le marché anglais compte en effet de nombreux importateurs chinois, face auxquels la marge de manœuvre est très serrée. Mais Bruno Bouygues est formel : « Il est encore possible d'être compétitif face à la Chine sur un marché euro-

péen, avec une forte productivité commerciale, une spécialisation et une stratégie de long terme ». L'Angleterre est aussi pour Gys un choix stratégique en terme de communication. La langue anglaise reste un véhicule de communication essentiel pour les marchés à l'export.

Sur ce credo a été bâti le succès de Gys. Les expériences allemande, anglaise et chinoise lui ont ouvert de nombreux marchés et son réseau d'importateurs s'est étoffé. Certains marchés sont très florissants, d'autres plus difficiles à pénétrer. « Mais une marque ne se crée pas en 15 ans ». Sur le long terme, quand Gys sera devenu un acteur d'envergure internationale, Bruno Bouygues n'exclut pas de

parvenir à réaliser 95% de chiffre d'affaires à l'export.

**Armel de Sansal**  
valeursec053@courrierdelamayenne.com

## Gys et la vague de l'électronique

Au moment où la famille Bouygues reprend Gys en 1997, le développement de l'électronique révolutionne l'industrie. Le poids mais également le prix de certains produits fondent comme neige au soleil. En parallèle, le grand public assiste au développement d'un nouveau concept : la grande surface de bricolage. certaines techniques,

telle la soudure, se démocratisent. Gys prend ces deux vagues successives et travaille six années sur le créneau des postes à souder et des chargeurs. La PME conquiert des marchés depuis Laval jusqu'aux confins de la Russie. Devenue leader européen, après une incursion manquée dans le domaine de la soudure industrielle, elle se lance dans les équipements de soudure point par point (carrosserie) et devient leader mondial en huit ans.



### Filiales : des implantations stratégiques



La maison mère du groupe Gys, boulevard des Loges à Saint-Berthevin.