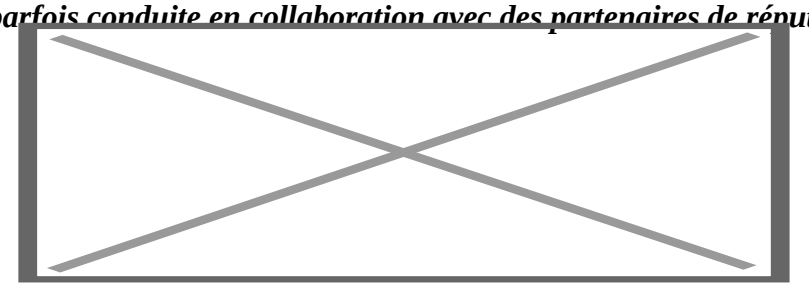
juin 2016

Decayeux

Accueil / BBI / Fournisseurs / Quincaillerie

Débanaliser la boîte aux lettres

Tout à la fois soucieux de conserver son ancrage local en Picardie et fortement tourné vers les marchés extérieurs, le groupe familial DAD-Decayeux, leader européen dans le secteur des boîtes aux lettres, poursuit un développement qui repose largement sur une recherche constante de produits innovants, parfois conduite en collaboration avec des partenaires de réputation internationale.



L'histoire de Decayeux remonte à 1872, année à laquelle deux frères, Antoine et Désiré Decayeux, créent leur entreprise à Feuquières-en-Vimeu, au cœur du Vimeu Industriel, le berceau de la serrurerie française. D'abord spécialisée dans la serrurerie, l'entreprise picarde diversifie sa production vers les coffres-forts, au début du 20è siècle, puis vers les portes blindées, enrichissant ainsi au début des années 1980 son savoir-faire en matière de sécurité des biens et des accès d'une compétence supplémentaire qui s'étendra une dizaine d'années plus tard aux organigrammes. Depuis une quarantaine d'années, la croissance de l'entreprise picarde qui deviendra le groupe Decayeux en 1999 est à la fois interne et externe, les rachats réalisés par cette structure concernant des entreprises françaises (par exemple Génifer, un spécialiste de la quincaillerie de porte haut de gamme) ou étrangères (notamment le Polonais Fana, le pôle Boîtes aux lettres du Néerlandais Brabantia ou encore JU, acteur majeur du marché allemand des boîtes à lettres).

Le groupe familial DAD-Decayeux dirigé par les descendants des fondateurs et dont Stéphane Decayeux est le Directeur Général emploie aujourd'hui 600 salariés répartis dans différents pays européens et réalise un chiffre d'affaires de 72 Me, dont 30% hors des frontières de l'Hexagone. Il est composé de cinq sociétés en France et de six filiales à l'étranger dont trois filiales de distribution implantées en Angleterre, en Belgique et en Espagne.

Des produits de qualité « made in France »

Les trois sites de production picards du groupe industriel assurent environ 90% de la fabrication des produits commercialisés par celui-ci (pour citer l'exemple des boîtes aux lettres, cette production porte sur plus de 1,6 million d'unités chaque année), les produits représentant le pourcentage restant étant fabriqués dans les sites de production allemand et polonais du groupe. La gamme produite et commercialisée par Decayeux – un industriel dont les investissements représentent chaque année quelque 4 M€ – se caractérise par un haut niveau de qualité contrôlée à chaque étape de la production. Pour prendre l'exemple de l'offre en portes blindées (portes de hall, portes palières et portes pavillonnaires), les produits alliant sécurité et esthétisme et prenant en compte les critères d'accessibilité sont classés coupe-feu et pare-flamme et offrent un grand confort acoustique et thermique ainsi qu'une haute résistance à l'effraction et à la corrosion. « *La conception, la fiabilité et la robustesse de nos produits leur permettent de répondre à toutes les exigences architecturales* » précise Stéphane Decayeux. Détenteur du label Entreprise du Patrimoine Vivant obtenu en 2014, le groupe qui possède une maîtrise technologique reconnue s'est doté d'un pôle Recherche travaillant au

développement des procédés de fabrication et des nouveaux projets dans un souci permanent de compétitivité des produit, tous éco-conçus (peintures issues de poudres recyclables, méthode de collage et de clinchage privilégiée à la place de la soudure, limitation des déchets...).

Des partenariats forts pour plus d'innovation

Dix nouveaux produits sont en moyenne lancés chaque année par le groupe DAD-Decayeux dont les deux axes de développement cités par Stéphane Decayeux sont les portes blindées et les boîtes aux lettres, ces dernières formant l'offre phare de l'industriel qui les commercialise notamment auprès d'un réseau de fournitures industrielles et de quincailleries auquel est affectée une équipe dédiée de technico-commerciaux. Sans cesse renouvelée et faisant une très large place à la personnalisation des produits, l'offre en boîtes aux lettres du fabricant, sur laquelle s'est en grande partie construite la notoriété de la marque, est forte de références innombrables (boîtes collectives et individuelles d'intérieur et d'extérieur, boîtes à colis, accessoires et cadres).

Pour démarquer cette offre et renforcer son attractivité sur un marché où les produits sont très banalisés, le groupe DAD-Decayeux a noué des partenariats avec des architectes, designers et autres créateurs dont le talent se conjugue au savoir-faire de l'industriel français. Ainsi, l'architecte Jean Nouvel a conçu pour Decayeux le concept Transcript, un système en cours d'industrialisation pensé à partir de boîtes à colis offrant une nouvelle vision d'un hall d'entrée d'immeuble en combinant les boîtes aux lettres entre elles comme des briques se fondant dans un mur d'aluminium. « Favoriser avec nos produits la création d'un lien social est aussi une forte préoccupation de la direction de Decayeux » expose le DG de l'entreprise qui illustre ce point en évoquant le double partenariat du fabricant picard ayant conduit au développement de MyColibox, avec une entreprise rémoise pour la conception du produit et avec l'OPAC d'Amiens pour l'expérimentation de ce concept de ‘‘conciergerie d'immeuble'' pouvant recevoir des colis. Après cette première solution connectée, Decayeux entend bien poursuivre sa réflexion dans le domaine des produits intelligents qui, selon son dirigeant, représentent l'avenir de son entreprise.

Dominique Totin