



La RSE : fer de lance chez SCS Sentinel

L'année 2021 a été une petite révolution dans l'histoire de SCS Sentinel. Le spécialiste du confort, de l'accès et de la sécurisation de l'habitat a déménagé à Cholet, engagé une démarche RSE et a déployé une stratégie avec des ambitions à longs termes. Une croissance de 30 % en 2021, telle est la performance réalisée par la marque SCS Sentinel. Un résultat qui ne doit rien au hasard, comme l'explique Fabienne Audusseau, la responsable marketing : « *Déjà, en 2020, nous nous sommes retroussé les manches face aux confinements et aux fermetures de magasins. Grâce à notre faculté d'adaptation et à notre expérience du commerce digital, nous avons pu rester dans le mouvement. En 2021, les différentes hausses nous ont aussi mis en difficulté. Mais nous avons anticipé notre stock. C'était une stratégie risquée qui s'est révélée gagnante.* » à l'origine, la marque avait prévu une augmentation de 5 à 10 % de chiffre d'affaires sur l'année. « Nous avons réussi à livrer nos clients, c'est ce qui a fait la différence », précise la responsable qui annonce un chiffre d'affaires de 17,7 M€ d'euros pour 2021, au lieu des 14,4 M€ envisagés. SCS Sentinel a également joué sur d'autres tableaux comme « *la garantie du taux de service et la satisfaction client* ». Des actions mises en place avec le soutien du groupe Urmet, avec lequel les synergies s'avèrent importantes.

Favoriser la formation et l'insertion

L'une des premières actions de 2021 a été de déménager : « *En nous installant à Cholet, nous sommes venus dans un bassin très actif, à deux pas de Nantes. Le site est mieux desservi, plus central et nous sommes regroupés avec deux autres marques du groupe, FDI et Yokis, ce qui nous assure plus de proximité dans le développement de nos gammes.* » Un mouvement important pour l'entreprise à plus d'un titre : « Les nouveaux locaux sont plus agréables et assurent une meilleure qualité de travail pour nos salariés. Nous nous sommes également rapprochés d'un territoire baigné d'écoles où nous favorisons la formation et l'insertion par le biais de stages et d'alternance. » Des actions qui font partie intégrante de la politique RSE de SCS Sentinel. « *Afin de poursuivre notre développement, nous devons prendre en compte différents aspects notamment la RSE. Nous les intégrons dans la conception de nos produits qui sont développés ici en France. Nous recherchons toutes les pistes d'écoconception avec un design sympa et un très bon rapport qualité/prix.* » Parmi ces solutions exemplaires : le carillon sans fil, mais surtout sans pile grâce à l'énergie cinétique (force du mouvement) « *a évité l'usage de 250 000 piles depuis son lancement.* »

Développement de la satisfaction client

Pour cette marque leader sur le marché du carillon et de la motorisation portail d'entrée et milieu de gamme, l'ambition est de « *devenir une marque incontournable pour les particuliers* », indique Stéphane Garreau, le directeur général. Ses produits sont ainsi distribués dans la quasi-totalité des enseignes de bricolage en France, ainsi que dans certains pays européens limitrophes. Pour autant, cette marque créée par le Groupe Urmet en 2002 n'oublie pas les professionnels. « *Face à l'intérêt des professionnels pour nos motorisations de portail, nous avons souhaité leur consacrer une gamme propre, plus adaptée.* » La marque s'affiche ainsi sous la dénomination « SCS Sentinel - Urmet Group » pour les professionnels arpentant les allées des négoce : « *c'est une force pour nous de connaître ce réseau de distribution et d'avoir l'appui du groupe Urmet.* » Avec ces atouts en mains et un travail important en marketing relationnel, la marque a mis en oeuvre une forte marche autour de la satisfaction client : « *Nous avons développé, en partenariat avec l'entreprise locale iAdvize, un chat pour accompagner le client tout au long de son parcours d'achat et gagner en proximité et en disponibilité : en fonction de sa demande, il est immédiatement envoyé vers le bon interlocuteur, sans perte de temps ou d'efficacité.* » Autant d'actions mises en place qui devraient assurer la pérennité du développement de SCS Sentinel. Toutefois, « *il est difficile pour nous de se projeter sur 2022. Nos perspectives de développement restent conditionnées à l'évolution du prix des matières premières, à la pénurie des composants électroniques ou encore à l'inflation du coût de transport. Cela impacte forcément nos circuits d'approvisionnement et de façon conséquente notre rentabilité* », indique Stéphane Garreau qui ne baisse pas pour autant sa garde : « *Nous essayons de maîtriser la compétitivité de nos tarifs car SCS Sentinel est avant tout une marque accessible, aux produits performants.* »