

Miditraçage laisse sa marque sur les routes

La PME familiale aptésienne tient bon face aux grands groupes et réfléchit aux mobilités de demain



Fondateur, Michel Rey (au centre), demeure président de l'entreprise, mais la transition est lancée depuis plusieurs années déjà : sa fille Chloé (à droite), est aujourd'hui directrice générale. / PHOTO M.DG.

Ils ont repeint le périf' parisien, le viaduc de Millau ou encore la réplique de la piste d'atterrissage des hélicoptères du Castellet sous l'abbaye de Saint-Victor, près du Vieux-Port de Marseille. Autant de petites fiertés pour Miditraçage, société aptésienne familiale qui écrit son histoire sur les routes de France depuis près de quatre décennies. Sa spécialité ? La sécurisation de la chaussée, du conseil à l'exécution : peintures, signalisation verticale (panneaux), glissières de sécurité, balisages temporaires de zones en travaux...

70 % de l'activité en commande publique

"Miditraçage a été fondée en 1984 à Apt, raconte Chloé Rey, actuelle directrice générale, *L'histoire, c'est que mon père travaillait pour l'entreprise de travaux publics de mon grand-père. Un jour, il était sur la route, et il est tombé sur des travaux. En patientant pour passer, il a réalisé que toutes les machines qui faisaient la peinture du sol étaient immatriculées en région parisienne. À partir de là, il s'est dit qu'il y avait une place*

à prendre et s'est lancé. En plus, cette offre était complémentaire de celle de son père."

Devenue une belle PME de 300 salariés (équivalents temps plein) et 35 millions d'euros de chiffre d'affaires, Miditraçage réalise aujourd'hui 70 % de son chiffre d'affaires grâce aux commandes publiques dans tout l'Hexagone. À la société familiale sont venues s'ajouter une entreprise nantaise, devenue filiale à 100 % en 2018, puis une seconde, dont l'acquisition vient tout juste d'être formalisée. Des opérations de croissance externes "par opportunités", explique la dirigeante, qui plutôt que des absorptions en série, voit dans la "stabilisation" post-Covid et "l'accompagnement des clients", notamment en élargissant l'offre, ses priorités.

Commandes publiques plus tardives que d'habitude, pénurie inquiétante de pigments blanchissants chez les fournisseurs... La crise sanitaire a en ef-

fet impacté Miditraçage, qui a enregistré un recul de 15 % de son chiffre d'affaires en 2020, avec des disparités géographiques dans ses 14 agences. "Les clients d'Esvia, notre filiale nantaise, sont revenus très vite au déconfinement, ils étaient prêts. Ça a été un peu plus compliqué chez Miditraçage", reconnaît Chloé Rey.

Mais cette année un peu creuse aura tout de même permis à l'entreprise de se projeter dans l'avenir. Elle vient de sortir "Vénus", une peinture photoluminescente (voir ci-dessous), illustration de cette démarche, qui pourrait permettre des économies d'éclairage publique. Et planche sur les mobilités du futur : voies douces, mais aussi voitures high tech. "On entend parler de véhicules autonomes, de routes connectées... Ils vont se servir de la signalisation, nous devons nous adapter", conclut la directrice générale.

Marguerite DÉGÈZ

REPÈRES

Miditraçage a été fondée en 1984 à Apt. Elle possède aujourd'hui deux filiales, 14 agences, emploie 300 ETP et réalise un chiffre d'affaires de 35 M€.

L'INNOVATION

Quand la signalisation brille dans le noir

Elle a été conçue pour Miditraçage par un partenaire, qui en assure aussi la production. Lancée il y a deux mois, Vénus est une peinture photoluminescente. Testés sur plusieurs chantiers, à La Baule et Apt, ses pigments se chargent dans la journée de lumière, et la relâchent la nuit, durant six à neuf heures. "C'est une demande qui émane de nos clients, pour la sécurité et pour des raisons environnementales : elle peut permettre de réduire les dépenses en électricité et être source d'économies (par exemple en n'allumant l'éclairage public que lorsque la peinture ne fait plus effet)", précise Chloé Rey. Ses trois couches obligatoires - dont une dotée des fameux pigments - en font en revanche un produit plus cher qu'une peinture classique, à minima 50 % au dessus. Mais ce produit innovant pourrait bien être source de croissance pour Miditraçage. À suivre.

