

A man with short, graying hair, wearing a dark suit, white shirt, and a dark red tie, is standing on a metal staircase. He is looking towards the camera with a slight smile. The staircase has a perforated metal tread and a silver handrail. The background shows the structural elements of the building, including metal beams and a ceiling with a grid of lights.

GEORGES MORALES / L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

Montée en

La société héraultaise, spécialisée dans la vente de matériel permettant de travailler en hauteur, veut s'imposer comme fabricant de produits sur mesure. Amorcée en 2008, cette stratégie de reconquête par la marque s'accélère en 2016 pour devenir l'ADN de la holding familiale.

« **N**e reste pas au raz du sol ! Ne t'élève pas trop haut ! C'est à mi-hauteur que le monde apparaît le plus beau ». Cette citation de Nietzsche, Georges Morales en a fait sa devise, parce qu'elle résume tout l'esprit stratégique de L'Échelle Européenne, l'entreprise qu'il a cofondée en 1981 autour de l'activité de distributeur de matériel d'accès en hauteur (échelles, passerelles, échafaudages, etc.) avant d'amorcer en 2008 une stratégie de reconquête par la marque, prudemment négociée. « *Le plus difficile a été de mettre en place le réseau (développé à partir de 1990 sous la forme de franchisés, NDLR) », explique le P-dg, à l'heure où L'Échelle Européenne comptabilise 60 magasins franchisés dans l'Hexagone dont 14 détenus en propre, pour un chiffre d'affaires consolidé de la holding de 23 M€ sur le réseau intégré (40 M€ sur l'ensemble du réseau). L'ambition est d'atteindre 27 M€ de CA en 2016, et 30 M€ en 2017. « La franchise, c'est un magnifique accélérateur de croissance. Vous réunissez*

l'ensemble du réseau), demain présente à l'international. Ces solides fondations ont permis au dirigeant de développer, à partir de 2008, une seconde activité de concepteur et fabricant sur les six familles de produits inscrits à son catalogue (échelles, échafaudages, escaliers, locations, équipements spéciaux, sécurité, élévation).

Indépendance

« *Nous étions très dépendants de nos fournisseurs, avec des contraintes de stocks énormes. Cette stratégie nous permet de nous affranchir de cette dépendance* », confie Georges Morales. Dans un premier temps, L'Échelle Européenne intègre à son catalogue ses premières conceptions en marques de distributeurs (MDD). Elles représentent aujourd'hui 40 % du CA de l'entreprise. Le virage est décisif en 2010, quand la holding déménage son siège au cœur du parc d'activités Marcel Dassault, où elle investit 1,3 M€ pour la construction de 1 600 m² de bâtiments. Le nouveau site intègre un bureau d'études et un premier atelier de fabrication, de 500 m².

puissance

ainsi les deux éléments essentiels au développement d'une entreprise : le financement et les hommes », s'enthousiasme Georges Morales qui s'attèle à présent à l'ouverture d'une dizaine de franchises au Canada francophone puis anglophone. Après une première boutique à Laval (Montréal Nord) inaugurée en février 2016 et une seconde en mars au sud de Montréal, le Rubicon est franchi pour la holding familiale de Saint-Jean-de-Védas (34), aujourd'hui forte de 110 salariés sur le réseau intégré (210 sur

En octobre 2015, toujours plus indépendante, l'entreprise déménage son atelier de fabrication sur une nouvelle extension de 1 000 m². Il intègre une machine à sertir (150 000 €) pour la fabrication des échelles à crinoline. « *Jusqu'à présent nous ne fabriquions que les sorties d'échelle, le reste était sous-traité en Espagne et en Chine. Dès que notre stock espagnol sera épuisé, nous fabriquerons 20 000 échelles de ce type par an* », annonce Georges Morales, qui projette déjà un nouvel agrandissement d'ici 2017 sur une

L'ÉCHELLE EUROPÉENNE EN CHIFFRES

- **23 M€** de chiffre d'affaires consolidé en 2015 sur le réseau intégré (dont 5 M€ sur la holding)
- **6 000** références inscrites au catalogue, proposées dans 60 magasins franchisés dont 14 détenus en propre
- **110** salariés sur le réseau intégré dont 50 commerciaux, 210 salariés sur l'ensemble du réseau.

réserve foncière de 2 000 m². Car l'entreprise a trouvé son cheval de Troie : les produits sur mesure fabriqués dans l'atelier de Saint-Jean-de-Védas et distribués sur l'ensemble du réseau, pour lesquels elle signe chaque jour de nouveaux contrats. Avec Disneyland en 2014, pour la création des plates-formes d'accès aux chars de parade de ce complexe touristique et urbain, avec la SNCF pour la fabrication d'un escalier de secours (ERP) quart-tournant, avec EDF, Alstom, Eiffage et les majors de l'industrie du BTP.

Un premier brevet innovant

Fort de cette stratégie gagnante, L'Échelle Européenne passe des structures "mécano" à l'innovation, et annonce le dépôt courant 2016 d'un premier brevet « Fleex.inox » pour lignes de vie, un dispositif de sécurité permettant à l'utilisateur qui s'y attache de se prémunir des risques de chute lors des travaux en hauteur. Les applications sont nombreuses pour cette nouvelle gamme de produits qui pourra être utilisée pour la maintenance des panneaux solaires, le cheminement sur toit en cas d'installation ou d'entretien des appareils de chauffage, etc. « *Avec Fleex.inox, nous visons un chiffre d'affaires entre 1,5 et 2 M€ à l'horizon 2017* », annonce Georges Morales, chaque jour plus assuré dans la course à l'indépendance de son entreprise. ■

IDELETTE FRITSCH