

# Scm Group fête ses soixante-dix ans: une histoire de courage, d'ingéniosité et de passion

*La première machine pour la menuiserie Scm remonte à l'été 1952. A compter de ce moment, ce fut le début d'une longue histoire de succès mondiaux et d'acquisitions, au début pour l'usinage du bois et ensuite pour d'autres matériaux. A la tête du Groupe, depuis le début, les familles Aureli et Gemmani.*

**Soixante-dixième anniversaire pour Scm Group**, leader mondial dans les technologies pour l'usinage d'une vaste gamme de matériaux et dans les composants industriels. En effet, le Groupe est né de la vision stratégique de Scm qui en 1952, à Rimini, réalise sa première machine pour la menuiserie en se donnant à compter de cette date une mission bien précise: offrir **la plus vaste gamme de solutions pour l'usinage du bois au niveau international**.

Au fil du temps, le Groupe a développé des technologies et acquis des marques leader non seulement pour compléter l'ensemble des processus de la seconde transformation du bois, mais aussi pour l'usinage des matériaux avancés, du plastique, du verre, du métal et du marbre.

Une longue histoire de succès qui a permis d'atteindre aujourd'hui les chiffres suivants: 750 millions d'euros de facturés en 2021 (dont 90% à l'export), plus de 4.000 employés et une présence directe et capillaire dans le monde entier. A la tête, depuis le début, les **familles Aureli et Gemmani**.

## LES ORIGINES DE SCM

L'histoire du Groupe remonte déjà à 1935, lorsque **Nicola Gemmani** et **Lanfranco Aureli**, experts en mécanique et fonderie, commencèrent à collaborer. En 1952, est née la première machine pour l'usinage du bois, *L'Invincibile*. Elle fut conçue par l'ingénieur **Giuseppe Gemmani**, fils de Nicola. Cette machine, qui, dans l'esprit des fondateurs, devait être spéciale, bien plus simple et fonctionnelle que celles existantes dans le secteur, réussit à répondre aux exigences du marché marqué alors par le boom de la construction et par une forte demande en mobilier de n'importe quelle typologie.

En peu de temps, Scm mit au point une gamme complète de machines pour la menuiserie qui lui permit de conquérir l'ensemble des marchés mondiaux.

Dans les années 60, les fondateurs ont été rejoints par **Adriano et Alfredo Aureli**, fils de Lanfranco, qui avec Giuseppe Gemmani dirigeront et développeront encore davantage l'entreprise avec l'ouverture de filiales à gestion directe dans le monde entier.

En 1976, Scm développa les premiers centres d'usinage et systèmes pour portes et fenêtres en bois massif. Au milieu des années 80, une série d'acquisitions de marques affirmées débuta dans différents secteurs de l'usinage du bois, qui ont consolidé le leadership global de l'entreprise: Mahros pour les systèmes d'automatisation (1984), Minimax pour la menuiserie artisanale (1985) et à la fin des années 80 Gabbiani, Dmc et Morbidelli, leader respectivement dans la découpe, le ponçage et les centres d'usinage à cn pour le panneau. En 1992, la marque Routech fut également englobée, elle signa l'entrée de Scm dans le secteur de la construction bois. Il en fut de même pour la marque Stefani, pilier international en ce qui concerne le plaquage de chant. Au cours des années suivantes, grâce au développement d'autres technologies leader et à d'autres acquisitions (Superfici en 2004, CPC et Sergiani en 2006, Celaschi en 2007), le Groupe a développé à nouveau sa gamme de façon à couvrir toutes les exigences de production du secteur.

## LES STRATEGIES DE SCM: LE CLIENT AU CENTRE DE L'ATTENTION

SCM célèbre le prestigieux cap des 70 ans avec la fierté d'accompagner les clients dans l'ensemble des processus liés au monde du panneau, du massif, de la construction bois et de la menuiserie artisanale.

A propos des principaux objectifs, **Luigi De Vito**, Directeur de la Division Scm et Manager Général du Groupe, n'a pas de doutes: *"Nous voulons être encore plus proches du client avec des solutions fortement personnalisées et conçues selon ses propres exigences"*.

En vue de cela, Scm fait un pas en avant supplémentaire pour garantir **un contact encore plus direct, de la consultation et vente à l'après-vente**. *"Pour nous – poursuit Mr De Vito – cela signifie offrir un support en continu et d'une valeur plus élevée pour les clients; bien comprendre, anticiper, proposer de manière pro-active et de façon plus ciblée ce dont ils ont réellement besoin"*.

Pour faire cela, Scm investit dans les **compétences** de l'ensemble de ses équipes, dans les services technique, commercial et *après-vente* et en cela, le pôle de formation du Groupe joue un rôle fondamental.

