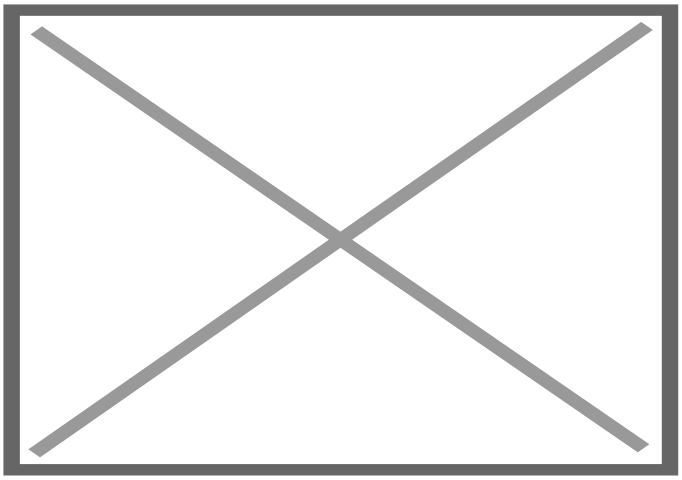
octobre 2009

Parquets Marty

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Fournisseurs / Revêtements de sols

A l'heure du renouveau

Disposant d'une nouvelle organisation, la société Parquets Marty vient de procéder à un ajustement de ses services internes et replace ses produits au centre de son projet. Disposant désormais d'une parfaite indépendance économique, le groupe va renforcer ses liens avec les distributeurs professionnels et prépare d'ores et déjà de nombreuses innovations produits.



Le 30 mars dernier, le Tribunal de Commerce d'Agen a approuvé le plan de continuation de l'activité de la société Parquets Marty. Après de nombreuses réflexions menées avec la société mère, le groupe suédois Nybron Flooring International (NFI), un rachat MBO par sept salariés est conclu en juillet et le groupe reprend son indépendance politique et financière. De plus, la société peut exercer sans dettes financières conformément aux accords finalisés le 3 juillet dernier visant à sécuriser l'avenir du groupe. En effet, le plan d'investissement de 3,8 millions d'euros sur trois ans et le remboursement de la dette lié au redressement judiciaire, à hauteur de 14 millions d'euros sur dix ans, s'effectueront par une optimisation des stocks (dont la valeur actuelle s'élève à 13 millions d'euros), un recours aux disponibilités financières non utilisées à ce jour et le trésorerie générée par l'activité (prévisionnel sur deux ans).

Une nouvelle organisation interne

Afin de mener à bien son nouveau projet, la nouvelle direction de Parquets Marty a entrepris deux changements au sein de sa structure interne. Le premier concerne l'export qui dispose désormais d'une plus grande autonomie. Jusque là inclus dans le service commercial, il prend son autonomie avec à sa tête un responsable des ventes dédié. Disposant déjà d'une bonne organisation pour la commercialisation de ses produits sur le marché français, le groupe a en effet souhaité disposer d'une plus grande couverture sur le marché européen afin d'y intensifier sa distribution, en Finlande, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni…

La seconde modification interne concerne le marketing qui a subi une refonte complète. En effet, outre la prise en charge d'une communication qui replace les produits au centre du sujet, son champ d'action s'est élargi. Aujourd'hui, c'est un véritable service produit chargé de trouver les nouvelles tendances et de proposer des produits innovants, grâce notamment à l'arrivée d'un designer recruté pour inculquer un nouvel élan aux produits de la marque. Ce service est complété par l'apport d'un statisticien, auparavant rattaché au service commercial, qui synthétise les données de ventes pour mieux discerner l'évolution du marché.

L'innovation au centre du projet

Pour mettre en oeuvre ses nouvelles ambitions, le groupe va se concentrer sur deux axes prioritaires : l'innovation et la distribution des produits.

