



180 ANS
DE SAVOIR-FAIRE ET D'INNOVATION

LE GROUPE SEMIN FETE SES 180 ANS ET ANNONCE 200 MILLIONS DE CA EN 2021

En 2018, l'entreprise SEMIN célèbre 180 années au service du Bâtiment. Au commencement, en 1838, Jean-Baptiste Laurent SEMIN se lance dans la fabrication de plâtre à Kédange-sur-Canner (Moselle 57). Depuis 1982, son arrière-arrière petit-fils Philippe SEMIN, actuel Président de l'entreprise, a repris l'activité familiale qui ne compte alors que 7 salariés.

Aujourd'hui, le Groupe SEMIN, qui emploie 600 salariés répartis sur 9 sites de productions, est présent dans 40 pays et son chiffre d'affaires atteint les 152 millions d'euros en 2017, dont 30 % sont réalisés à l'export.

L'entreprise familiale, qui fabrique et commercialise plus de 150 000 tonnes d'enduits, de colles, d'ossatures, de bandes, de trappes et de suspentes à travers trois

gammes de produits destinés aux professionnels et au grand public, affiche une croissance annuelle moyenne de 12% du CA, et ce, depuis 2000. Les raisons du succès sont à attribuer aux relations très étroites entretenues avec ses clients plâtriers, peintres, carreleurs, au même titre que l'innovation produit, ADN de l'entreprise Mosellane.

D'ici 5 ans, la stratégie de développement du GROUPE SEMIN s'appuie sur plusieurs axes : continuer le déploiement de nouveaux produits, cultiver la relation de proximité avec ses clients distributeurs et artisans, tout en restant attentif aux transformations du commerce physique liées à la dématérialisation, pour atteindre en 2021, 200 millions d'euros de chiffre d'affaires.

SEMIN, un groupe en mouvement toujours à l'écoute de ses marchés

« A l'époque de mes aïeux, leur travail se cantonnait à produire, c'est-à-dire à faire tourner l'usine car les clients venaient à eux. Actuellement notre métier consiste à ressentir les besoins des clients et de les servir au mieux »



se souvient Philippe Semin, le Président. « Lorsque j'ai débuté, nous étions 10 et nous travaillions que dans quelques départements dans l'Est de la France. A deux nous partions avec des sacs d'enduits dans le coffre de la voiture pour faire du porte à porte ou bien des salons. Grâce à ce travail de terrain, l'entreprise a connu une croissance régulière de plus de 10% par an qui se perpétue encore aujourd'hui. » conclut Philippe Semin.

A partir de 1990, la société commence son expansion à l'international : en Belgique, en Allemagne ainsi que dans une bonne partie de l'Europe. En 1998, pour répondre au marché d'Europe du sud et du Maghreb, SEMIN implante une seconde unité de production près de Perpignan, à Espira de l'Agly. Aujourd'hui, le groupe est présent dans 40 pays et comprend 3 filiales dans le monde.

L'innovation et l'humain : moteur du groupe

Avec 5 à 10 nouveaux produits par an, SEMIN a fait de l'innovation sa marque de fabrique. Les laboratoires R&D intégrés sur les sites français sont à l'origine, dès 1978, du CE 78, le premier enduit à séchage rapide (4h) du marché), du Sem Light sorti en 2005, premier enduit de rebouchage à base de microbilles de verres ou encore plus récemment du REBOUCH'TROU (premier enduit de rebouchage en aérosol). « *En cette année des 180 ans, nous allons sortir un nouvel enduit CE 78/180, évolution du CE 78* » explique Caroline SEMIN, Directrice Générale depuis 2017. « *Ce lancement est le fruit d'une collaboration étroite entre le service marketing avec ses études-visions de marché et ses lancements opérationnels, le service R&D entre développement ou amélioration de produits, le service achats avec la recherche des meilleures matières premières au meilleur prix, le service commercial toujours en veille, et véritable acteur dans la stratégie de lancement, et nos applicateurs via le retour technique terrain* » se réjouit la fille du Président.



« *L'innovation est la partie émergée de l'iceberg. SEMIN innove aussi du côté industriel où nos équipes sont constamment dans l'amélioration de nos processus de fabrication. Tout cela passe par une volonté d'avoir des collaborateurs épanouis, formés et apporteurs de solutions* » conclut Caroline SEMIN, 6ème génération aux manettes de l'entreprise.

La proximité clients : au cœur de la réussite



Parmi les clés du succès, les relations étroites avec les clients sont systématiquement évoquées. En effet, au sein de l'entreprise, les techniciens démonstrateurs et les 3 centres de formation contribuent à être au plus près des clients artisans. Avec 63 démarrages chantiers par an, les occasions d'échanger ne manquent pas. A cela s'ajoute une stratégie proactive qui consiste à organiser systématiquement des road-show dans les négoce pour présenter les innovations de l'année : avec 150 étapes cumulées, ce sont quelques 2500 artisans qui sont formés et en contact régulier avec les équipes, chaque année.

Ambitions 2021 : 200 millions d'euros de chiffre d'affaires

D'ores et déjà, la stratégie pour les 5 prochaines années est établie avec un objectif de chiffre d'affaires à 200 millions d'euros d'ici 5 ans. Pour les atteindre, la direction s'appuie sur le développement de nouveaux concepts comme celui de la gamme de produits en spray afin de satisfaire une clientèle toujours plus jeune et en attente de solutions différenciantes.

La gamme des trappes de visite devrait, elle aussi, évoluer vers toujours plus de technique avec des références intégrant de nouvelles performances isolantes, acoustiques ou encore thermiques.

