juin 2012

Mader Colors

Mäder Colors, la peinture au service des négoces

Présent dans les négoces matériaux et les grossistes peinture avec les marques Cami et GMC, Mäder Colors bénéficie d'une offre complète cernant toutes les demandes des professionnels, aussi bien les entreprises générales du bâtiment que les artisans peintres. Aujourd'hui, pour ces canaux de distribution, le groupe entend asseoir sa position d'acteur majeur en développant des références en phase avec les nouvelles exigences de marché et en optimisant les ventes dans les libres-services grâce à de nouveaux outils d'aide à la vente.

En 1993, la société Corsain située à Marœuil (62) et spécialisée dans la fabrication de peintures est reprise par Antonio Molina, un investisseur soutenu par les salariés et la mairie qui, à l'inverse d'un grand groupe industriel, souhaite profiter du savoir-faire local de l'entreprise pour lui apporter une dimension nationale et internationale. Pour cela, il axe le développement du groupe sur la fabrication de produits à forte valeur technologique. Il reprend alors la société Bolloré Jival spécialisée dans les peintures industrielles notamment pour le marché de l'aviation puis élargit de nouveau son champ de compétence avec l'acquisition en 1999 de Soritec-Corsolac, un fabricant de peintures spécifiques aux plastiques et à l'industrie générale. Un an après ce dernier rachat, Antonio Molina reprend le groupe suisse Mäder qui bénéficie à l'époque d'une grande notoriété dans la production de peintures et autres résines techniques et auquel il intègre les autres activités.

Trois secteurs d'activité

Aujourd'hui, le groupe Mäder réalise un chiffre d'affaires de 180 millions d'euros répartis sur trois secteurs d'activités. La plus grande part des ventes est ainsi effectuée sur le marché de l'industrie grâce à l'entité Soficor Mäder considérée comme un acteur majeur notamment pour les secteurs

du ferroviaire (leader mondial), de l'automobile (leader européen pour les peintures d'intérieur plastiques) et d'autres industries plus spécialisées (peintures pour pâles ou moteurs d'éoliennes, flacons de parfum, machines industrielles et agricoles…). Ces produits sont commercialisés en direct auprès de grands groupes industriels qui les incorporent dans leur propre process de fabrication. A noter que cette activité a permis au groupe de s'implanter dans d'autres régions du monde (Chine, Inde, Allemagne, Suisse…) pour répondre aux exigences de proximité des clients. En effet, pour certains industriels, il n'est pas envisageable d'importer des peintures industrielles du fait de conditionnements lourds, de frais de transport très importants et de spécificités locales trop variables d'un pays à l'autre.

Le groupe Mäder bénéficie également à l'échelle européenne d'une grande notoriété dans le domaine de la fabrication et de la commercialisation de résines à fort contenu technologique. Cette activité regroupée au sein de Mäder Composites France, représente 19% du chiffre d'affaires et s'appuie principalement sur la formulation de résines chargées, de gelcoats ou encore sur la fabrication de pièces en béton polymères (sans ciment).

Troisième pôle du groupe, l'activité peinture décorative, entendons ici toutes les solutions liées aux secteurs du bâtiment et de la construction, représente les volumes de vente les plus importants. Elle est regroupée sous l'entité Mäder Colors, dirigée par Jean-Michel Chrétien, qui s'adresse aussi bien aux demandes des particuliers (60% du chiffre d'affaires de Mäder Colors) via la fabrication de produits en MDD présents dans les grandes et moyennes surfaces de bricolage qu'aux professionnels avec des références commercialisées dans les négoces matériaux, les quincailleries/fournitures industrielles (marque Cami) et les grossistes indépendants spécialisés dans la décoration (marque GMC).

Cami, une offre professionnelle généraliste

Préconisée aussi bien pour les artisans peintres et les entreprises générales du bâtiment que pour les particuliers avertis, la marque Cami regroupe aujourd'hui une offre exhaustive de solutions pour la construction neuve et la rénovation avec, entre autres, des produits de préparation des murs (décapant, sous-couche pour fonds difficiles, pour bois, pour plâtres, antirouille Leaderfer…), des peintures blanches spéciales chantiers (mat et satin, glycéro et acrylique….) des références pour plafonds anciens et neufs ou encore des peintures de façade.

Positionnée sur le marché comme généraliste avec toutefois une orientation marquée sur les peintures spéciales pour l'extérieur, l'offre Cami est complétée par des produits plus spécifiques comme pour le bois (acryliques/satin, laques…) le métal (gamme Leaderfer) ainsi que par des références dites techniques tels la peinture Leadersol conçue pour durcir, protéger et décorer tous les sols intérieurs ou le Renov'Toiture, un revêtement de résines naturelles destiné, comme son nom l'indique, à la rénovation des toitures (imperméabilisation, protection).

