

Alu Spinace

serie ALU - PVC
Rénovation
Volet roulant

L'équipe au grand complet.

©Alu Spinace

VISITE

Alu Spinace : L'indépendance au prix de la qualité et du service

RÉALISÉ PAR LAURENCE MARTIN

Comment gérer et pérenniser la croissance quand on est un fabricant-installateur de menuiseries et fermetures de moins de vingt personnes ? C'est le défi relevé par Alu Spinace, près de Grenoble. L'entreprise familiale a su chercher et trouver conseils et appuis, particulièrement auprès de son fournisseur historique de solutions aluminium, AluK.

En 2009, Fabien et Jérémy Spinace prennent les rênes de l'entreprise familiale. Créée par leur père au milieu des années 1990, Alu Spinace s'est fait une belle notoriété entre Grenoble et Chambéry, dans la fabrication et l'installation de tous produits de menuiserie aluminium et PVC, de fermeture (véranda, portails, portes de garage, volets), et de gestion de l'apport solaire (volets/stores). Installée dans ses propres murs – un bâtiment de plus de 300 m² construit en 2000 en bordure de la zone d'activités du Touvet –, l'entreprise emploie alors moins de dix salariés. Les affaires sont bonnes et se développent sur la base d'un savoir-faire qualitatif, d'une réactivité et de délais de fabrication optimisés et d'un service de proximité : autant de qualités appréciées par une clientèle prescriptrice, tant chez le particulier

que chez les professions libérales et les collectivités. En huit ans, Alu Spinace double son chiffre d'affaires et son effectif.

Arrive la fin 2016. « Pour la première fois, l'activité stagnait », se souviennent Fabien et Jérémy Spinace, co-gérants de la société à, respectivement, 42 et 36 ans. « On voulait progresser et retrouver un dynamisme. On a compris que c'est en analysant la situation en détails et en se posant les bonnes questions qu'on y arriverait. Nous avons entrepris des changements structurels et avons également décidé de se faire accompagner sur certaines actions. » Une consultante externe les guide pour faire l'analyse comptable et de la clientèle qui permettra de définir une vision, des objectifs à moyen et long terme, bref, une vraie stratégie d'entreprise.



Les dirigeants Jérémy et Fabien Spinace, entre leurs partenaires AluK, Jonathan Thirion (à g.) et Éric Wolff (à dr.).



L'atelier de fabrication réorganisé et modernisé.

©Alu Spinace.



Pour accueillir le visiteur : une véranda en profilés AluK 67V (BSO Profalux, stores Franciaflex).

Fabrication optimisée

Alors que la part des solutions en aluminium est progressivement montée jusqu'à représenter un gros tiers de l'activité, les deux frères se tournent vers leur fournisseur historique, AluK, pour les accompagner dans cette remise à plat. Le partenariat se renforce pour, non seulement déployer la nouvelle gamme 67, mais aussi, plus globalement, moderniser et optimiser la fabrication.

« AluK nous a notamment aidés à optimiser les flux pour gagner en précision, en qualité, et obtenir de meilleurs rendements », souligne Fabien Spinace. Équipé d'une presse pour le pliage des tôles plates, d'une presse à vitrer, d'un centre d'usinage polyvalent (FOM), l'atelier a aussi intégré un pont roulant et un palonnier à ventouse. Prochaine étape : l'investissement dans une machine de coupe deux têtes numérique (FOM toujours), qui devrait arriver l'année prochaine.

En parallèle, le fabricant-installateur mise sur la nouvelle gamme 67 de son fournisseur. « Nous avons voulu être précurseurs sur ce passage, comme sur les autres produits d'ailleurs, explique son dirigeant. Avec cette nouvelle gamme, l'offre AluK est désormais très large et complète ; elle nous permet de personnaliser nos propositions et donc de nous démarquer par rapport à nos confrères. »

L'aspect humain n'est pas oublié. « Nous faisons valider les process par

les opérateurs », insiste Jérémy Spinace. Un facteur clé pour garantir le suivi des process pour lesquels l'entreprise, certifiée Qualibat RGE, s'inspire des exigences des labels NF ou Fenêtreau, à défaut de pouvoir pour l'instant investir dans la démarche officielle.

« Alu Spinace a su se remettre en question et, de notre côté, nous nous sommes vraiment impliqués en tant que partenaire », sourient Jonathan Thirion, Directeur Marketing et Développement AluK France, et Éric Wolf, Chargé d'affaires. Par-delà l'optimisation de l'atelier et les formations dispensées via son Academy, le gammiste a participé à une brochure détaillée, partie prenante d'une communication développée par ailleurs : signalétique sur tous les véhicules de l'entreprise, affiches de chantier, opérations portes ouvertes et visibilité sur le web avec, notamment, un référencement sur le site internet grenoblois Bilik de recommandation et mise en réseaux artisans/particuliers.

Service et visibilité

« Bien-sûr, nous nous inspirons des stratégies de communication des réseaux, remarque Fabien Spinace. Mais on se veut aux antipodes en termes de démarche commerciale : notre point fort, la vente d'un conseil au plus près des attentes des clients, avec par exemple des devis très détaillés que nous tenons à réaliser personnellement, Jérémy et moi. »

La qualité du service signifie aussi qu'elle soit régulière. Pas toujours facile

quand on développe l'activité et donc les effectifs. Avec désormais quatre équipes de deux poseurs, l'installation est un enjeu qui exige à son tour des process clairs suivis par tous. « Nous avons institué une réunion mensuelle d'un après-midi complet pour faire le point et des piqûres de rappel, explique Jérémy Spinace. Le client ne doit pas pouvoir faire de différence entre une équipe de pose et une autre : c'est Alu Spinace qui installe, et donc la qualité doit être exemplaire sur chaque chantier quelle que soit l'équipe. »

Gérer la croissance, c'est être sur tous les fronts tout en sachant déléguer ; c'est aussi savoir changer à temps son fusil d'épaule. Après avoir testé plusieurs formules pour développer la démarche commerciale – dont celle consistant à promouvoir un poseur –, Alu Spinace a finalement opté pour le recrutement d'un chargé d'affaires expert de la vente. Le travail entrepris par l'entreprise porte ses fruits. Fin 2018, le chiffre d'affaires était reparti très nettement à la hausse et le fabricant-installateur a renoué avec la rentabilité. « Des petites entreprises comme la nôtre sont obligées de se structurer pour ne pas disparaître. Des fournisseurs comme AluK ont un rôle important à jouer dans cette évolution nécessaire », soulignent Fabien et Jérémy Spinace, le coude sur les plans de la prochaine extension du bâtiment... dont la façade vitrée sur mesure fait encore l'objet de discussions passionnées avec Éric Wolf et Jonathan Thirion !