

ACB PUME

La chaudronnerie qui veut peser lourd

Après une année 2019 marquée par une hausse considérable de ses ventes, ACB Pume, chaudronnerie de Saint-Victor (Allier), veut transformer l'essai en 2020. Au programme : la mise en vente d'une nouvelle gamme, plusieurs investissements et, pourquoi pas, un développement à l'international.

L'histoire aurait pu tourner court, et même finir sur une débâcle. C'est du moins ce que l'on prédisait en 2008 à Didier Cinquin, alors fraîchement nommé directeur général d'ACB Pume, chaudronnerie spécialisée dans la production de matériels de travaux publics et de manutention, basée à Saint-Victor, près de Montluçon.

« ACB Pume a été créée sur l'actif de la société Pume, qui venait de déposer le bilan. On a démarré l'activité pendant la crise économique mondiale. C'était assez laborieux de sortir la tête de l'eau », se souvient Didier Cinquin, propriétaire et président d'ACB Pume depuis septembre 2019.

Texte
Sid Benhamed
Photos
Florian Salesse

Le pari de la diversification

Rebâtir une société viable sur les décombres d'une firme trentenaire : le pari était aussi grisant que risqué. Mais un an après la relance de l'activité, l'entreprise restait bien loin de ses objectifs initiaux. Avec un chiffre d'affaires de 1,7 M€, l'équilibre des comptes s'avérait compromis. « Rien n'était rassurant, tous les professionnels du secteur nous conseillaient de ne pas nous entêter, de "couper la branche". »

Trop opiniâtre pour lâcher l'affaire, le directeur général balaye ces avertissements. Pis encore, il décide d'investir massivement, quitte à générer des dettes conséquentes. « J'ai pris un risque, mais un risque mesuré », dit-il. À l'époque, ACB Pume concentrait tous ses efforts sur le marché des travaux publics. Didier Cinquin, lui, misait sur la diversification. La problématique était complexe, mais pas insoluble : acquérir de nouveaux outils de production pour conquérir de nouveaux marchés, et ainsi assainir les comptes. « J'ai alors pris mon bâton de pèlerin et j'ai commencé à démarcher de nouveaux clients », lâche-t-il dans un rire.





►►► Une innovation devenue fleuron du catalogue

Un pèlerinage visiblement salutaire. Le chiffre d'affaires d'ACB progresse année après année, pour finalement atteindre 3,3 M€ en 2011. Assez pour envisager l'avenir sereinement, et même innover. « Nous ne voulions pas nous reposer sur

Le Trigger system, attache rapide pour pelles mécaniques, devenu le fleuron du catalogue d'ACB, a été breveté en 2013.

nos acquis. C'est à ce moment-là que nous avons commencé le développement du Trigger system, une attache rapide (pour pelles mécaniques, NDLR) avec un système de mise en sécurité automatique, qui a été breveté en 2013 », raconte Didier Cinquin, quelque peu bravache. Et pour cause, ce coupleur technologique est depuis devenu le fleuron du catalogue d'ACB.

EFFECTIF

40

employés
sur le site de Saint-Victor,
dont 8 apprentis

MARCHÉ

70%

la part du secteur des travaux
publics dans le chiffre d'affaires
d'ACB Pume

PRODUCTION

15.000

unités du coupleur Trigger system pour
mini-pelles vendues chaque année, le
segment le plus important de l'entreprise

Pourtant, le Trigger system a peiné à prendre son envol lors de son lancement. La faute à un prix de revient trop important, et des tarifs inadéquats par rapport aux attentes du marché. « Mais nous avons des indicateurs qui nous permettaient d'y croire », souligne le néo-président.

Une nouvelle fois, la chaudronnerie bourbonnaise investit. Cette fois-ci, dans des moules de fonderie. Une stratégie gagnante, qui aura permis de revoir la conception du produit et d'en maîtriser les coûts.

