

BATI DISTRIBUTION

N°3 • DÉCEMBRE 2008 / JANVIER 2009 • ISSN 1968-7451

Les fournitures techniques pour le bâtiment



Technicité
Longévité
Performance

Diager, votre partenaire

■ Premier fabricant européen de forêts béton.

■ Solutions perçage pour tous les métiers du bâtiment.

■ 55 ans d'expérience dans la fabrication d'outils.

■ Une présence commerciale dans 80 pays.

Rue Henri Moissan - BP 90149 - 39802 POLIGNY Cedex - FRANCE
Tél. +33 (0)3 84 73 74 75 - Fax +33 (0)3 84 73 74 76
contact@diager.com - www.diager.com

DIAGER®

du côté des **fournisseurs**
stratégie

Cecil, c'est pro, c'est écolo

La société lyonnaise est depuis février 2006 dans le giron du groupe jurassien familial V33. Sous sa marque se regroupent les activités professionnelles de l'entreprise.

Dans le domaine de la peinture et des produits du bois, explique José Lenzi, directeur marketing de Cecil, nous avons à faire à des géants mondiaux. Face à eux, notre moteur, notre clé du succès, c'est notre capacité d'innovation. C'est ce qui nous permet de nous démarquer, avec des options fortes comme nos importantes capacités de stoc-

kage. Nous offrons un taux de service de 98,5% ! » Depuis le rapprochement des sociétés, les marques professionnelles « Cecil professionnel » ; « Cecil industriel » ; « Plastor » ; « Termifilm » et les marques grand public « V33 » ; « Libéron » ; « Diamantine » ont été partagées entre la division pro « Cecil » et la division Grand public. Des synergies entre la maison mère et la

filiale Cecil sont en cours d'aménagement. V33 manage la division grand public et Cecil la division professionnelle (20% du CA). Le siège de la filiale Cecil reste pour sa part ancré au sud de Lyon à Chasse-sur-Rhône. Le groupe mise sur le mouvement et préfère devancer le marché en consacrant 5% de son chiffre d'affaires en R & D. Le groupe V33, très attaché à

son implantation historique dans le Jura, dispose d'un site de production et siège social particulièrement bien intégré au paysage et respectueux de l'environnement forestier. Sur ses 20 hectares, le groupe a installé un hub logistique conséquent. Trois grands bâtiments, de 10 000 m² chacun appuient le choix stratégique du stockage. Un élément clé du dispositif qui propose un

Le groupe n'est pas fabricant de matières premières mais s'occupe de la formulation des différents produits qui sont stockés dans d'impressionnantes cuves.



Le site est automatisé à 98% à partir d'une salle de pilotage.



service très poussé aux distributeurs.

Le pro et l'international en développement

« Les axes de développement sont doubles, il y a d'une part l'international, avec le défrichage de nouveaux marchés dans les PECO (Pays d'Europe Centrale et Orientale), comme la Roumanie ou l'Ukraine que nous ouvrons l'année prochaine. Et d'autre part, pour ce qui est de la typologie marché, nous tenons à développer l'activité professionnelle où nous avons encore des points à prendre », poursuit José Lenzi. Les options à court et moyen terme de V33 et de Cecil professionnel se résument à des objectifs ambitieux :

- être leader en produits bois et peintures techniques ;
- devenir une des trois premières marques en produits de décoration sur le marché national ;
- accompagner le développement à l'international des clients ;



V33, société familiale basée dans le Jura depuis plusieurs générations. Le site de production et siège social, installés sur 20 ha, s'intègrent jusqu'au détail à l'environnement de la région.

- développer des partenariats MDD ;
- Etre leader avec les produits bois sur le marché professionnel.

La force des marques

« Nous avons une stratégie de marque que nous défendons. Toutes les nouveautés sont bien évidemment réservées dans un premier temps à nos marques. Les MDD n'ont jamais la même formulation, même si elles bénéficient de nos avancées technologiques dans un second temps. Ces MDD fabriquées par le groupe sont reconnues et correspondent à une part significative de l'activité, dans la distribution et jusque chez des loueurs, comme Kilooutou. »

Ce positionnement suit en partie le marché et l'on constate, d'après les données Nielsen, que les MDD gagnent quelques points sur la plupart des marques, développement qui finit

par inquiéter les fabricants. Ils doivent arbitrer au plus juste pour défendre leurs marques sur lesquelles ils ont capitalisé.

Cette différenciation passe également par le choix des canaux de distribution. Cecil professionnel et Termifilm ont pour vocation à être uniquement vendus par le négoce professionnel, même si parfois, ils cohabitent avec V33 et Libéron pour ses distributeurs qui font une importante part de leur chiffre d'affaires avec les particuliers. « En gros, pour tous ceux qui ne cassent pas les prix, ce qui exclue de fait le hard discount », poursuit José Lenzi.

Des valeurs bien affichées

« Des valeurs très fortes portent notre activité. Tout d'abord l'innovation, et de l'innovation tendue vers le développement durable. Déjà 80% de nos produits respectent le programme

En bref



José Lenzi, directeur marketing de Cecil.