En parallèle, le Groupe accélère son parcours de **transformation digitale** sur deux niveaux: en interne, en renouvelant les modèles d'organisation et d'interaction avec le client tout au long de la relation client, ainsi qu'au niveau des produits et services offerts *"pour être encore plus proches de ses exigences de business et étudier ensemble la meilleure stratégie de smart manufacturing (fabrication intelligente)"*.

Pour Scm, tout cela se traduit en technologies digitales et connectées conçues pour des usines plus efficaces et éco-responsables; des systèmes IoT qui permettent au client de préserver et valoriser ses propres technologies durant l'ensemble du cycle de vie; des instruments, comme le nouveau portail **My Scm**, qui permet l'accès à une vaste gamme de services pour visualiser, recueillir et analyser en *temps réel* toutes les informations relatives aux performances productives; une équipe Service qui peut gérer les cas de façon simple et efficace, en fournissant des réponses plus rapides et des solutions sous forme de tutoriels pour guider les clients dans une logique de *partage de connaissances*.

Les **investissements en recherche et développement** sont un autre pilier: *"Non seulement, nous consacrons aux activités de R&D 7% du chiffre d'affaires annuel du Groupe – ajoute Mr De Vito – mais nous pouvons également compter sur une équipe Innovation avec des compétences pluridisciplinaires qui nous permettent d'avoir une approche ouverte, clairvoyante, qui va au-delà des applications spécifiques des secteurs de compétence, toujours au bénéfice du client"*.

Le plan d'investissements met au premier plan également l'**éco-responsabilité** aussi bien au niveau des processus internes qu'au niveau des produits et services, *"pour offrir au client des solutions qui réduisent les espaces occupés dans l'entreprise, les temps d'usinage et les marges d'erreur, en plus de contenir les coûts liés aux consommations d'énergie et les pertes en ressources et matériaux"*.

En soixante-dix ans, Scm a atteint une **présence toujours plus directe et capillaire** au niveau international. Comment maintenir une équipe internationale unie ? Là aussi, Mr De Vito n'a pas de doutes: *"Avec un très fort esprit d'équipe; celui-là même qui nous a permis de poursuivre notre parcours de croissance avec une convergence des objectifs qui n'était pas tenue pour acquise, même dans les moments plus complexes comme ces dernières années marquées par la pandémie. Le client au cœur de toutes les attentions et une approche humaine et intelligente, sont les valeurs qui guident au quotidien notre activité dans les pôles industriels en Italie tout comme dans les filiales à l'étranger. En plus de cela, nous souhaitons continuer à être ouverts à des collaborations et partenariats dans tous les secteurs (recherche, technologie d'information, formation, support commercial, assistance technique, etc...) en ayant toujours comme objectif principal la valeur du client"*.

Malgré les incertitudes actuelles liées à la flambée des coûts des matières premières et de l'énergie, **Scm continue à investir également dans les sièges en Italie**. *"Nous sommes en train d'augmenter la capacité productive de nos sites industriels qui enregistrent déjà aujourd'hui une*

*production moyenne de **20.000 machines par an**. En plus d'augmenter les surfaces, nous opérons des modernisations – comme celle en cours à Rimini – de façon à obtenir des espaces plus écoresponsables et conviviaux pour notre personnel. Un autre driver important est la **digitalisation de nos lignes de production**, qui se poursuit avec la diffusion dans les différents sièges des processus lean et des systèmes de contrôle FCS (Factory Control System – Système de Contrôle d'Usine) en ligne avec les nécessités de l'Industrie 4.0. L'objectif est celui d'améliorer l'organisation industrielle à travers une meilleure intégration de l'usine avec les systèmes informatiques”.*

Enfin, dernier point et pas des moindres, les **investissements dans les filiales commerciales à l'étranger** comme cela a eu lieu avec la restructuration du siège de SCM en Amérique du Nord, au Canada, à British Columbia (sur la côte Ouest) et avec l'ouverture de nouvelles filiales en Inde et en Turquie, pour garantir une présence toujours plus directe et capillaire sur les marchés stratégiques.

La solidité, l'internationalité, l'innovation et les personnes: voici les valeurs qui ont toujours fait partie du Groupe Scm, hier comme aujourd'hui.

---

**Scm Group** est leader mondial dans les technologies pour l'usinage d'une vaste gamme de matériaux et dans les composants industriels. Les sociétés du groupe sont, dans le monde entier, des partenaires fiables d'industries affirmées qui opèrent dans des secteurs d'activité variés : de l'industrie du meuble au bâtiment, du secteur automobile à l'aérospatial, du nautisme à l'usinage de matières plastiques.

Scm Group coordonne, soutient et développe un système d'excellences industrielles, articulé en 3 grands pôles productifs hautement spécialisés en Italie, avec un chiffre d'affaires de plus de 750 millions d'euros, 4.000 employés et une présence directe sur les cinq continents.

Pour tout complément d'information :

**SCM FRANCE** - Laetitia KPANOOU, assistante marketing  
Tél.:04 72 66 23 08 - mail : lkpanou@scmgroup.com