Le nouvel élan international de Winoa, PME de la métallurgie

Le leader mondial de la grenaille abrasive se fixe un plan ambitieux pour doper sa croissance.

302
millions d'euros
Chiffre d'affaires réalisé par la société en 2017

ANNE BODESCOT abodescot@lefigaro.fr

INDUSTRIE Près d'un an après avoir changé de mains, Winoa, PME tricolore aux allures de multinationale, reprend l'offensive. L'ex-Wheelabrator Allevard est, depuis juin dernier, la propriété du fonds d'investissement américain KPS Capital Partners, qui l'a rachetée à KKR. Alors qu'elle affiche désormais de meilleurs résultats (un chiffre d'affaires de 302 millions d'euros l'an dernier, en hausse de 10 % après un net plongeon en 2016), l'entreprise basée près de Grenoble veut jouer sur de nouveaux leviers de croissance. Elle détient déjà 30 % du marché mondial de la grenaille abrasive, ces morceaux de métal aux formes diverses utilisés pour nettoyer les pièces d'acier, étape indispensable dans les fonderies. Mais elle veut encore pousser ses pions à l'international, surtout en Asie, où elle réalise aujourd'hui 21 % de son chiffre d'affaires. Elle cible notamment l'Inde et la Chine, deux pays où elle estime pouvoir accroître ses parts de marché. *« Des acquisitions sont à l'étude, mais il nous serait possible aussi de renforcer nos équipes commerciales ou notre dispositif industriel »*, indique Pierre Escolier, le PDG de Winoa.

Avec onze sites de production aux quatre coins de la planète (et même une usine en Russie), la PME française, qui réalise sans intermédiaire 70 % de ses ventes, se veut proche de ses 10 000 clients. *« Aucun de nos concurrents n'a une telle présence globale, très pratique pour travailler avec de grands groupes ayant des activités industrielles dans de nombreux pays »*, se félicite Pierre Escolier. Un défi pour une PME de 1 000 salariés, dont 200 en France.

Pour pousser son avantage, Winoa cherche depuis un an à diversifier ses marchés. Elle vient ainsi d'obtenir la certification Bombardier, le leader mondial de la fabrication d'avions et de trains. Cela va lui permettre de travailler avec toutes les filiales et les sous-traitants du groupe américain.

« Accompagner nos clients »

« Notre métier n'est pas de vendre de la grenaille mais d'accompagner nos clients dans l'utilisation de nos 700 références, pour mieux régler les machines, optimiser les process, etc. », martèle Pierre Escolier. Poursuivre les efforts dans cette voie, qui fidélise les clients et permet de ne pas centrer toute la négociation sur le prix, est une priorité pour l'entreprise. Elle développe donc des modules de formation pour aider les opérateurs dans les usines à optimiser l'utilisation de produits. Dans ses six centres d'essai, elle a même répliqué les machines de ses clients, pour tester de nouvelles techniques.

Car, même dans ce métier très classique, innover est une nécessité. Winoa se plie donc à la règle, avec deux centres de recherche.

Avec ces atouts, la petite entreprise, durement éprouvée par la crise financière de 2008, mais aujourd'hui redressée, espère croître plus vite que ses marchés, dont la progression devrait avoisiner 2 % à 3 % par an, selon son PDG. ■