

“La réfrigération commerciale restera notre cœur de métier”

PHILIPPE INVERNIZZI Le président de MC International SAS fait le point sur le nouveau visage de la société suite à sa vente récente par le groupe Johnson Controls au fonds d'investissement AIAC.



Philippe Invernizzi,
président
de MC International SAS

Que représente la « nouvelle » entité MC International ?

Le chiffre d'affaires de MCI est de 180 M€ pour un effectif de 1200 personnes. Nous concevons, réalisons et maintenons des installations de réfrigération et de génie climatique et ce, sur le périmètre national.

Pourquoi avoir repris le nom de MC I ?

La notoriété attachée au nom MCI est toujours présente, elle reste positive sur le marché mais aussi en interne auprès des salariés. MCI représente aussi des valeurs auxquelles nous tenons comme l'orientation client, l'esprit entrepreneurial, l'innovation.

Quelle est la différence avec la société MCI dont beaucoup ont

Nous redonnons de l'autonomie aux agences et à leurs responsables: ventes, installation et service doivent être sous la responsabilité d'un manager.

encore le souvenir et vendue à Johnson Controls en 2001 ?

Notre savoir-faire sur notre marché historique, la réfrigération commerciale, s'est développé avec les nouvelles technologies (CO₂ cascade et maintenant CO₂ transcritique) : ce marché est et restera notre cœur de métier.

Depuis plus de 15 ans nous avons acquis des compétences en génie climatique sur l'ensemble des régions et sur des marchés différents (climatisation de process, hospitalier, bureaux, hôtellerie...). Nos ventes se sont développées sur ce qui est devenu notre deuxième marché.

MCI avait développé ses activités sur le marché de la réfrigération industrielle et semi-industrielle puis quelques années après le rachat ces activités ont été transférées en grande partie vers une autre filiale. MCI a cependant conservé au sein de ses équipes des compétences clés pour développer cette activité et offrir à nouveau un service de proximité aux clients de ce secteur.

Autre point de différence : les équipes ont pris conscience de l'importance grandissante du service en tant que critère de choix des clients. La période Johnson Controls a amené la rigueur financière nécessaire pour opérer dans un

PORTRAIT EXPRESS

Philippe Invernizzi a travaillé 11 ans chez Otis, puis 6 ans chez Carglass en tant que directeur régional IDF. De 2005 à 2007, il occupe le poste de directeur général de deux filiales du groupe US Institutform. Ensuite et jusqu'à fin 2009, il intègre Carrier comme Sales & Marketing Manager Europe. En 2010, il rejoint la division Service & Solutions France de Johnson Controls au poste de directeur région Ouest puis Ouest/Idf/Centre avant d'en devenir le directeur général. Depuis ce mois d'octobre, il est président de MC International.

environnement économique de plus en plus difficile. Enfin, Johnson nous a permis d'acquérir des compétences dans le domaine de la régulation et de la GTB.

Ne risque-t-il pas d'y avoir des chevauchements d'activité avec Johnson Controls, notamment en froid semi-industriel ?

À l'occasion de cette sortie du groupe Johnson Controls, nous retrouvons tout naturellement une autonomie complète et une liberté d'action totale sur ce marché dans lequel nous souhaitons nous développer. Comme sur les autres marchés, notre développement passera par notre capacité à nous différencier de la concurrence.

Quel est l'organigramme de MC International ?

Le comité de direction se compose d'une direction opérationnelle avec trois directeurs de région Pascal Lancelot (Nord Est Idf), Olivier Cousurrié (Sud Ouest, Ouest, Centre), Eric Sagnes (Sud Est), d'une direction nationale des ventes (Catherine Cazaux), d'une direction des ressources humaines (Edwige Alborghetti), d'une direction administrative et financière (Gautier Germaine), d'une direction technique (Remy Rival) et d'une direction des achats (Stéphane Guilleray).

Comment allez-vous réorganiser le réseau d'agences ?

Nous redonnons de l'autonomie aux agences et à leurs responsables: ventes, installation et service doivent être sous la responsabilité d'un manager. Cette organisation correspond aux besoins de nos clients d'avoir un service et un niveau de décision proche d'eux.

Suite à la scission avec Johnson Controls, ne risquez-vous pas de perdre certaines compétences spécifiques (sur les fluides naturels comme le CO₂ par exemple) ?

Notre direction technique est autonome depuis de nombreuses années et Johnson Controls nous apportait essentiellement un soutien sur les aspects réglementaires (DESP, fluides...). Nous allons renforcer cette équipe afin de développer notre offre et répondre aux besoins des clients sur les trois marchés sur lesquels nous opérons.

Pouvez-vous nous présenter le profil de l'acquéreur, le fonds d'investissement AIAC ? AIAC est un conglomérat industriel.

AIAC est une holding industrielle qui depuis 17 ans, acquiert des sociétés auprès de grands groupes, généralement des activités qui ne sont pas dans le cœur de métier de ces groupes. AIAC est dirigée en Europe par Marc Renard-Payen, et détient à ce jour 22 sociétés, une cinquantaine d'usines, réparties sur 16 pays avec une prédominance pour

l'Europe, et tout particulièrement la France avec 7 sociétés.

Quelles seront les synergies avec l'équipementier Koxka, fabricant de vitrines réfrigérées également dans le giron de AIAC ?

Nous avons un faible volume d'affaires avec Koxka à qui nous achetons principalement des pièces détachées. Il sera intéressant de voir leur offre d'équipements

Une croissance externe est-elle envisagée ? Si oui, à quelle échéance ?

La croissance externe est un moyen d'accélérer et de mieux couvrir le territoire. MCI a un business plan à mettre en œuvre et à atteindre. Cet objectif mobilisera à court terme notre énergie.

Comment voyez-vous le développement de MCI à moyen et long terme ?

MCI a vocation à accompagner les besoins existants ou nouveaux de ses clients, en notamment proposant des solutions visant à réduire la consommation énergétique et à leur éviter des taxes potentielles sur les HFC. L'installation des nouvelles technologies lors des créations de sites ou de remodeling ainsi que des services plus performants que les contrats classiques (P1/P2/P3) nous permettront, je l'espère, de progresser et de développer notre activité. Nous sommes résolument tournés vers l'avenir, décidés à revenir à un mode plus entrepreneurial, plus proche des préoccupations de nos clients.

● PROPOS RECUEILLIS PAR P.L.M.

