



# GYMNOVA

## La ruche marseillaise

LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE, CHOISIE POUR ÉQUIPER LES JEUX OLYMPIQUES DE PARIS, RESTE FIDÈLE À MARSEILLE ET AUX GENS QUI ONT BÂTI SON HISTOIRE.

C'est en 1996 que GYMNOVA a emménagé rue Gaston de Flotte, dans le 12<sup>e</sup> arrondissement de Marseille. Une date

importante pour la société créée en 1978 par Gérard Barbaferi et Henri Miceli. En visitant ses locaux, on croise d'ailleurs le premier nommé, qui vient quasiment tous les mardis pour une mission singulière : sensibiliser chaque nouvelle recrue à l'esprit et l'histoire de GYMNOVA. "On n'est pas que des marchands de tapis", glisse astucieusement Patrice Ferraina, le directeur général adjoint, en référence à ce premier brevet déposé en 1972 pour des mousses tellement moins lourdes que celles vendues par leurs concurrents de l'époque. "L'important, pour nous, ce

sont les gens. On s'engage dans une aventure humaine plus que dans une boîte." Avec un dénominateur commun : la gymnastique.

Tous les commerciaux ont pratiqué l'une de ses disciplines, y compris le parkour, vous précisera le designer. Les autres y ont souvent goûté aussi et parlent ainsi le même langage, qu'ils traduisent aux rares non-initiés. Il suffit de déambuler dans les différents bureaux qui se succèdent pour s'en rendre compte. La responsable de l'administration des ventes, qui anime deux équipes d'assistants et assistantes commerciaux et gère quelque 8000 commandes ; GYMNOVA service, en charge des événements, et notamment des Jeux olympiques, qui assure le suivi depuis la commande jusqu'à l'installation, avec une dizaine de personnes pour s'occuper de la pose ; les spécialistes informatique, marketing, communication... Aux murs, partout, des affiches et des photos narrent la passion de

la gymnastique. Un ADN commun qui se décline même au-delà, dans l'atelier des lieux, où sont fabriqués les prototypes. "On n'aime pas valider sur ordinateur", sourit Remi Karakotchian, le directeur général, fidèle à cette idée initiale de la firme marseillaise : concevoir des produits qui facilitent l'acquisition des techniques de base, avant même d'aller chercher la performance, créer des agrès et des accessoires, les adapter aux différents physiques des athlètes, quel que soit leur âge, ne serait-ce que pour protéger leur intégrité.

## Demande en forte croissance

Bien sûr, ce n'est pas là que s'effectue la production. L'entreprise possède deux sites délocalisés : au Balmay, dans l'Ain, où une soixantaine de personnes fabrique les agrès puisqu'à l'origine, il s'agissait d'une scierie qui assemblait des échelles, et à Wattrelos, dans le Nord, qui dispose de trente-cinq personnes pour la production des tapis. Ce n'est pas si étonnant que GYMNOVA se soit finalement imposé comme le n°1 mondial, équipant près d'un millier de salles, dont sept cents en France, les autres dans des pays porteurs comme le Royaume-Uni, la Belgique, la Norvège, la Suisse, l'Espagne...

Pour répondre à cette demande, en forte croissance à l'international, un nouveau métier s'est développé qui occupe le bureau d'étude commerciale. Il conçoit les implantations de salles spécialisées partout dans le monde. Un travail d'ingénierie sur mesure pour dessiner, déterminer les meilleures solutions en fonction des attentes des clients, de la liste de matériel, du public, et pour répondre à l'évolution des pratiques gymniques. C'est aussi ce service qui, dès l'appel d'offre, envisage les interventions ou la pose d'ancrage, l'intégralité des plans techniques pour faciliter les besoins des architectes. "Dans le processus simplifié, il y a le terrain, les commerciaux, les distributeurs, l'administration des ventes, le bureau d'études commerciales qui interprètent la demande, renvoie à l'administration des ventes qui fera le chiffrage, une estimation des coûts", résume Patrice Ferraina. Porté sur l'innovation autant que l'export, GYMNOVA n'est décidément plus un simple marchand de tapis. *Ville*

Tél. +33 (0)4 91 87 51 20  
info@gymnova.com

[WWW.GYMNOVA.COM](http://WWW.GYMNOVA.COM)