Côté produit, le groupe vient de mettre sur pieds le département Marty Création, une structure qui implique tous les salariés afin de mettre au point les innovations. Depuis la signature du MBO, dix nouveaux modèles sont en cours de préparation et deux nouvelles palettes de coloris viennent d'être commercialisées : la collection des gris et la collection des blancs qui se composent respectivement de cinq et quatre nuances. Ces nouveaux coloris enrichissent la gamme Extend, un parquet contrecollé à lames larges. Pour le début d'année 2010, Parquets Marty s'apprête à lancer plusieurs gammes de produits comme le parquet XL avec des lames extra-larges qui correspondent aux dernières tendances en matière de design, le parquet Matches avec des lames larges en lamellé collé, un parquet brut de sciage, des dalles en bois stratifiées ou encore le parquet imprimé qui permet l'impression d'une image sur deux mètres de long.

Etre incontournable auprès de la distribution

Le groupe va multiplier ses efforts de commercialisation afin d'être représenté au sein de différents réseaux de distribution, principalement les spécialistes du bois panneaux (Dispano, Gedibois, Panofrance, Nebopan…) et les négoces matériaux (Point.P, Réseau Pro, Accueil Négoce…).

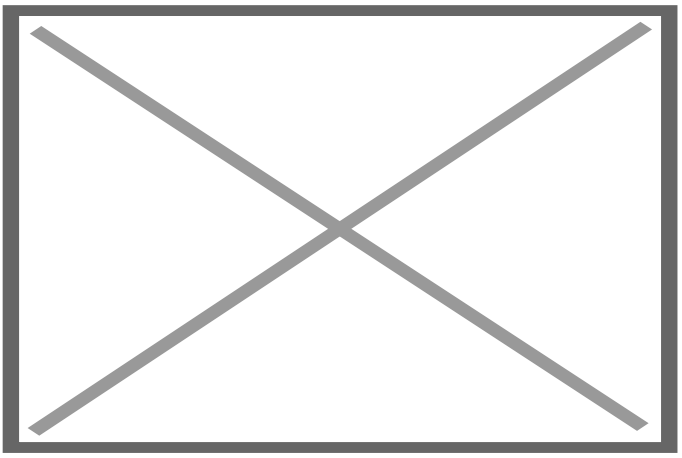
Le groupe va également se rapprocher des installateurs afin de créer un véritable réseau de poseurs agréés Parquets Marty. Outre une solution produit adaptée, le groupe entend fidéliser ce type de clientèle en proposant un vrai partenariat qui sera caractérisé, par exemple, par la décoration aux couleurs de la marque de leurs camions. D'ici fin 2010, Marty entend compter 700 poseurs agréés dans l'hexagone.

Pour réussir à séduire de plus en plus de distributeurs, le groupe va par ailleurs mettre l'accent sur la formation des vendeurs. Autrefois réalisées sur le terrain par les commerciaux, les sessions, d'une à deux journées, seront d'ici la fin d'année organisées dans un nouvel espace aménagé au sein de la société. Elles aborderont à la fois l'aspect technique et l'aspect commercial et devraient recevoir une certification dès 2010 pour entrer dans le 1% formation.

Par ailleurs, courant novembre, le groupe va se munir d'un nouveau site Internet plus interactif. Les distributeurs clients de la marque recevront ainsi un code d'accès qui leur permettra d'avoir une visibilité des stocks en temps réel pour mieux gérer leurs commandes et d'effectuer des réservations en ligne des produits.

Au niveau de la satisfaction des clients, Parquets Marty s'engage sur une livraison sous 4 jours partout en France sur les vingt produits phares de la marque.

Un outil de production performant



La société Parquets Marty dispose aujourd'hui de son indépendance financière et peut donc pleinement gérer sa production. Cette dernière s'effectue au sein de l'usine de Cuzorn (47) située à côté du siège social et qui s'étend sur 21 hectares dont 8,5 ha de bâtiments couverts. Depuis 1988, le groupe dispose également d'une scierie à Bourganeuf, dans la Creuse, qui transforme en planches près de 14 000 m3 de grumes par an. C'est sur ce site que ces dernières sont pré-sciées pour optimiser leur transport vers le site de Cuzorn et pré-séchées pendant huit semaines pour que le taux d'humidité passe de 60 à 20 %. Le site de Bourganeuf présente deux avantages. Il permet en effet de concentrer les étapes du process de la première transformation, les plus conséquentes, sur un même site mais aussi de limiter les coûts de transports, cette matière première provenant pour grande partie du centre de la France. En effet, le groupe transforme

essentiellement du chêne (85%) très répandu dans cette région, à côté d'autres essences comme le châtaignier (5% de la production) ou les bois exotiques (10%). Une fois rapatriées sur le site de production de Cuzorn, les planches sont placées dans des séchoirs pour ramener l'hygrométrie des bois de 20 à 8 %

