

Delfingen Industry accompagne la mondialisation de l'automobile

Découvrez le quinzième volet de notre série consacrée aux entreprises moyennes. Leader mondial des gaines de protection pour faisceaux automobiles, Delfingen a su résister à la tempête grâce à l'internationalisation.

FICHE D'IDENTITÉ

> Date de création 1954, à Anteuil dans le Doubs. La société Sofanou prend le nom de Delfingen en 2007

> Actionnariat Delfingen Group 59% ; Bernard Streit 5% ; Public 36 %, dont 15% FMEA

> Activité Extrusion de gaines plastiques pour l'automobile

> Chiffre d'affaires 2009 77,3 millions d'euros (+ 11 % depuis 2000)

> Résultat opérationnel (moyenne depuis 2006) 3,5 millions d'euros par an

> Effectif 1036 salariés, dont 160 en France

Si le siège de Delfingen Industry est installé à Anteuil, à quelques dizaines de kilomètres de l'usine sochaliennaise de son client PSA, ce n'est pas par choix stratégique. Mais plutôt par commodité. La famille d'Emile Streit, le fondateur de l'entreprise, y avait dans les années 1950 une maison et des terrains. De même, l'objectif premier de la société n'était pas de devenir l'un des fournisseurs incontournables de l'automobile, mais de trouver une occupation à la sœur handicapée d'Emile, coincée à domicile.

Les Streit installent alors au milieu du salon familial une extrudeuse adaptée à la protection plastique de documents. L'activité prend rapidement de l'ampleur et en 1954 Emile crée la Sofanou (la Société de fabrication nouvelle), spécialisée dans la fabrication de sachets en plastique par soudures à haute fréquence.

Misant sur la croissance de l'industrie automobile, il décide, trente ans plus tard, d'abandonner les sacs plastiques pour se spécialiser dans les gaines de protection pour faisceaux électriques, voire de transfert des fluides (eau, carburant, gaz...). Une aubaine, car avec la multiplication des fonctions ABS (direction assistée, lève-vitres, détecteur de pluie, GPS...), le nombre de câbles à protéger de la chaleur, des vibrations, de l'humidité et des perturbations électromagnétiques a augmenté et la demande explose.

RESTER COMPÉTITIF EN ACQUÉRANT LES CONCURRENTS

Très vite, l'héritier Bernard Streit, 57 ans, qui dirige l'entreprise depuis 1985, comprend que Delfingen doit être plus qu'un fournisseur. La société doit devancer les attentes des constructeurs, en les accompagnant dans leur croissance internationale. «Nos produits sont pleins de vide,

volumineux et fragiles, donc difficiles et chers à transporter. Nous devons alors suivre nos clients là où ils s'installent», insiste le PDG. Le tournant est pris dès 1986. Entre croissance organique en France et acquisitions en Espagne, en Slovaquie et au Portugal, le groupe devient rapidement le numéro 1 en Europe. En 1997, Delfingen met les bouchées doubles et vise le grand export. S'appuyant sur sa capacité d'autofinancement et sur l'introduction de 20% de son capital en Bourse, le franc-comtois ouvre des sites au Honduras, au Mexique, au Brésil et aux Philippines. Aux Etats-Unis, il fait rapidement main basse sur les trois plus gros acteurs locaux (dont M&Q Plastic en 2008). Il est aujourd'hui le leader du marché.

«Le fait d'être une PME française n'est ni un avantage ni un inconvénient. Le tout est d'être compétitif, assure sans complexe Bernard Streit. La menace peut venir de partout. Il faut savoir identifier les concurrents de demain pour les acquérir quand ils deviendront dangereux.» Face à lui, le PDG a fort à faire: des acteurs de taille équivalente, comme les européens Schlemmer et FRW, mais aussi les grands groupes comme Lear, Delphi ou Sumitomo, qui tous ont une activité de gaines de protection. Que du beau monde.

