

ENTRETIEN AVEC ÉRIC RAMPENBERG DIRECTEUR GÉNÉRAL DUARIB GROUP

Le 2 avril 2025 – Depuis son arrivée, Éric Rampenberg accompagne une transformation d'ampleur au sein de Duarib Group. À l'aube d'une année clé, cette évolution marque un tournant stratégique majeur pour l'entreprise. Il nous en dévoile les enjeux et les objectifs à travers sa feuille de route 2025-2027.



Duarib Group vient d'annoncer une transformation majeure début 2025. Quels sont les enjeux stratégiques pour le groupe ?

« Nous avons repensé notre organisation en profondeur. Jusqu'ici, CDH Group réunissait trois PME indépendantes sous une force commerciale commune, avec des identités et des gammes distinctes. Aujourd'hui, nous structurons l'ensemble sous un modèle d'Entreprise de Taille Intermédiaire (ETI), autour d'une marque étendard : Duarib. Pour renforcer notre position sur le marché des équipements d'accès et de travail en hauteur, la gamme Centaure professionnelle est désormais intégrée à l'offre Duarib. Ce regroupement nous permet de gagner en clarté et en impact, auprès des professionnels du bâtiment et de l'industrie. »

Ce repositionnement entraîne-t-il des modifications au niveau de l'organisation ?

« Oui, au-delà du changement de marque, nous avons fait évoluer notre structure juridique : CDH Group SAS devient Duarib Group SAS. Ce choix marque notre passage d'un modèle de trois PME indépendantes à une organisation industrielle intégrée. Nos sites de production ont désormais vocation à être multi-marques et nous gérons notre portefeuille de marques par canaux de distribution. »

Comment évolue votre positionnement sur le marché ?

« Nous bénéficions d'une solide présence, reconnue auprès de tous les professionnels grâce à un maillage de proximité sur tout le territoire, mais nous ambitionnons également une croissance auprès des grands acteurs nationaux. Le changement de statut vers une ETI nous confère une nouvelle dimension. Au-delà de notre reconnaissance en tant que fabricant, nous nous positionnons désormais comme un partenaire stratégique capable d'accompagner les grands donneurs d'ordre. »

Cette transformation marque un tournant pour Duarib Group. Quels investissements ont été réalisés pour accompagner cette transformation ?

« Nous avons engagé des investissements majeurs sur plusieurs fronts. Un nouvel ERP est en cours de déploiement pour harmoniser la gestion de l'entreprise et optimiser nos flux internes.

En production, sur notre site de Saint-Philbert-de-Grand-Lieu, nous renforçons nos capacités avec de nouveaux robots et des processus d'automatisation. »

Quels sont les principaux atouts de Duarib pour relever ce challenge ?

« Sans hésitation, ce sont l'engagement des équipes et l'état d'esprit qui portent cette transformation. La mobilisation de chacun a permis une refonte des gammes sans interrompre l'activité. Aujourd'hui, ma mission est de fournir aux équipes des outils pour simplifier les processus. Dans ce contexte, une feuille de route simple et claire est essentielle pour fédérer les équipes sur la durée. »

Pouvez-vous détailler les grandes lignes de votre feuille de route ?

« Nous avons défini une feuille de route 2025-2027, simple et opérationnelle. Notre objectif principal est de fluidifier le parcours client. Nous sommes solidement implantés sur le marché de la construction et nous accélérons notre développement sur d'autres marchés stratégiques comme l'industrie en collaboration avec nos partenaires distributeurs.

Vous avez misé sur une diversification sectorielle plutôt qu'une expansion géographique, quels sont vos objectifs ?

« En développant notre présence dans d'autres secteurs, nous cherchons à sécuriser notre trajectoire par une meilleure répartition des cycles économiques sectoriels. Nous avons fixé un objectif ambitieux : une croissance à deux chiffres sur notre cœur de métier sur les trois prochaines années. Cela nécessite le développement de nos compétences et un accompagnement spécifique des équipes pour réussir cette transformation. »

Votre marché impose des contraintes spécifiques. Comment adaptez-vous votre offre ?

