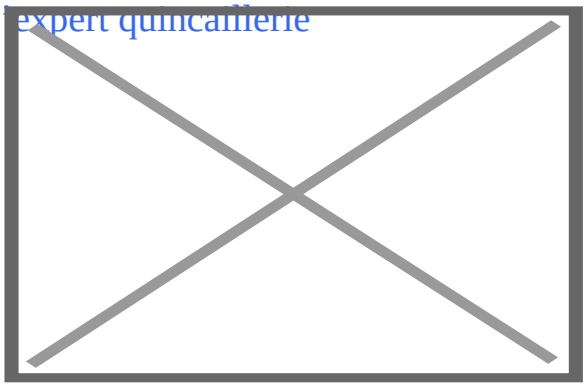
septembre 2013

Norail

L'expert quincaillerie



Reprise en 1999 par le groupe CDE Blangis, la société

Norail met en place une politique globale alliant innovation, marketing, logistique, implication sociétale. S'appuyant sur une stratégie commerciale axée sur la valeur ajoutée des produits et sur une grande proximité avec les distributeurs, l'entreprise ambitionne désormais une position de challenger en négoces matériaux sur le marché de la visserie-boulonnerie.

La société Norail a été créée en 1962 par Guy Poulain dans la ville du Cateau-Cambrésis (59) connue, pour l'anecdote, pour être la ville natale du peintre Henri Matisse. Au départ l'entreprise nordiste est spécialisée sur la fabrication et la vente de rails pour rideaux, activité d'où elle tire d'ailleurs son nom, Norail étant la contraction de Nord et de Rail. Peu à peu, l'entreprise se diversifie pour également commercialiser de la quincaillerie et plus particulièrement de la visserie-boulonnerie. Compte tenu des évolutions de marché, cette dernière famille de produits prend progressivement le pas sur la production de rails et devient finalement, aux débuts des années 1980, l'activité principale de l'entreprise qui réalise alors une part importante de son chiffre d'affaires à l'exportation. En 1999, l'entreprise est reprise par le groupe CDE Blangis spécialiste français reconnu sur le marché français de la quincaillerie avec notamment la marque de roues et roulettes Guitel.

Aujourd'hui, le chiffre d'affaires de Norail est réalisé sur deux grandes familles de produits commercialisées uniquement dans les négoces matériaux et les libres-services agricoles (Lisa), à savoir la visserie/boulonnerie/fixation et la quincaillerie généraliste.

Un catalogue de 13 000 références

Représentant 60% du chiffre d'affaires de l'entreprise, la première famille s'intègre parfaitement dans les plans de vente des négoces matériaux. Elle regroupe six sous-familles : la clouterie (pointes, clous de maçon, crampillons, clous de tapissier… en acier ou galva) ; la pitonnerie (à vis bois, à vis métaux) ; la visserie (traditionnelle, inox et StarBlock, nous y reviendrons) ; la boulonnerie (boulons à métaux, boulons poêlier, boulons à tête fendue/six pans/hexagonale, de charpente, écrous…) ; inox (pointes, pitons, vis…) ; fixation (chevilles nylon, polyéthylène, à expansion, à visser, métallique, à frapper…).

Les 40% restants sont réalisés sur des références de quincaillerie, comprenons de la quincaillerie d'ameublement avec la marque Cime (boutons, poignées, paumelles, charnières, loqueteau crochet, équerre assemblage, serrure, taquets, équerres…), des roues, roulettes et plateaux roulants avec la marque Guitel (cf. encadré), de la quincaillerie de bâtiment (pentures, verrous, accessoires pour volets, portails, portes de

garage, seuils, sanitaires, des connecteurs…) mais aussi des chaînes et des cordes ainsi que tous les accessoires qui s'y rapportent (ficelles, cordeau, mousquetons, tendeurs, câbles, sangles, poulies…). Au total, Norail regroupe environ un tiers (13 000) des 33 000 références que commercialise le groupe CDE Blangis.