La transformation du bois

Le bois est ensuite déligné pour ne garder que les parties saines. Cette opération est réalisée par un technicien qui effectue le délignage à l'aide d'un laser pour optimiser la largeur du bandeau. Une fois « nettoyé », ce dernier est trié en fonction de son aspect. Particulièrement soucieux de l'environnement, le groupe recycle tous les déchets issus de cette étape. Les déchets les plus imposants sont en effet transformés en plaquettes destinées à la fabrication de panneaux à particules et les plus petits sont revendus sous forme de sciure pour être utilisés comme combustible à chaudières.

Avant son entrée en parqueterie, les bandeaux sont placés dans une chambre de stabilisation où la température et le degré d'humidité sont constants. En effet, sans cette précaution, l'hygrométrie du bois peut changer ce qui entraînerait une altération de la qualité requise. Cette étape intermédiaire est un gage de qualité qui garantit que le bois peut être envoyé en parqueterie. Le bois étant un produit vivant susceptible de bouger à la moindre transformation, cette étape de stabilisation se répète plusieurs fois durant le process de fabrication du parquet.

Les bandeaux sont ensuite envoyés en purge afin que les gros défauts soient retirés. Ces morceaux indésirables sont repérés par un opérateur qui les marque à la craie. Ces marques sont ensuite identifiées par lecture optique par un ordinateur qui vient optimiser l'opération de purge. Les blochets sont ensuite triés en fonction de leur taille et les piles sont marquées d'un code barre regroupant tous les éléments nécessaires à leur traçabilité. Cet étiquetage permet également au groupe Marty d'avoir une visibilité instantanée des stocks de bandeaux et donc de bien gérer la fréquence des étapes de transformation.

La formation du parquet

Les blochets sont ensuite découpés en lamelles puis triées en fonction de leur qualité, c'est à dire en fonction de leur teneur en nœuds et de leur couleur naturelle. Les lamelles sont ensuite assemblées à l'aide d'un papier autocollant pour former le parement, la partie supérieure du parquet. Ce parement est collé à un support qui peut-être une plaque de contreplaquée ou de HDF. Cette plaque est également collée à un contre-balancement – il s'agit d'une feuille de résineux qui sert au bon équilibre mécanique de la lame et à un support. Une fois ces trois parties assemblées, les plaques obtenues sont découpées dans le sens de la longueur pour former les lames.

Les défauts survenus lors de l'assemblage sont une première fois rectifiés à l'aide de mastic à bois. Les lames sont ensuite stabilisées puis une nouvelle fois corrigées. La rectification des lames s'effectuant à l'œil nu par des opératrices, elle nécessite deux passages pour s'assurer de la bonne qualité du produit final. Les lames sont ensuite poncées puis usinées afin d'obtenir des rainures et des languettes sur leur longueur et sur leur largeur. Par ailleurs, le groupe dispose d'une ligne spécialement dédiée profil Woodloc, permettant une méthode de pose qui consiste en l'assemblage du parquet par clipsage et non par collage. Lancée en 2001, cette ligne de production va bénéficier à court terme d'une évolution visant à produire une nouvelle génération de profil qui sera commercialisée en 2010.

Pour la finition des lames, le groupe dispose de deux lignes de vernissage, une pour les produits plats et une autre pour les produits brossés. La première utilise des produits à base polyuréthane appliqués par rideaux et l'autre utilise des produits à base acrylique appliqués par rouleaux. Les produits brossés ont un séchage thermique alors que les produits acryliques sont séchés par des lampes UV. A noter que les machines servant au vernissage des lames vont être modifiées pour recevoir un vernis à base aqueuse respectueux de l'environnement et visant à limiter les rejets de COV dans l'atmosphère.

Après cette ultime étape, les produits finis sont envoyés dans la zone d’emballage où ils sont conditionnés puis stockés dans le magasin de produits finis avant d’être expédiés.