mars 2014

L'Outil Parfait

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Fournisseurs / Outillage à main

Un industriel Français au cœur du bâtiment

Aujourd'hui presque centenaire, la société l'Outil Parfait est un acteur majeur du marché de l'outillage pour peintres , plaquistes et autres corps de métier du bâtiment second oeuvre. Implanté avec cinq sites de production au cœur de la France, l'industriel poursuit son développement sur notre marché national et à l'export en cultivant l'innovation, un travail terrain continu et une approche commerciale basée sur le long terme et le partenariat.

Implantée à La Monnerie, à quelque 50 kilomètres de Clermont-Ferrand et moins de 10 km de Thiers, berceau de la coutellerie française, la société l'Outil Parfait trouve ses origines dans un atelier créé en 1920 qui s'était spécialisé dans le travail du métal pour des fournitures de boucherie (couteaux), papeterie (gratte-papiers) et cuisine (spatules). L'entreprise est reprise dans les années 60 par Klaus Marquardt, de formation maintenance et mécanique, qui réalise les premiers investissements industriels d'importance et oriente résolument la production vers le bâtiment avec la sortie des premières gammes destinées aux peintres (couteaux à enduire, couteaux à mastiquer…). La PME poursuit sa croissance et en 1980 déménage de son emplacement historique de Chantelauze vers un bâtiment de 3 500 m2 construit sur la toute nouvelle zone industrielle de la Monnerie, distante de 2 km, plate-forme créée de toute pièce sur les remblais de l'axe autoroutier Clermont-Lyon.

Avec cette nouvelle implantation, l'Outil Parfait dispose d'une base solide sur laquelle va se construire la suite de son développement. En 1987, la société intègre la fabrication industrielle des manches en bois, autrefois sous-traitée. En 1989, elle monte un entrepôt logistique avec quatre trans-stockeurs, étape très importante qui va lui permettre de gérer l'assortiment de 1 200 références permanentes pour le négoce professionnel en peinture. Comme le souligne Stéphane Marquardt, actuel dirigeant de l'Outil Parfait, « ce fut une avancée formidable pour les négoces décoration qui pouvaient regarnir leur fond de rayon en 48 heures ». Cet outil logistique donne aussi les moyens d'intégrer des gammes complémentaires à l'offre de l'entreprise, tels les pinceaux et rouleaux, et les accessoires.

Acquisition des pinceaux Chalimont

Dans le domaine des outils d'application de peinture, L'Outil Parfait réalise en 1992 une opération de croissance externe avec l'intégration du fabricant de pinceaux Chalimont, sur Brive. Cette acquisition réussie, avec conservation du savoir-faire et des moyens de production en Corrèze, apporte un souffle nouveau au petit groupe familial qui voit ses ventes progresser rapidement. L'année suivante, l'Outil Parfait construit sur 3 000 m2 à La Monnerie une véritable unité de production industrielle de rouleaux et devient, comme le souligne Stéphane Marquardt, « le premier fabricant de la totalité de la gamme d'outils pour peintres avec les couteaux, les platoirs, les truelles de platrier, les rouleaux et les brosses à peindre. »

En l'an 2000, les moyens de production sont de nouveaux accrus dans la brosserie et les rouleaux et l'entreprise connaît une croissance à deux chiffres qui va la conduire inévitablement à revoir son organisation logistique. En 2006, elle agrandit et modernise donc cette division qui allie transstockeurs et picking au sol pour garantir un taux de service à la ligne supérieur à 98% à livraison J+3, avec tenue des stocks en temps réel. Parallèlement, toute la production de l'usine Chalimont est désormais stockée sur place pour être expédiée de façon conjointe aux autres lignes de produits.

La dernière opération de croissance a eu lieu l'année dernière avec le rachat de la société Précis Plastic spécialisée dans l'injection de pièces en plastique. Là encore, l'Outil Parfait conserve le savoir-faire et la production à Celles sur Durolle, à 5 km de La Monnerie, dans la logique de son approche sociale et industrielle.

Au total, sur les 25 dernières années, l'entreprise a réalisé pour 20 millions d'investissements dans l'outil productif et dispose aujourd'hui de surfaces de 15 000 m2 en production et de 6 000 m2 en logistique, sachant qu'elle dispose encore d'une réserve foncière utilisable de 4000 m2 à La Monnerie (un entrepôt à l'horizon 2015). Elle fabrique 18 millions de pièces par an dans ses cinq grandes familles de produits que sont les couteaux, les platoirs, les truelles, les rouleaux et les pinceaux. Elle maîtrise la totalité de sa chaîne de production, le travail sur l'acier et l'inox, les manches en bois, les manches injectés et toute la filière d'approvisionnement des tissus techniques pour les rouleaux, ainsi que les soies et tous les mélanges de fibres pour la brosserie.

