

## MADIC GROUP

Les énergies au cœur



*Rares sont les entreprises industrielles qui développent leur expertise à l'international, tout en conservant une stratégie de développement durable. MADIC group est l'une d'entre elles ! Rencontrez avec José Taledo, le directeur marketing, R&D et ventes de la branche industrielle de ce groupe familial, qui innove sur 3 axes : les énergies automobiles, le paiement sans surveillance et le parcours client.*

[www.groupe.madic.com](http://www.groupe.madic.com) - [in](#) [t](#)

### Quelle est l'identité de MADIC group ?

Créé il y a 50 ans et toujours sous la présidence de son fondateur Christian Blossier, le groupe a grandi dans le respect de ses 3 valeurs fortes : l'Humain, l'Entreprise et la Planète. Avec 100% de capitaux privés français, 1300 salariés, un CA de 220 M€, et 32 sites implantés majoritairement en France, mais aussi en Europe, Afrique et Amérique du nord, MADIC group se distingue à l'international comme un acteur majeur dans les équipements pétroliers, les bornes de recharge pour véhicules électriques, les solutions monétiques et la communication digitale. D'où une influence positive sur les collaborateurs et partenaires, qui apprécient la solidité de la ligne hiérarchique et décisionnelle. C'est elle qui contribue à l'alliance d'une stratégie sur le long terme et d'une agilité dédiée au développement. C'est elle encore qui, lorsque de lourds investissements sont à mettre en œuvre, permet de dégager les ressources nécessaires. Chez MADIC, chaque voie est très réfléchie au sein d'une stratégie globale inscrite dans la durée. Il est important, alors que les cycles de vie des produits se raccourcissent et que le secteur devient de plus en plus technologique, d'être agile et de se concentrer sur des produits et services qui répondent aux besoins du marché et de l'environnement.



### Parlez-nous 'produits' !

MADIC group travaille et investit dans l'électromobilité depuis 10 ans. Par exemple, nous sommes actuellement sur la conception de bornes de recharge de troisième génération permettant des temps de charge très courts et acceptant toutes sortes de moyens de paiement, dont les cartes bancaires. D'une manière générale, nous élargissons le champ de nos recherches à toutes les énergies, y compris celles de demain, comme l'hydrogène vert.

Notre deuxième axe de développement stratégique concerne des produits de haute technologie pour des besoins encore en devenir dans le domaine des paiements dématérialisés.

Enfin, notre particularité est de toujours imaginer et concevoir le produit ou le service dans son environnement final. Notre but est de proposer des solutions efficaces s'intégrant dans le parcours Client, afin de permettre à nos partenaires d'améliorer l'expérience Client et développer la performance de leurs espaces commerciaux.

### Avez-vous été impactés par la crise de la COVID 19 ?

L'année 2020, qui aurait dû être exceptionnelle, ne remplira pas tout à fait ses promesses. Nous sommes sereins car le bilan reste très correct. Globalement nous avons surtout pris du retard, et avons dû décaler dans le temps certains projets. Pour les années 2021 et 2022, nos activités seront en plein essor et tous les indicateurs sont au vert !



Paru Dans

Capital

23 DÉCEMBRE 2020

