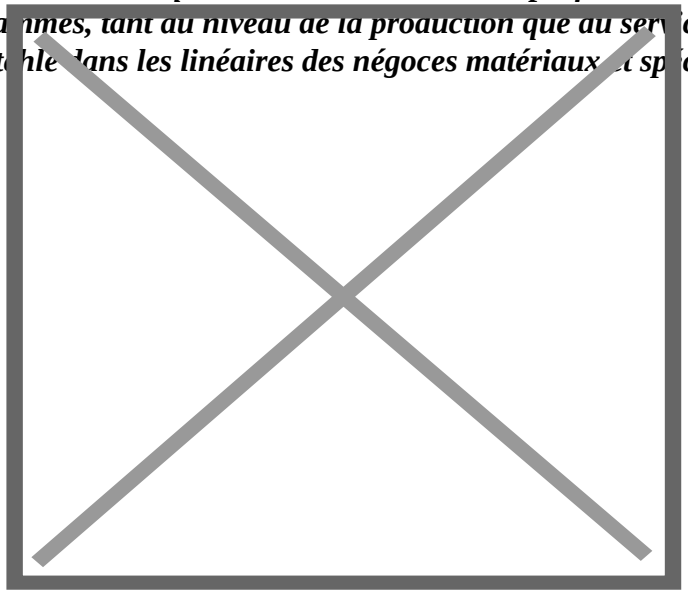
avril 2011

Leuco Stehle

La marque de Leuco pour les distributeurs

Reconnue sur le marché français pour la fabrication et la commercialisation en direct d'outils d'usinage du bois auprès des industriels et des fabricants de machines, Leuco France propose depuis l'automne dernier la marque Stehle à la distribution professionnelle. En jouant la carte de la synergie entre les deux gammes, tant au niveau de la production que au service, Leuco France entend installer durablement Stehle dans les linéaires des négoces matériaux et spécialisés bois-panneaux.



En 1954, Willi Ledermann et Josef Störzer démarrent, à Horb en Allemagne, la production d'outils carbure sous l'entité Ledermann & Co (Leuco). En 1956, ils commercialisent la lame de scie Duplovit, un disque dont les dents en forme de gouge travaillent d'une façon très efficace sur la matière, innovation qui contribue pleinement à l'essor de la jeune entreprise – ce produit est depuis tombé dans le domaine public et aujourd'hui de nombreux fabricants utilisent cette technologie, même si l'affûtage des dents requiert un savoir-faire particulier.

Après six ans d'existence sur le marché allemand et une notoriété grandissante, la société Leuco décide d'implanter sa première filiale à l'étranger. Pour des raisons de proximité, le choix se porte sur Ostwald, ville alsacienne située à une dizaine de kilomètres au sud de Strasbourg. Aujourd'hui, le groupe, qui a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 110-115 millions d'euros en 2010, appartient à la holding Tolatec et emploie plus de mille collaborateurs répartis dans vingt-deux filiales à travers le monde. L'activité est toutefois principalement axée sur l'Europe qui recense 800 salariés pour douze filiales, dont le siège social de Horb qui accueille notamment la plate-forme logistique centrale du groupe.

Des sites de production intégrés

Le groupe Leuco est désormais un acteur incontournable dans la fabrication haut de gamme de lames de scies, de déchiqueteurs, de fraises d'alésage (pour l'aboutage par exemple), de fraises à queue, de mèches à percer ou encore de systèmes de serrage qu'il commercialise en direct auprès des industriels du bois et des fabricants de machines. Pour assurer sa propre production, Leuco s'appuie sur des usines situées à Horb en Allemagne, à Beinheim en France mais aussi en Suisse, aux Etats-Unis, en Chine et en Afrique du Sud.

Chaque site étant capable de répondre aux demandes de leur marché local, ils sont amenés à réaliser des produits spécifiques et sont tous capables de transformer les plaquettes carbure. En parallèle, pour accompagner son offre, le groupe propose un service d'affûtage pour tous types d'outils à bois qu'il réalise via un réseau de trente-cinq stations d'affûtage.

