janvier 2014

Griffon

L’expertise du sanitaire au service de la construction

Acteur reconnu pour son offre de colles et lubrifiants pour tuyaux PVC, Griffon a, ces dernières années, élargi son savoir-faire en développant des références répondant également au secteur de la construction. Aujourd’hui, grâce à ces nouveautés, l’entreprise peut pleinement revendiquer sa place dans les libre-services des négoces matériaux et se positionner comme un fournisseur de solutions pour la RT 2012.



Le groupe familial Bolton regroupe plus de 3 000 collaborateurs répartis au sein de 25 entreprises présente sur cinq secteurs d’activité à savoir l’Alimentation, l’Hygiène/Parapharmacie, l’Entretien, le Cosmétique et les Adhésifs, avec des marques (cf. encadré) de grande notoriété et complémentaires, que ce soit en termes de produit qu’en termes de typologie d’utilisateurs. La division Adhésifs (Bolton Adhesives) comprend ainsi les marques de déshumidificateurs Air Max, de colles extra-fortes Imedio (pour le marché espagnol essentiellement), de colles et adhésifs UHU (pour l’industrie en Allemagne et les GSA et papeteries en France) et de colles et mastics Bison (GSB au bénélux) et Griffon (distribution exclusivement professionnelle).

Une marque reconnue

Créée en 1939, la société Griffon est d’abord spécialisée sur les techniques de raccordement des tuyaux et accessoires en métal, c’est-à-dire principalement destinées au soudage de tuyaux en fonte. En 1959, l’entreprise met au point le principe de la soudure à froid pour commercialiser des colles destinées au raccordement de tuyaux PVC, alors peu utilisés du fait du manque de solutions pour leur assemblage. Pour y parvenir, Griffon a ajouté aux solvants de la colle des particules de PVC qui, une fois les solvants évaporés, créent le lien entre les tuyaux plastiques. Au final, l’assemblage est parfaitement homogène car constitué d’un seul matériau à l’inverse de la soudure à chaud qui requiert l’ajout d’éléments en fusion. Grâce au développement de colles pour PVC, Griffon a participé à l’essor des tuyaux PVC qui ont peu à peu pris le pas sur les tuyaux en fonte.

En 1980, cette gamme de colles PVC est complétée par l’ajout de lubrifiants favorisant l’emboîtage d’un tuyau PVC dans un autre en évitant tout risque de retrait mais aussi de joints et autres produits d’entretien et de maintenance. Cinq ans plus tard, une gamme complète de consommables dédiés à l’univers de la plomberie est commercialisée, notamment de la filasse, de la pâte à joint, des rubans PTFE, des mastics

silicone… Aujourd'hui, dans les libres-services des distributeurs spécialisés dans le sanitaire, la marque Griffon est synonyme de qualité et d'innovations notamment grâce à des références phares (toutes classées A+ pour leur faible émission de COV) comme la colle PVC Gel Aqua préconisée pour coller les tuyaux, manchons et raccords des installations sous pression, d'évacuation et d'eau potable ; la colle WDF-05 destinée pour coller les tuyaux flexibles et PVC des installations sous pression, d'évacuation, de piscines ou de jacuzzis ; la colle Uni-100 GT utilisée pour le collage de tuyaux de grands diamètres soumis à des températures élevées ; le lubrifiant Blue Gel qui favorise l'assemblage des tuyaux et raccords en joints en caoutchouc (manchon coulissant).

Cibler la construction

Au milieu des années 2000, Griffon élargit son offre avec la commercialisation de nouvelles références d'étanchéité, anticorrosion et des bandes de protection. Depuis, l'entreprise a axé sa politique d'innovation avec le lancement, ces trois dernières années, de 25 nouveaux produits, la majorité destinée au secteur de la construction. Citons par exemple le lancement de la gamme Poly Max qui regroupe trois références de colles de montage à base de SM-Polymère (sans solvant) caractérisées par un gain de résistance très rapide, la possibilité de les utiliser sous l'eau et par un séchage express en seulement quatre heures : Poly Max Express dont la résistance finale est particulièrement élevée ; Poly Max High Tack Express qui se différencie par une prise initiale élevée ; Poly Max Fix & Seal Express qui fait également office de mastic d'étanchéité grâce à sa grande élasticité. Citons également le Construct Fiber, une colle de construction thixotrope mono composant à base de polyuréthane qui est renforcée par des fibres et possède une prise particulièrement rapide, un pouvoir obturant limité et une grande résistance à l'eau (D4). Elle est notamment préconisée pour l'encollage de quasiment tous les matériaux de construction, notamment le plâtre, la pierre naturelle, le béton, le métal et le bois.

En 2013, Griffon se positionne sur le marché de l'étanchéité avec le lancement du HBS-200, un caoutchouc liquide sans solvant ni COV. Seul acteur à proposer ce type de produit, le HBS-200 était, au début de sa commercialisation, préconisé pour réaliser l'étanchéité des douches à l'italienne. Séduits par ses propriétés d'imperméabilité à l'eau et à la vapeur ainsi que par son élasticité (élasticité permanente à 900%), les professionnels ont peu à peu élargi son utilisation à l'étanchéité à l'air des ouvertures et la rénovation de gouttières et autres toits plats. Aujourd'hui, de nombreux artisans et constructeurs, notamment de maison à ossature bois utilisent le HBS-200 comme enduit d'étanchement et de protection entre la dalle béton et la paroi du bâtiment. S'appliquant au rouleau, en deux couches, directement sur le parement, il se substitue ainsi au roofing qui nécessite des étapes de découpe et de soudures à chaud et aux rouleaux d'EPDM qui, bien que plus faciles à utiliser requièrent les mêmes étapes que le roofing.