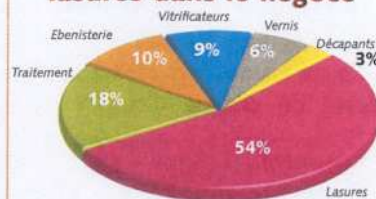
Cecil

Filiale professionnelle de V33
Basé à Chasse-sur-Rhône
Marques : Termifilm, Plastor, Cecil Industriel, Cecil Professionnel.
Effectif : 55 personnes
Distribution matériaux : 90%

V33

Groupe familial basé à Domblans dans le Jura et qui a fêté ses 50 ans en 2007.
Filiales en Espagne, Italie, Pologne, Royaume-Uni, Belgique et Suisse.
Distribution en Russie, Ukraine, Danemark...
Effectif : 550 personnes
France : 75%
International : 25%
Division grand public : 80% du CA
Division Pro (Cecil) 20% du CA
5% du CA consacré en R&D
V33, marque leader en GSB avec 41% de PDM en produits bois et 19% PDM en peintures spéciales
Marques grand public : Diamantine, Libéron, V33
Certification Iso 9001 et Iso 14001

Le poids des lasures dans le négoce



Les lasures longue durée deviennent majoritaires avec 70% de PDM

Source : Etude interne Cecil 01/08

Les produits se dotent d'un indice

D'après une étude interne de Cecil, la première attente des artisans est de disposer de produits performants dans la durée. Les solutions mettent en œuvre des protections contre les UV, des barrières à l'eau liquide, une microporosité à la vapeur d'eau, une accroche sur tous les supports bois... Bref, pour mettre toutes ces solutions en avant, les fabricants, surtout pour le marché grand public, se sont lancés dans une segmentation de marché liée à des années de garantie. 4 ans pour commencer, puis 6 ans, 8, 10 et maintenant 12 années ! Pour rompre avec cette surenchère, Cecil a décidé de se baser sur un autre critère de choix qui s'apparente aux protections solaires en prenant en compte des indices de protection UV. Une nouvelle clé originale pour segmenter la performance de ses produits. Avec un indice 15 de protection active suit un indice 30 de protection élevée, de 45 pour une protection forte et 65 pour une protection totale. Ces indices sont établis grâce à des tests normalisés de vieillissement accéléré des lasures.



du côté des fournisseurs

stratégie

Les lasures acryliques sont en forte progression : Lasures solvantées sont à moins 15% avec 75% de PDM et lasures acryliques sont à plus 15% avec 25% de PDM.

C.O.V. 2010... sans oublier les biocides, les formules 0% NMP et NEP etc., explique José Lenzi. Depuis janvier 2001, le groupe est certifié ISO 14001. Ensuite, nous avons l'exigence de la qualité avec la mise en place de procédures qualitatives très élevées. Nous sommes ISO 9001, ce qui se concrétise par une sélection rigoureuse des matières premières, des tests et contrôles exigeants. Enfin la culture client est une valeur incontournable du groupe, avec un accompagnement très fort dans la vente de nos produits ».

L'aide à la vente, en action

Toutes ces innovations « produit » sont également portées par une politique de soutien aux distributeurs. Le site internet, ouvert en novembre 2007 pour Cecil Professionnel, propose des pages claires et didactiques (Foire aux questions, renvoi aux distributeurs les plus proches etc.). Le site dispose également d'espaces privés réservés à ses clients, des espaces dédiés ou chaque distribu-



Il y a dix ans, 80% des produits étaient fabriqués à base de solvant pour 20 % en phase aqueuse. Aujourd'hui V33 en est à 50/50 et d'ici deux ans, 80% seront en phase aqueuse.

teur peut trouver de l'information, les promos en cours, ses prix etc. Le site devrait s'ouvrir vers des commandes en ligne très rapidement. Un service consommateur a également été mis en place. Enfin, élaboré cette année, un concept merchandising complet a été développé et sera progressivement déployé dans 1 500 points de vente. « Ces concepts sont très courants dans l'univers grand public, poursuit José Lenzi. Pour l'univers professionnel, ce n'est pas moins essentiel avec le développement des libres-services. Il faut prendre l'avantage avec des linéaires, de la PLV, de l'ILV... L'investissement est lourd et pas forcément payé dans chaque point de vente,

mais c'est notre façon de dire « Nous vous accompagnons pour valoriser votre point de vente ».

Le shopping shop est segmenté en quatre parties : traitement, finitions extérieures (lasures, saturateurs, peinture), finitions intérieures (vitrificateurs, huiles parquet, vernis), et d'autres produits comme les anti-mousse, le procédé anti-termites breveté Termifilm, les peintures pour toiture. Cecil Professionnel, en résumé, propose une gamme de produits qui répond à cinq fonctions essentielles : préparer, traiter, décorer à l'intérieur, décorer à l'extérieur et protéger. Soixante et une versions sont disponibles et adaptables en fonction du

Petit historique de Cecil

La société Cecil est une émanation du groupe Condat, spécialiste des lubrifiants. Cecil se spécialise dans le traitement du bois et la décoration. En 2000, la société procède à une croissance externe avec le rachat de Diamantine, une société spécialisée dans le même domaine mais tournée vers la GSB. En 2004-2005, le groupe Condat décide, dans un environnement concurrentiel très fort, de céder l'activité. La cession se fait en février 2006 au groupe familial jurassien V33. A partir de cette date, les activités professionnelles de V33 sont regroupées sous la coupe de Cecil, devenu Cecil Professionnel, tandis que les activités grand public de Cecil passe sous celle de V33.

point de vente, aussi bien sur rack que sur gondole, pour des dimensions de 1 à 6 mètres, voire 10 mètres pour les spécialistes, à qui les module V33 peuvent être rajoutés. Ce déploiement est relayé sur le terrain par une force de vente de 14 commerciaux. Le siège accueille également quatre sessions par an de formation qui rassemblent de 8 à 12 points de vente. Des demi-journées de formation peuvent être organisées directement chez le distributeur.

E.S.



Le linéaire Cecil sera déployé de janvier à l'été prochain.