Grâce à cet éventail de solutions relativement large, Cami bénéficie aujourd'hui d'une part de marché estimée à environ 18%, un chiffre relativement élevé compte tenu de la forte concurrence des marques présentes dans les réseaux de GSB et de celles commercialisées par les réseaux professionnels intégrés – Cami est une des seules marques indépendantes entièrement dédiée aux négoces matériaux et aux quincailleries.

Lancement d'une gamme de lasures

Outre cette offre dominée par des solutions grands blancs – certaines bénéficiant d'ailleurs du label NF Environnement permettant aux professionnels un accès aux chantiers réclamant ce type de garantie comme le Géopur (cf. encadré) – Cami a lancé en début d'année une gamme dédiée

à l’entretien et à la décoration du bois. Elle regroupe huit références à savoir trois lasures, c’est-à-dire des systèmes d’imprégnation (Crypto CPX) et de finition en phase aqueuse (deux produits Crypto HP) ou à base solvantée (Crypto THP), un traitement multi-usages (CTX), deux vernis (VNI et VNX), un vitrificateur (VTX) et un saturateur (STX). Cette offre compacte pouvant tenir sur un mètre linéaire répond au final à 99% des besoins des artisans et convient donc parfaitement à leurs attentes. Ces produits ont en effet été formulés en tenant compte des critères exigés par les professionnels, à savoir une haute protection du support bois et un grand confort d’application pour favoriser des mises en œuvre sur chantiers rapides et garantir un résultat durable. Après six mois de commercialisation, les retours sont prometteurs, tant pour les utilisateurs séduits par la qualité de l’offre, que pour les distributeurs, qui réalisent déjà des rotations intéressantes.

GMC pour les peintres professionnels

Commercialisée auprès de grossistes indépendants, la marque GMC regroupe essentiellement des peintures techniques qui garantissent aux peintres professionnels une bonne tenue dans le temps et des rendus proches de leurs attentes, quelle que soit la nature du chantier. Concrètement, elle repose sur trois gammes spécifiques à savoir les peintures destinées aux travaux en extérieur (protection et imperméabilisation de façades), les peintures Kiriol préconisée pour un traitement antirouille sur bois et métaux et enfin les solutions pour sols (terrains sportifs notamment) et piscine.

Un expert de la couleur

Contrairement aux références Cami qui sont commercialisées dans des conditionnements variés, les peintures GMC sont essentiellement distribuées en bidons de 4 à 15 litres en version base à teinter. Du fait de leur orientation mixte professionnel/particulier, les produits Cami peuvent quant à eux être, soit disponibles en prêt à l’emploi, c’est-à-dire déjà teintés (c’est le cas par exemple des peintures de façades), soit en base à teinter. Dans ce dernier cas, l’artisan choisit la couleur désirée parmi celle du nuancier commun à Cami et GMC qui regroupe environ 10 000 teintes. Cette palette de coloris est entrée informatiquement dans les machines à teinter Mäder Colors installées chez les distributeurs. Considéré par le groupe comme un service, cet outil permet aux revendeurs de limiter leurs achats en ne stockant, pour chaque référence, que les bases à teinter plutôt que tous les coloris prêts à l’emploi. De plus, l’installation d’une machine dans le point de vente s’accompagne de nombreux outils d’aide à la teinte (nuanciers, catalogues, guides d’utilisation…) ainsi que d’un contrat de maintenance qui englobe la mise à jour des nuanciers, l’entretien des machines et le dépannage.

A noter que, pour coller en permanence aux tendances du marché et aux demandes des professionnels, Mäder Colors s’appuie, au sein de ses deux laboratoires, sur des équipements de haute-technologie qui lui permettent d’élaborer de nouvelles teintes, de contretyper n’importe quel coloris mais aussi d’améliorer la qualité de couleurs traditionnelles tels le Rouge Basque et le Bleu Vendée.

Développer le réseau des négoces matériaux

Aujourd’hui, Mäder Colors axe principalement le développement de Cami sur les négoces matériaux, canal de distribution qui répond aussi bien aux attentes des professionnels qu’aux particuliers et qui sont donc en phase avec l’offre de la marque. De plus, les agences qui réalisent une grande part de leur chiffre d’affaires auprès des peintres, des façadiers ou encore des sociétés de ravalement peuvent également référencer la marque GMC pour proposer une alternative technique à leur offre peinture généraliste.