Parallèlement, l'outil industriel est concerné par des améliorations tous azimuts avec l'installation d'une nouvelle ligne d'enduit en pâte à Amblainville (60).

Egalement au programme, l'optimisation de la supply chain grâce à l'installation de logiciels de gestion d'entrepôt (WMS) qui doivent fournir une parfaite connaissance du stock, améliorer la production, assurer la traçabilité aval

des informations grâce au colisage et au suivi des lots, et, de manière générale, maîtriser le fonctionnement de l'entrepôt.

En outre, le développement du Groupe Mosellan passe aussi par une prise en compte des nouveaux marchés et l'adaptation de l'entreprise aux nouveaux modes de commerces liés à internet et aux rôles croissant des market place.

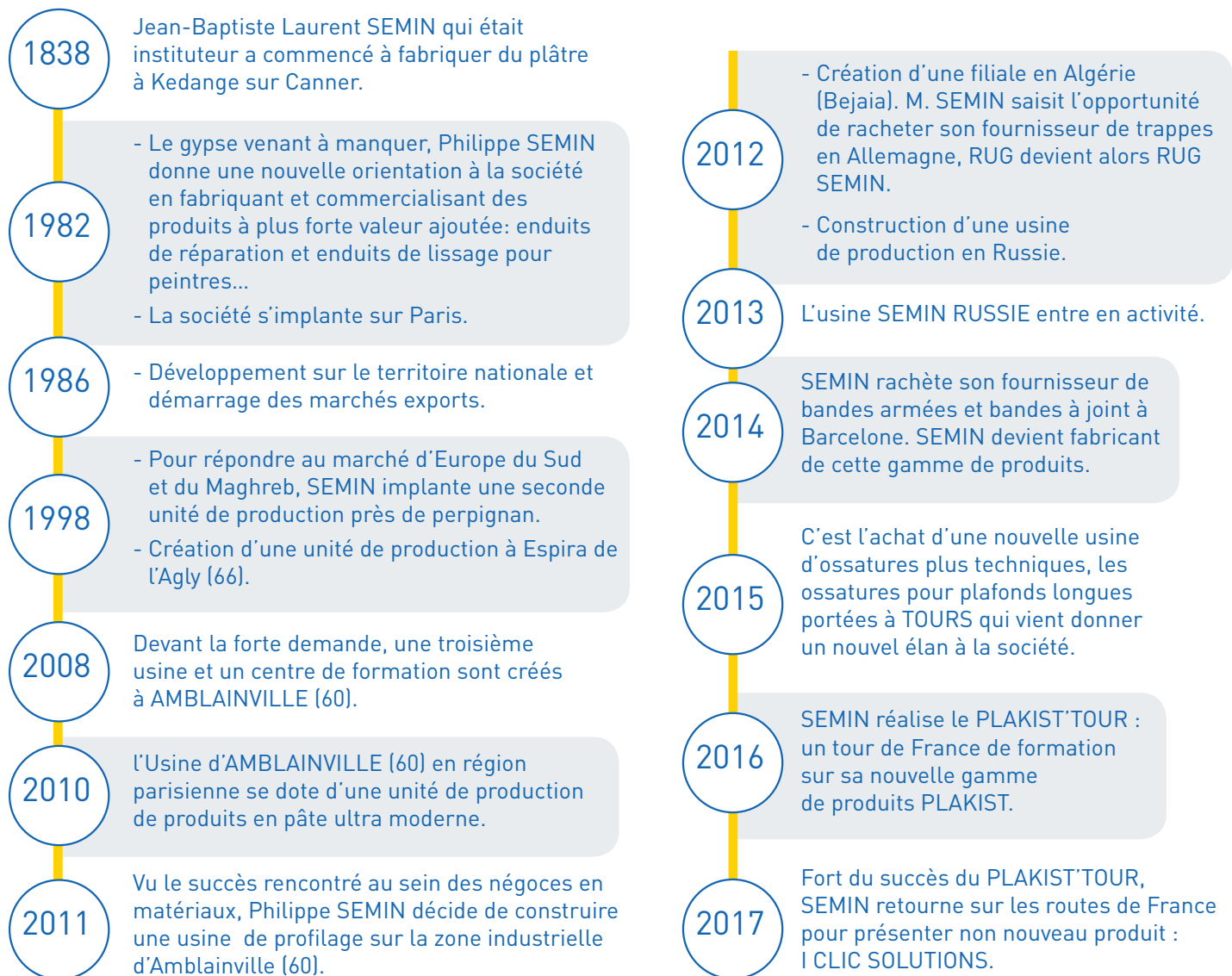
Enfin, SEMIN a toujours su faire preuve d'une grande réactivité face aux opportunités de croissance externe. « Nous devrions rapidement intégrer Lorraine Refendage. Avec ses 6 collaborateurs, la société qui est spécialisée dans la transformation de l'acier, conçoit et fabrique tous types de pièces, va nous permettre d'accroître la production de notre filiale Profils Système qui produit nos gammes d'ossatures pour plafonds suspendus et nous permettre ainsi de répondre aux besoins croissant de ce marché » détaille le Président.

Site internet spécial anniversaire 180 ans SEMIN :
www.semin-180ans.fr



Créée en 1838, SEMIN est une entreprise familiale depuis six générations qui fabrique et commercialise plus de 150 000 tonnes d'enduits et de colles, d'ossatures, de bandes de trappes et de suspentes à travers trois gammes de produits destinés aux professionnels et au grand public. Avec 9 sites de production (dont 5 en France), SEMIN compte 600 collaborateurs (dont 280 en France) et réalise un chiffre d'affaires de 152 millions d'euros.

HISTORIQUE



EN CHIFFRES