StarBlock la référence pour le bois

Au sein des négoces matériaux, l'entreprise Norail est essentiellement reconnue pour son offre en visserie qui comme le reste des produits est commercialisé sous la marque éponyme Norail. Toutefois, depuis quelques années, Norail propose également une gamme complète de vis dédiées au travail du bois (de l'assemblage à la construction en passant par la terrasse) baptisée StarBlock. Exclusivement destinée aux opérations professionnelles, la vis StarBlock est fabriquée en acier bichromaté ou en acier zingué (une partie de la gamme est shérardisée pour être plus résistante à la corrosion) et possède une tête incassable, un filetage incliné pour favoriser la pénétration dans le matériau tout en évitant les risque de fendage et une pointe spécialement usinée pour permettre une amorce immédiate. Elle est proposée dans trois empreintes, à savoir Pozidriv (diamètres 4 à 6 ; longueurs de 12 à 140 mm), Torx (3-6 ; 15 à 160 mm) et Double (4-6 ; 16 à 140 mm). Cette dernière, brevetée par Norail, combine à la fois l'empreinte Philips et Carré et présente l'avantage d'éviter que la vis ne tombe de l'embout et que ce dernier ne dérape dans la tête. Elle est ainsi recommandée pour les vissages dans les endroits difficiles d'accès ou les opérations qui nécessitent de conserver une main libre, par exemple pour permettre à l'artisan de s'accrocher lors de travaux en hauteur.

Une segmentation adaptée aux négoces

Pour faciliter le facing des linéaires dans les libres-services des négoces matériaux, Norail a instauré un code couleur propre à chaque famille de produit. Par exemple, l'univers boulonnerie est rapidement identifiable grâce à sa couleur bleue, la visserie à sa couleur verte et la clouterie à sa couleur rouge. Pour insister sur la spécificité des produits inox, Norail leur attribue la couleur violet. Pour la marque StarBlock, qui bénéficie de son propre code couleur à dominance noir, Norail effectue une segmentation par type d'empreinte. Ainsi, les vis bois Torx sont reconnaissables à leur insert jaune, les vis Pozidriv à leur insert jaune pâle et les vis à double empreinte par leur insert orange. A noter que les vis StarBlock préconisées pour la pose de lames de terrasse sont de couleur violet du fait de leur conception en inox.

En plus de ce code couleur, Norail a développé différents concepts de linéaires qui, bien que proposés dans une largeur standard de deux mètres, peuvent également être conçus dans les largeurs de 0,50 et 1 mètre pour s'adapter à l'espace de vente des distributeurs. Pour varier les conditionnements et ainsi permettre aux négoces de bénéficier d'une offre répondant parfaitement aux demandes de ses clients, Norail propose généralement – c'est le cas pour la marque StarBlock – deux types de présentoir, le premier comprenant en partie haute des boites avec bec verseur et, en partie basse des vis de grandes longueurs en vrac ; le second favorisant le mix-produit avec l'intégration en plus de blisters positionnés au-dessus des boîtes. A noter que les présentoirs peuvent être habillés aux couleurs de Norail ou à celles du distributeur. De plus, pour apporter de la valeur ajoutée à cette PLV, l'entreprise conseille à ses revendeurs de jouer sur la largeur de la gamme Norail en variant à la fois les gammes de produits mais aussi les finitions/traitements, par exemple pour les vis inox en mixant de l'inox A2, de l'inox A4…

Pour dynamiser les ventes chez les distributeurs, Norail met également en place de nombreuses ILV comme des panneaux qui récapitulent les informations techniques des produits, des schémas de charpentes avec numéros qui renvoient directement au bon connecteur ou encore des boxs palettes dédiés à la marque StarBlock avec écrans vidéos intégrés. D'ailleurs, après leur mise en avant sur les podiums où à l'entrée des négoces, ces boxs peuvent facilement intégrer les autres présentoirs Norail déjà installés dans le libre-service.

Rester proche des distributeurs

Lorsque Charles Blangis reprend l'entreprise à la fin des années 1990, il s'attache à aller à la rencontre des