A noter que Griffon propose également des produits d'étanchéité traditionnels comme des mastics silicones, des bandes d'étanchéité bituminée, des mousses polyuréthane, des enduits de réparation à prise rapide… sans toutefois se positionner en frontal des fournisseurs leaders sur ce type de produits dans les négoces matériaux.

En plus de formulations performantes, Griffon accorde une grande importance au conditionnement des produits. Ainsi, tous les contenants sont brevetés et adaptés à un usage sur chantier. Par exemple, pour les colles PVC, chaque pot est fabriqué en matière synthétique et affiche une très grande résistance aux chocs. Ils sont aussi équipés d'un bouchon à ouverture rapide (un quart de tour) muni d'un pinceau-goupillon (développé au départ par le groupe pour les pinceaux de eye-liners) permettant d'appliquer la colle sur le contour du tube en une seule passe et possèdent également un rebord haut surélevé évitant toute coulure du produit sur les parois.

Un accompagnement sur-mesure

Considéré comme un incontournable dans les libre-services des distributeurs sanitaire, Griffon est également

présent, en partie grâce à son offre construction, chez certains négoces matériaux. Bien implanté en Belgique mais pas encore suffisamment en France pour des raisons stratégiques que nous évoquons plus bas, Griffon possède pourtant de nombreux outils pour dynamiser les ventes de ses revendeurs. « *Nous cherchons à mettre en place dans les libre-services de nos distributeurs, des corners Griffon dans leur corner colle et étanchéité. Pour cela, nous mettons à leur disposition des linéaires prêts à vendre d'un mètre de largeur, des stop-rayon reprenant toutes les informations techniques et de nombreux outils de cross marketing qui ont fait leur preuve dans les réseaux GSB avec la marque Bison mais que nous avons adapté à nos distributeurs professionnels. Cela permet aux négoces matériaux de réaliser des ventes additionnelles en positionnant des colles PVC dans leur rayon accessoires PVC* », précise Jean-Philippe Salzedas, directeur commercial de Griffon France. De plus, les sept ATC itinérants de Griffon France sont aussi bien capables de cibler les références à privilégier par le distributeur que d'aller sur le terrain pour organiser des tournées duo.

Pour aller encore plus loin et proposer un accompagnement sur-mesure de ses revendeurs, l'entreprise a instauré le concept 360°, un service global qui inclut entre autre la formation des vendeurs et celles des artisans via des matinées de formation organisées chez le distributeur, des animations sous la forme de démonstrations ciblées sur deux ou trois produits (la marque possède sa propre chaîne Youtube qui reprend plusieurs démonstrations de produits) et la réalisation de deux points stock au minimum chaque année. Ces derniers permettent de vérifier les stocks des revendeurs pour les analyser et identifier les références qui bénéficient d'un fort taux de rotation et, au contraire, celles qui font figures d'obsolescences, d'autant que les produits sont soumis à des dates limites d'utilisation. Au final, le distributeur peut s'appuyer sur un stock Griffon pertinent car adapté à sa typologie de clientèle et donc moins coûteux. « *Nous nous engageons à ce que le distributeur n'ait aucun souci avec la marque Griffon, que ce soit dans ses stocks ou dans le libre-service. Par exemple, lorsque nous réalisons des campagnes de promotions chez nos revendeurs et que ces dernières ne répondent pas aux objectifs escomptés, nous pouvons, soit envoyer un commercial pour réaliser de l'animation supplémentaire en effectuant des démonstrations et de la formation produits, soit remplacer les références qui ne trouvent pas preneurs par d'autres plus pertinentes* », explique Jean-Philippe Salzedas.

Séduire les négoces matériaux

Lorsqu'il a pris la direction de Griffon France en 2010, Jean-Philippe Salzedas a défini une stratégie de développement sur cinq ans qui visait, dans un premier temps à renforcer la position de la marque dans les réseaux spécialisés en sanitaire puis à étoffer les gammes dans les libres-services. Pour la quatrième et avant-dernière année de ce plan quinquennal, Jean-Philippe Salzedas entend profiter des innovations lancées récemment par Griffon, notamment le HSB-200, pour se positionner en tant qu'acteur de la RT2012 et ainsi convaincre plus de négoces matériaux.

« *Aujourd'hui, grâce à l'élargissement de notre gamme construction, nous nous inscrivons parfaitement dans les plans de vente des négoces matériaux, qu'ils soient indépendants ou réseaux nationaux* ». Pour y parvenir, l'entreprise compte également mettre en avant son statut de spécialiste en ajoutant aux références construction « complémentaires à celles déjà présentes dans les libre-services », d'autres colles et produits d'étanchéité qui ont déjà fait leur preuve dans le milieu du sanitaire.

Nicolas Desbordes

Les marques du groupe Bolton par secteur

• Alimentation : Rio Mare, Saupiquet, Prima
• Hygiène et parapharmacie : Neutro Roberts, Roger Cavailles, Somatoline Cosmetics, Borotalco, Chilly
• Entretien : Omino Bianco, Carolin, WC Net, Smac, Softex
• Cosmétique : Collistar
• Adhésifs : UHU, Bison, Griffon, Imedio, Air Max