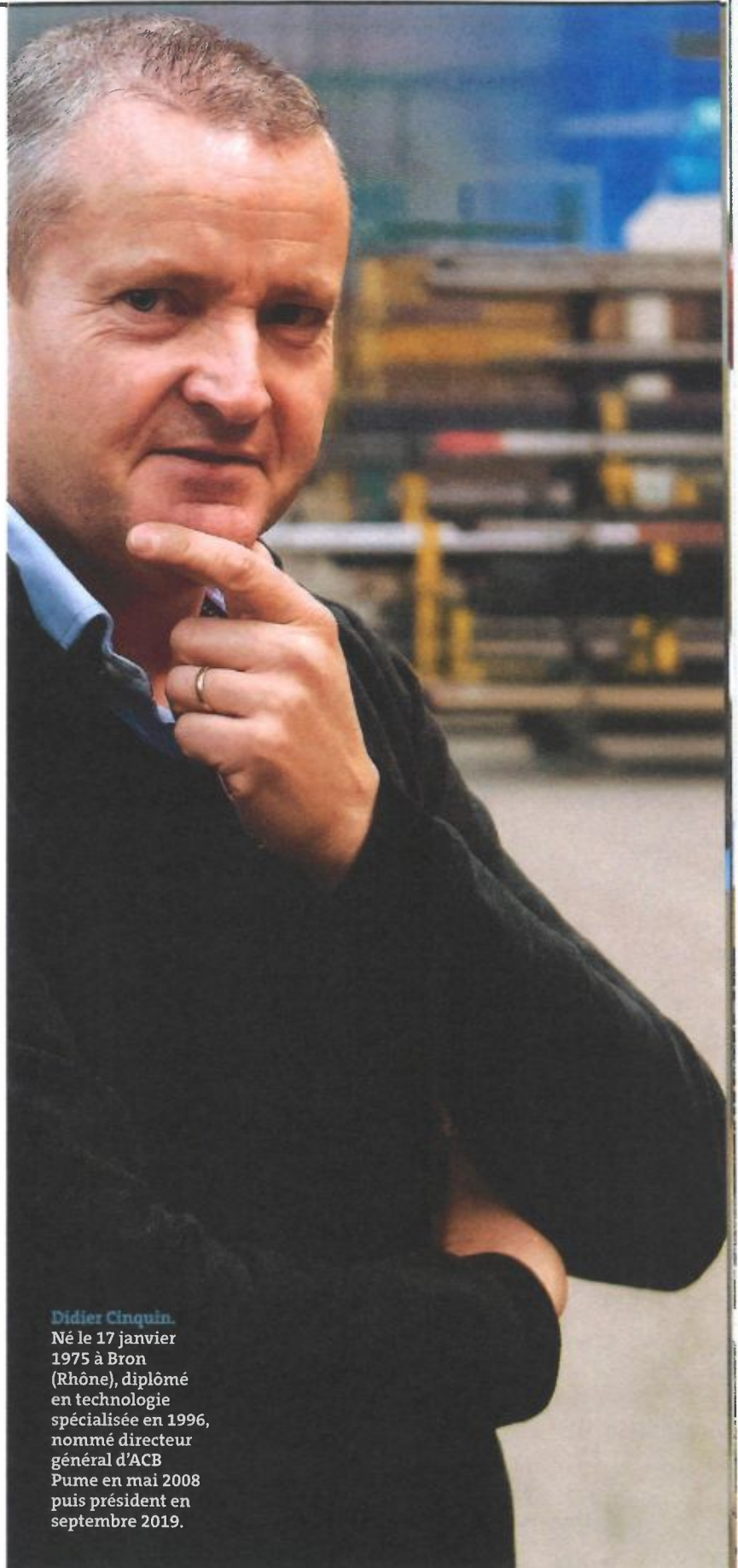
“En 2020, il ne faudra pas que l'on garde nos deux pieds dans le même sabot”

Résultat : « On a eu une progression de nos ventes très importante en 2019 et nous allons sortir une nouvelle gamme du Trigger system en février 2020 », annonce Didier Cinquin.

Objectif Amérique du Nord

Cette année pourrait également être celle de l'internationalisation de la marque ACB Pume. Cantonnée au marché français depuis sa création, la chaudronnerie bourbonnaise vise désormais l'Amérique du Nord. Là où, contrairement au marché européen, la technologie vaut moins que la robustesse des machines. De quoi prolonger la durée de vie de produits déjà considérés comme obsolètes sur le Vieux continent. À cela s'ajoute un investissement de 300.000 € en machines et outillages.

« En 2020, il ne faudra pas que l'on garde nos deux pieds dans le même sabot. Les perspectives économiques ne sont vraiment pas encourageantes. Il va falloir, encore une fois, sortir de notre zone de confort. » Avec un chiffre d'affaires de près de 6 M€ en 2018, pour un bénéfice net de 279.000 €, ACB Pume peut se permettre quelques audaces. Sans trop-plein de confiance, « mais toujours avec pragmatisme », souligne Didier Cinquin. ■



Didier Cinquin.
Né le 17 janvier 1975 à Bron (Rhône), diplômé en technologie spécialisée en 1996, nommé directeur général d'ACB Pume en mai 2008 puis président en septembre 2019.