

Le Groupe Maurizi

une nouvelle stratégie de croissance

PAR STÉPHANIE DREUX-LAISNÉ



SDA a développé une toute nouvelle gamme de portes de garage : la gamme Premium UP. Une finition intérieure particulièrement soignée permettant de choisir le coloris des rails de guidage et des accessoires de suspension en finition noire ou blanche. A droite, Jean-Michel Maurizi, fondateur et son fils Stefan Maurizi, Directeur Général.

Désormais les sociétés du groupe Maurizi, SDA & Lepinard, ne forment qu'une seule société. En fusionnant avec Lepinard, spécialiste en rideaux métalliques, SDA, le fabricant français de portes de garage et portes industrielles multiplie sa force industrielle et poursuit son développement sur le marché de la fabrication de fermetures. Pour ses 30 ans d'existence, SDA amorce une stratégie de conquête et met en place une nouvelle organisation.

Une nouvelle organisation pour le Groupe Maurizi

Jean-Michel Maurizi, fondateur du Groupe Maurizi, a décidé de faire évoluer l'organisation du Groupe et de réorganiser la direction. Tout en s'inscrivant dans la continuité familiale, cette nouvelle organisation souligne sa volonté d'accélérer son évolution. Jean-Michel Maurizi est aujourd'hui fier d'être épaulé par son fils Stefan Maurizi qui prend la responsabilité de la direction générale du Groupe Maurizi. Après plusieurs années comme technico-commercial puis chef de produit, il incarne la nouvelle génération qui fera évoluer le Groupe. Il est également épaulé par Thomas Lerouge, Directeur Général SDA qui bénéficie de l'expérience des grandes entreprises du monde de la fermeture. Connue pour la fabrication de ses portes de garage sur-mesure depuis 1993, la société SDA ambitionne de conforter sa position sur le marché en tant qu'acteur majeur dans la fabrication d'éléments de fermeture résidentielle et industrielle.

Des objectifs de croissance d'ici 2025

SDA emploie 70 salariés et réalise un CA de 24,5 M€ pour une production de 12 000 portes/an. L'objectif est d'atteindre 32 M€ avec la fabrication de 16 000 portes et 4 500 rideaux/an d'ici fin 2025. SDA offre une large gamme de produits fabriqués sur-mesure et adaptés à chaque type d'usage : portes de garage, portes sectionnelles industrielles et rideaux métalliques. L'entreprise bénéficie d'une force commerciale déjà bien représentée sur le territoire avec 2 directeurs, 1 chef des ventes régional, 6 technico-commerciaux implantés et 21 agents commerciaux.

« Nous croyons fortement qu'en joignant nos forces, nous pourrions atteindre nos objectifs stratégiques de développement sur le plan national, en offrant à nos clients, un panel complet de solutions de fermeture. SDA met tout en œuvre pour offrir à ses clients toujours plus d'innovations et de services adaptés. » explique Stefan Maurizi Directeur Général du Groupe Maurizi.

Nouvelle identité visuelle

Pour ses 30 ans, SDA a fait évoluer sa charte graphique. Plus qu'une simple évolution graphique, ce changement englobe une nouvelle stratégie qui est aujourd'hui de séduire davantage le décideur : le client particulier.

SDA entre dans une nouvelle ère, où sa clientèle professionnelle aura toute les cartes en main pour séduire les acheteurs finaux (catalogue et site internet revisité).

Le virage a déjà été pris récemment avec la sortie du nouveau catalogue produit. Un tout nouveau catalogue inspiré et rédigé comme un cahier d'inspiration. Moins de technique et plus de choix esthétiques de finition de portes de garage.

« Cette nouvelle identité visuelle est une évolution nécessaire de l'image de SDA, afin de mieux correspondre à la dynamique qui est aujourd'hui de séduire davantage le client final, le client particulier. » explique Emeline Blondiau, Responsable Communication.