Pour optimiser les ventes des négociants en matériaux, Mäder Colors met à leur disposition de nombreux outils à commencer par plusieurs mobiliers de vente, à savoir, un modèle filaire (les pots sont stockés couchés permettant de visualiser la teinte du couvercle peint) préconisé pour les grands libres-services avec une clientèle orientée vers le particulier et un modèle rack pour les plus petits espace qui présente un cœur de gamme peinture (le 20/80) sur une surface réduite. Depuis le début de l'année, Mäder Colors propose également un mobilier mixte qui combine les avantages de ces deux linéaires. Il permet au distributeur d'incorporer des tablettes pleines pour présenter les gros conditionnements lourds (les peintures de chantier par exemple) mais aussi des espaces de stockage filaires pour mettre en avant les teintes prêtes à l'emploi pour les application intérieures (Camimat, Camisatin…) ou extérieures (Leaderfer, Leadersol, Kiriol…). D'une profondeur de 670 mm, ce nouveau mobilier présente l'avantage, pour le distributeur, d'entreposer une grande partie voire la totalité de son stock directement dans l'espace de vente. Selon les conditionnements sélectionnés par le revendeur, ce dernier a la possibilité de moduler chaque rangée grâce à des séparations coulissantes. Mäder Colors a également souhaité apporter le plus d'informations possibles en intégrant, sur le fronton de chaque rangée, des vendeurs muets mais aussi des nuanciers (variables selon les gammes) présentés sous la forme de kakémonos à potence aimantée à placer verticalement pour segmenter le linéaire ou encore des joues latérales pour « fermer » le rayon et ainsi apporter un aspect shop in shop à l'espace peinture du libre-service.

Une force de vente dédiée

Pour animer les libres-services, Mäder Colors s'appuie sur une force commerciale d'une dizaine de personnes. Uniquement consacrés aux négoces matériaux et aux quincailleries/fournitures industrielles, ces technico-commerciaux connaissent parfaitement les besoins de ce type de distributeurs qui sont généralement des indépendants et dont les exigences peuvent varier d'une agence à l'autre. De ce fait, lors de leur tournée, ils sont amenés à prendre des commandes sur place, à réaliser du réassort, à mettre à jour les bases de données des machines à teinter ou encore à animer les libres-services. Pour l'animation justement, Mäder Colors organise chaque mois des promotions sur plusieurs références qui consistent en la gratuité de produits, la remise de cadeaux, des réductions tarifaires… Le groupe participe également aux différentes manifestations mises en place par les distributeurs comme les journées portes ouvertes et peut même, dans certains cas, effectuer le réaménagement total du libre-service – il réalise alors un audit – pour en optimiser les ventes notamment, celles générées par l'offre peinture. Enfin, Mäder Colors propose à l'ensemble de son réseau de distribution ainsi qu'aux peintres professionnels, des séances de formation portant sur la connaissance et l'application de ses produits. Ces cursus sont réalisés soit directement sur le point de vente, soit dans les locaux de Mäder Colors situés à Marseille et Marœuil et sont animés par la force commerciale et le laboratoire. Pour les revendeurs, cette double approche technique et commerciale permet, en une journée, de cerner parfaitement le plan de vente Cami et/ou GMC pour au final mieux argumenter leurs ventes et convaincre une clientèle qui demeure encore trop souvent réticente à l'idée de changer ses habitudes de travail (peinture glycéro plutôt qu'acrylique, label environnemental…) et ce malgré les nouvelles réglementations.

Nicolas Desbordes

La recherche par Mäder Research

Créé fin 201, le département Mäder Research est un service indépendant qui travaille en collaboration avec les institutions gouvernementales et européennes. Sa principale mission consiste à formuler des résines, des peintures et autres solutions techniques à partir de matières premières bio-sourcées dans le but, à moyen terme, de limiter la dépendance au pétrole du groupe pour ses trois activités. Considéré comme un bureau de Recherche et Développement de pointe, il est considéré comme garant de l'avenir du groupe Mäder en lui permettant d'anticiper les évolutions du marché et la réglementation tout en optimisant les performances.

Géopur, la solution environnementale

Début 2011, Cami lançait Géopur, une peinture élaborée avec 98% de matières premières naturelles et renouvelables (liant à base d'huile végétale de tournesol) qui présente une absence totale de COV et n'engendre aucune pollution de l'air intérieur ni odeur désagréable. Son emballage en plastique recyclé à 85%, ne nécessite aucun traitement spécifique après usage et peut être considéré comme un déchet ménager. Labellisée NF Environnement, cette peinture permet aux distributeurs de se démarquer de la concurrence en proposant aux peintres professionnels et aux entreprises générales du bâtiment une réponse aux produits aux chantiers exigeants des garanties écologiques. Outre une formulation respectueuse de l'environnement, Géopur possède également des grandes performances techniques. Dans sa mise en œuvre, elle s'applique en deux couches avec un temps de séchage au touché de 2 heures et recouvrable en 12 heures. Son rendement de 10 m2/litres et son aspect mat favorisent son application sur les murs et plafonds qu'ils soient neufs ou anciens. Disponible en blanc mat mais teintable avec les colorants Cami ou en machine à teinter, elle fait actuellement l'objet d'une campagne de communication intensive auprès des artisans du bâtiment.