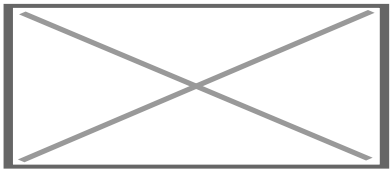
clients de Norail – les rencontres avec les distributeurs se sont intensifiées avec l'arrivée, en 2010, de son fils David en qualité de directeur général du groupe – pour leur présenter et leur expliquer les orientations futures de la marque. Cette proximité se retrouve encore aujourd'hui dans les relations commerciales qu'entretient Norail avec ses revendeurs. Par exemple, les quatre personnes chargées de l'administration des ventes sont en contact direct avec les distributeurs (même pour les demandes via Internet qui progressent de plus de 10% chaque année) et font le lien avec la force de vente. Cette dernière est gérée par deux directeurs régionaux (l'un pour le nord de la France, l'autre pour le sud) qui pilotent une équipe de dix technico-commerciaux équipés chacun d'un biper. Cet outil fonctionne via un programme entièrement conçu en interne par le service informatique de Norail et permet aux ATC de consulter les tarifs négociés avec leurs clients – les centrales et les grands-comptes sont gérés par les directeurs commerciaux – de consulter l'état des stocks en direct ou encore de réaliser le réassort. Cela permet également de transmettre directement à l'administration des ventes toutes les informations saisies sur le point de vente afin de lancer la préparation des commandes. En plus de ces actions, les ATC assurent la bonne tenue du rayon, par exemple en étudiant avec le distributeur les manques à gagner pour lui proposer les références les plus pertinentes. D'ailleurs, Norail compte une équipe de deux merchandisers qui prennent en charge l'implantation des PLV chez les clients.

Pour la sortie de nouveaux produits, de nombreuses démonstrations sont réalisées comme prochainement pour la vis StarBlock à double empreinte ou pour le clou à double tête qui, lancé cet été, est actuellement testé par de nombreux professionnels. Grâce à ces nombreux échanges, ils bénéficient d'une grande expertise terrain qu'ils n'hésitent pas à faire remontée au service marketing, ce dernier pouvant ensuite élaborer les packagings et les produits qui répondent le mieux aux attentes de distributeurs et des artisans.

Une ambition raisonnée

Compte tenu de cette stratégie commerciale, Norail est parvenu à répondre parfaitement aux demandes de ses clients négoces matériaux. Ces derniers ont effectivement, pour la plupart, poursuivi leur politique de déstockage et réduit les approvisionnements, Norail leur proposant de stocker un maximum de produits directement dans leur libre-service. De ce fait, l'année 2013 se présente d'ores et déjà comme « une année correcte même si les prévisions sont dures à estimer » explique Eric Gouin, directeur commercial pour le nord de la France. Pour poursuivre sa progression, Norail entend donc s'appuyer sur la valeur ajoutée de ses produits mais surtout sur la marque StarBlock et la gamme de connecteurs de charpentes qui, comme le souligne Charles Blangis, « répondent à des nouveaux marchés et sont des alternatives sérieuses à l'offre déjà présente dans les négoces matériaux ».

Nicolas Desbordes



Bien qu'employant plus de deux cents salariés, le groupe CDE Blangis est avant tout une société familiale dirigée par Charles Blangis et son fils David (directeur général) qui tous deux possèdent une vision axée sur la recherche et le développement produits (Elodie Blangis, fille de Charles Blangis est également trésorière de l'entreprise, sa sœur étant responsable des ressources humaines). Fier de sa région, Charles Blangis n'hésite pas à la soutenir lors de diverses manifestations notamment sportives. Norail compte ainsi dans son effectif, le recordman de France du 100 kilomètres (7h09 !) et possède également une équipe motocycliste, Team Norail Racing, engagée dans plusieurs courses d'endurance dont l'Enduro du Touquet.

Outre Norail reprise en 1999, Charles Blangis a consolidé le groupe avec l'achat d'autres sociétés à forte

notoriété comme Interges.com (2010) leader en quincaillerie d'ameublement pour la GSB, GSA et GSS ; Cuivrerie Centrale (décembre 2011) reconnue pour son offre en quincaillerie d'ameublement notamment les portes-manteaux pour écoles ; Guitel (décembre 2011) spécialiste reconnu dans la fabrication de roues, roulettes et supports roulants.

Grâce à ses rachats successifs, le groupe CDE Blangis peut donc légitimement se revendiquer spécialiste de la quincaillerie avec, comme le précise Charles Blangis, « l'offre probablement la plus large sur le marché français ». D'ailleurs, le 18 juin dernier, jour anniversaire de l'appel du Général de Gaulle, Charles Blangis a adressé à ses clients distributeurs un courrier les incitant à faire davantage confiance aux fournisseurs français.