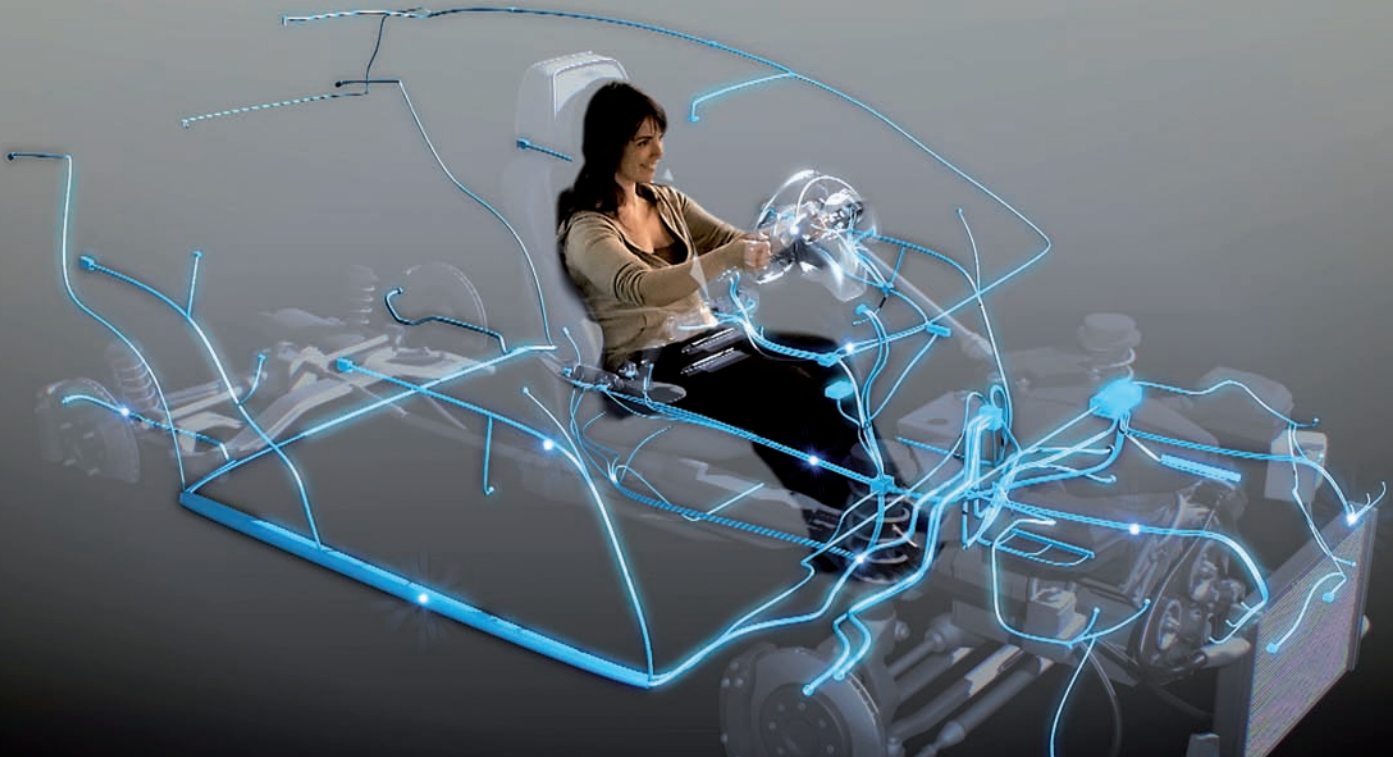
Son prochain défi est d'accompagner PSA en Chine. «Nous avons pris du retard sur ce marché», avoue-t-il. Le revers de la médaille est que l'essentiel des investissements est consacré aux pays émergents. L'entreprise n'emploie plus que 160 personnes en

L'ŒIL DE L'EXPERT



HERVÉ GUYOT
Directeur du Fonds de modernisation des équipements automobiles

«Touchée par la crise, Delfingen avait besoin de trouver de nouveaux investisseurs. L'intervention du FMEA va lui permettre de financer ses investissements de croissance, notamment son implantation en Chine.»



France, avant tout des ingénieurs, sur un millier au total. C'est donc principalement en Asie que seront investis les 3 millions d'euros obtenus en décembre 2009 du Fonds de modernisation des équipementiers automobiles (FMEA), en échange de 15% du capital.

BREVETER DES PRODUITS À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE

L'autre défi face à la concurrence concerne l'innovation. Delfingen consacre annuellement 1,5 million d'euros à la R&D, pour breveter des produits à plus haute valeur ajoutée, tels le Gafmil, une gaine annelée refermable, ou le Twinvolt, spécialement développé pour les câbles de puissance des futures voitures électriques et hybrides. Depuis quelques mois, un optimisme mesuré est revenu, dû à la reprise de l'activité, en particulier aux Etats-Unis. Il était temps car, depuis 2008, Delfingen qui réalise 89% de son activité dans le secteur automobile, n'a évidemment pas été épargné par la crise. Resté stable en 2008, son chiffre d'affaires a

Delfingen propose une gamme de matières plastiques visant à protéger et à assurer le cheminement des fils électriques. Ci-dessus, la simulation du trajet de câbles dans une voiture.



Bernard Streit, en adepte du modèle allemand du Mittelstand, a inculqué à son fils Gérald les valeurs du capitalisme familial. Membre du conseil d'administration, Gérald contrôle d'ailleurs depuis peu le capital du groupe.

chuté de 16% en 2009 (à 77,3 millions d'euros). Un retour à la croissance est attendu pour 2010. Et bien que la volonté de l'entreprise ait été d'éviter tout plan social massif, deux usines ont été fermées au Texas et quelques dizaines de licenciements ont eu lieu dans le monde.

Le site français d'Anteuil a, lui, pu résister grâce au chômage partiel. « Depuis deux ans, nous avons tous accepté de faire des efforts, car lorsque tout allait bien, tout le monde a partagé les profits », lance le PDG. Ainsi, depuis les années 1980, les employés profitent d'une règle de « profit sharing » où les bénéfices sont répartis ainsi: 20% pour

les actionnaires (majoritairement la famille Streit), 60% pour les investissements et 20% pour les salariés de France comme d'ailleurs. La société a également mis en place une « charte du travail décent », ainsi qu'une fondation assistant les employés les plus défavorisés via des programmes d'éducation et de vaccination. Bernard Streit souhaite voir ses employés s'impliquer dans la vie de l'entreprise. Les salariés d'Anteuil ont, par exemple, pris l'initiative de collecter leurs vieilles lunettes pour les envoyer à ceux des sites de Philippines ou d'Amérique du Sud. ■

ANNE LÉVELLÉ

Dans notre prochain numéro
Electrifil, équipementier de rang 1 pour l'automobile