Une orientation clairement professionnelle

Cette belle histoire industrielle n'aurait pas pu avoir lieu sans une stratégie commerciale bien maîtrisée. Aujourd'hui classée 38ème entreprise industrielle d'Auvergne avec un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros, l'Outil Parfait fait partie du Top 5 européen des fabricants d'outillage pour peintres. Elle possède des positions très fortes sur le marché français avec une part estimée entre 55 et 60% chez les grossistes décoration en outillage et une activité export importante qui avoisine aujourd'hui 16% de son CA – membre d'Outilex, l'Outil Parfait exporte dans trente-huit pays. Pour regarder un peu plus finement la répartition des ventes, la partie professionnelle représente environ 70% du chiffre France avec en premier lieu le circuit des spécialistes en décoration, devant les négoces matériaux et les quincailleries et fournitures industrielles. La partie grand public est essentiellement faite à travers les grandes surfaces de bricolage qui sont livrées en marques de distributeur.
Pour la partie professionnelle, qui nous intéresse en premier lieu, la société a toujours été attentive à faire preuve d'un fort esprit d'innovation, indispensable à toute croissance, et à la qualité de son service client et de son marketing, autres valeurs qui ont permis à l'entreprise de continuer de progresser ces quinze dernières années dans un environnement soumis à une forte pression tarifaire.

L'entreprise a d'ailleurs une présence terrain soutenue avec une force commerciale d'une trentaine de personnes managée par un directeur commercial et deux chefs des ventes, dont l'un

est dédié à l'Ile-de-France, région historiquement très forte pour l'Outil Parfait et Chalimont. L'entreprise compte ainsi un marketing opérationnel qui construit notamment des plans de vente individualisés pour les distributeurs, dix-sept commerciaux exclusifs appuyés par six assistantes commerciales, plus trois merchandiseurs et deux démonstrateurs pour les journées techniques et autres animations commerciales.

Promouvoir la technicité

En tant que fabricant, l'Outil Parfait a toute légitimité à communiquer sur la technicité des produits et à exploiter toute la multiplicité de son savoir-faire dans les domaines de la préparation et de la finition des surfaces. Comme le rapporte Stéphane Marquardt, « Nous sommes conscients de ce besoin de technicité entre clients et fournisseurs. Nous ne sommes pas sur un marché de croissance et c'est le moment de rapprocher les personnes autour d'un discours technique car c'est ce qui crée de la valeur. Cette communication technique et pédagogique sera un de nos axes de communication prioritaire pour cette année 2014 ».

Pour donner un exemple de cette technicité, prenons la gamme ParfaitLiss de préparation des surfaces. Un travail de fond a été effectué avec l'analyse des méthodes de travail des artisans pour trouver un moyen d'accroître la productivité et la rentabilité du plaquiste. De ce travail est sortie une ligne de produits totalement innovante adaptée à une nouvelle façon de travailler avec des outils plus efficaces. Pour promouvoir cette gamme, l'Outil Parfait utilise ses démonstrateurs et travaille de plus en plus avec les centres de formation de plaquistes et de peintres. « Nous avons la volonté de rendre le métier de plaquiste et de peintre intéressant pour la nouvelle génération. »

Une offre globale

D'une façon générale, l'Outil Parfait se positionne comme un multispécialiste de l'outillage avec des approches particulières par métier (plaquiste, peintre, façadier, maçon, carreleur…) pour apporter des solutions toujours plus en adéquation avec les besoins des utilisateurs professionnels, solutions nourries par les enquêtes terrain qu'elle fait réaliser. De cette façon de procéder sont nées sur ces dernières années la gamme ParfaitLiss pour plaquistes évoquée plus haut, avec ses deux facettes Ergo'Liss pour le ponçage déporté et ParfaitLiss pour le lissage, et d'autres nouveautés parmi lesquelles nous pouvons citer le bac Pull Liner à recharges (parois souples jetables), la technologie des lames Bi-flex en inox trempé aux bords arrondis anti-traces, les nouveaux platoirs avec monture polycarbonate, des rouleaux double tissu et des brosses pinceaux angulaires. A côté de ces produits innovants, l'Outil Parfait propose un très vaste choix d'outils, environ 5â€¯000 références, qui couvre la totalité des besoins des métiers ciblés par l'entreprise avec des produits de grande consommation comme des articles plus confidentiels. Son offre comprend tout le matériel nécessaire à un plaquiste ou un peintre pour exercer son métier, mais également à un maçon, un carreleur… avec des gammes de masquage, de sciage, de mesures, de martellerie, de protection de la personne, des surfaces, etc. et même une gamme ménage qui est venu depuis peu compléter l'assortiment.