« Nos clients ont des besoins très précis, encadrés par des réglementations strictes. Nos solutions doivent répondre à trois exigences majeures : garantir la sécurité des opérateurs, s'adapter à des configurations spécifiques et respecter les normes en vigueur. Nous avons donc misé sur la proximité avec nos clients et tous les utilisateurs clés de nos produits, l'expertise de nos équipes, le conseil apporté et l'adaptation de notre offre au plus près des besoins comme solution durable aux problématiques rencontrées. »

Quel est l'atout majeur de votre nouvelle stratégie et de la marque unique ?

*« **Un parcours client simplifié** et une expérience fluide de bout en bout : un seul contact assure désormais un service unifié, que ce soit pour des solutions standards ou sur-mesure. »*

Vos produits sont fabriqués en France. Pourquoi cet engagement local est-il essentiel ?

« Ce n'est pas un simple argument marketing, mais une garantie de qualité et de proximité. Concevoir et produire en France nous permet d'assurer une disponibilité des pièces détachées sur le long terme, de respecter les normes les plus strictes et d'offrir un service réactif à nos clients. Notre présence industrielle à Rouen, Nantes et Strasbourg est un atout majeur. Duarib Group conserve une identité industrielle profondément enracinée en France.

En résumé, quels sont les piliers de votre feuille de route ?

*« Tout repose sur trois éléments essentiels : **l'humain**, avec des équipes engagées qui portent cette transformation ; **la simplicité**, qui guide notre offre, nos services et l'expérience client ; et **la proximité**, grâce à un ancrage territorial fort, un service après-vente fiable et un engagement*

durable. Cette combinaison nous permet de préserver la réactivité d'une PME tout en structurant notre développement en une ETI performante. »

2025 est une année clé pour asseoir la nouvelle identité de Duarib. Quelle est la priorité ?

« Nous mettons tout en œuvre pour assurer le déploiement de notre nouvelle offre et de notre identité visuelle. Trois actions majeures sont en cours : un catalogue repensé, un site internet optimisé et une communication renforcée pour valoriser nos engagements. Nous devons renforcer notre positionnement en mettant en avant trois atouts clés : le Made in France, gage de qualité et de fiabilité ; nos certifications, synonymes de sécurité et de durabilité ; et notre expertise sur le marché de l'accès et du travail en hauteur pour les professionnels. »

À propos de Duarib Group SAS

Le groupe français Duarib Group fabrique et commercialise une gamme complète de solutions pour l'accès et le travail en hauteur et la manutention. Les produits sont distribués sous trois marques complémentaires : Duarib, Centaure et Haemmerlin. La marque Duarib s'adresse aux professionnels en offrant des solutions performantes pour l'accès et le travail en hauteur, telles que des plates-formes, des échafaudages, des échelles ou des escabeaux. La marque Centaure, quant à elle, est spécialisée dans les équipements d'accès en hauteur destinés au grand public. Enfin, Haemmerlin est reconnue pour ses équipements de manutention, conçus aussi bien pour les professionnels que pour les particuliers, notamment des brouettes et monte-matériaux. Avec une capacité de fabrication annuelle de milliers d'unités, le groupe compte en France plus de 350 employés répartis dans ses trois sites industriels situés à Saint-Philbert-de-Grand-Lieu (Loire-Atlantique), Romilly-sur-Andelle (Eure) et Saverne (Bas-Rhin). Duarib Group est une filiale du groupe international ProDriven Global Brands. www.duarib.fr

À propos de ProDriven Global Brands

ProDriven Global Brands est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de solutions d'accès et de travail en hauteur, reconnues pour leur fiabilité et leur performance. L'entreprise, forte de son expérience internationale, déploie des stratégies d'innovation pour répondre aux besoins croissants des professionnels dans divers secteurs. ProDriven Global Brands emploie 5 000 personnes à travers le monde sur les cinq continents.

L'appartenance à ProDriven Global Brands, nouveau nom de WernerCo depuis août 2024, reflète une vision mondiale et une stratégie de croissance orientées vers les professionnels des secteurs de la construction, de l'industrie et de l'automobile. Ce changement de nom symbolise l'engagement du groupe à fournir des solutions de sécurité, de productivité et de performance grâce à un portefeuille diversifié de marques reconnues (www.prodrivenbrands.com).