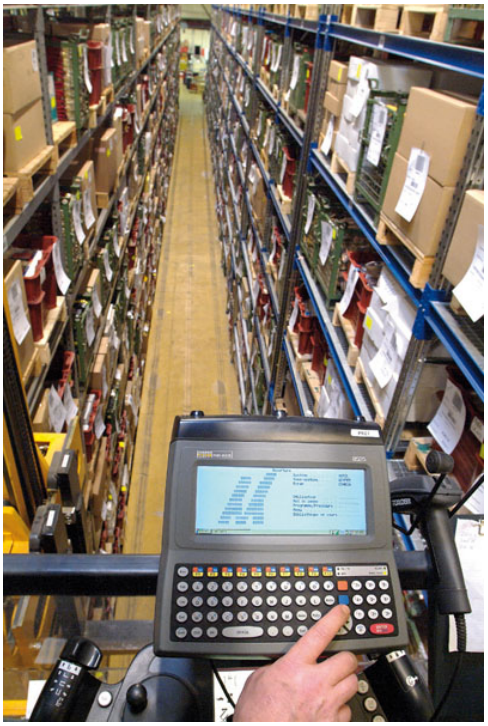
Au service des clients

Dans le domaine du marketing, l'Outil Parfait édite des leaflets, des guides de choix et de préconisation peintures/supports/brosses et rouleaux, des plaquettes dédiées métier, et participe à de nombreux salons professionnels et distributeurs, en France et dans le monde.Tous les deux ans, un catalogue est tiré à 25â€¯000 exemplaires, document consultable sur internet avec des films de démonstrations en appui – ces films peuvent également être visualisés à travers un flashcode présent sur le packaging des produits faisant l'objet d'une innovation. Pour la constitution des linéaires dans les points de vente, une ligne graphique a été déterminée pour

donner de la cohérence au facing. Les emballages portent pour leur part des informations techniques et un visuel donnant une traduction physique de l'application. Au-delà de ces outils, le marketing opérationnel de la marque travaille avec les clients distributeurs pour construire les linéaires les plus adaptés à leur typologie de clientèle, linéaires mis en place par les merchandiseurs, et peut également monter des opérations de promotion individualisées. Au delà de ces actions promotionnelles « one to one », des actions promotionnelles généralistes et saisonnières sont montées tout au long de l'année en partenariat avec les différents réseaux de distribution. Le marketing opérationnel vient en prolongement de toutes les actions terrain de la force commerciale et des animateurs pour consolider le partenariat qui existe avec la distribution.

Et ce partenariat est une valeur forte pour Stéphane Marquardt : « Nous avons toujours travaillé dans le long terme en donnant une grande importance aux relations humaines. » Cette approche personnelle de la relation commerciale est au centre de l'ADN de l'Outil Parfait. Outre les produits, les services, la communication, cet aspect de l'entreprise est constitutif de sa réussite.

FB



La logistique

L'Outil Parfait dispose d'une superficie de stockage et de préparation des commandes de 6 000 m2 dans son usine de La Monnerie où sont rassemblées les productions de ses différentes unités de fabrication. Fonctionnant avec des stocks tenus en temps réel, ce centre logistique compte quatre transstockeurs et une zone de picking, l'ensemble totalisant 15 000 emplacements pour 5 000 références tenues en stock.

Ce site gère une moyenne de 4 000 lignes par jour (l'équivalent de 80 palettes) avec une expédition en matinée et une deuxième en après-midi avec un taux de service à la ligne supérieur à 98% à livraison J+3. Chaque commande fait en moyenne entre 30 et 40 lignes et le fonctionnement est en « pick and pack » avec picking et contrôle ultérieur du carton avant fermeture. Notons ici que l'export est travaillé à la commande plutôt qu'en stock, avec des productions qui peuvent alimenter directement le service expédition.