Leuco Production France

Sur le sol français, le groupe Leuco compte une filiale commerciale, Leuco France implantée à Ostwald, une unité de production installée à Beinheim, cinquante kilomètres plus au nord, et cinq stations d'affûtage. Baptisée Leuco Production France (LPF), le site industriel d'aujourd'hui 7 000 m2 de superficie abrite d'une façon historique la fabrication de lames de scies circulaires (cf.encadré) pour la coupe de panneaux, bois massifs, plaques en fibrociment, plastiques, métaux non-ferreux, matériaux composites, production destinée aux utilisateurs finaux (industrie du panneau bois, meubles, aménagement intérieur, scieries, menuiseries…). Pour cette famille de produits, LPF joue le rôle de centre de compétences du groupe et a donc en charge le développement et l'industrialisation des innovations produits. Par exemple, en 1998, LPF a mis au point une lame de scie circulaire diamant jetable (ref.50457378) destinée au marché de la construction américain. Réalisé en partenariat avec Hitachi et James Hardie (fabricant de panneaux de façades et de bardage), ce disque offre la possibilité de découper la matière sans éclat et de dégager les copeaux vers les systèmes d'aspiration de la machine limitant ainsi l'émission de poussières. Multi-matériaux, cette lame est idéale pour la coupe de panneaux, de bardage, d'isolants et de mousses et est préconisée pour la construction de Maisons Ossature Bois. Jusqu'ici réservé au marché américain, ce disque s'est écoulé aux Etats-Unis jusqu'au rythme de 100 000 exemplaires/an avant la crise.

Rachat et intégration de Stehle

En 1998, le groupe Leuco reprend la société allemande Stehle qui, depuis sa création en 1921, s'est toujours concentrée sur la fabrication d'outils coupant pour le bois, notamment pour les fenêtres, secteur sur lequel elle bénéficie d'une grande notoriété. Au contraire de Leuco qui commercialise sa production en direct vers les industriels, les grands-compte et les OEM fabricants de machines (30% de son activité), Stehle n'est vendue que via des réseaux de distribution (négoces matériaux, quincailleries bois et GSB). Pour le groupe allemand, la reprise de Stehle a donc permis d'augmenter son portefeuille clients mais aussi d'étendre sa gamme de produit avec des références standards positionnées sur du moyen de gamme qui correspondent parfaitement aux attentes des distributeurs professionnels et de leurs clients.

Entité à part entière, Stehle possède trois filiales propres en Allemagne, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni, pays dans lequel elle est fortement présente. L'administration des ventes est régionalisée avec deux bureaux pour le marché allemand (un pour le nord et l'autre pour le sud) et un service export qui s'occupe des autres marchés.

Jouer la carte de la synergie

Bien que bénéficiant de son propre savoir-faire, Stehle profite pleinement des atouts de Leuco pour le développement des produits. Avant la mise en place prochaine d'une équipe technique uniquement dédiée à Stehle, la conception des produits de la marque est réalisée au sein du service Recherche et Développement de Leuco. Il regroupe deux équipes, l'une dédiée aux lames de scies et l'autre au reste des produits. En fonction des caractéristiques techniques des produits, ils sont commercialisés soit sous la marque Leuco, soit sous la marque Stehle. Evidemment, lorsqu'un produit est élaboré pour la marque Leuco, son développement profite également à Stehle dont les produits doivent répondre à une demande large tout en se positionnant sur un niveau de prix abordable.

A noter que toutes les lames de scies commercialisées sous la marque Leuco et Stehle sont fabriquées au sein de Leuco Production France depuis 1998. Outre cette synergie industrielle, la marque Stehle s'appuie

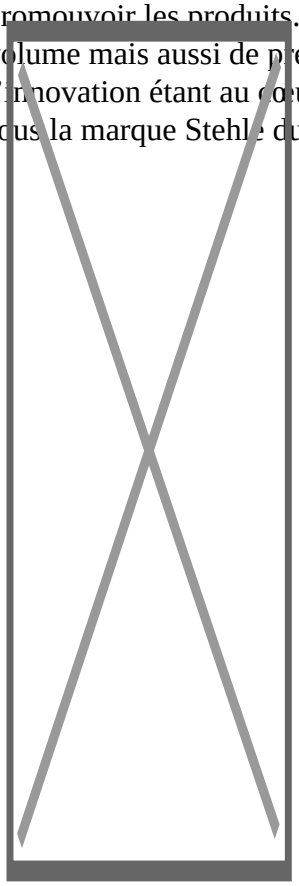
également sur le stock central de Leuco, pour la logistique, ainsi que sur le réseau d'affûtage du groupe, pour le service offert aux utilisateurs finaux. Signalons également que l'année dernière, le site de Memmingen, ancien siège social de Stehle, a été fermé et que ses ateliers de production ont été transférés à Horb, et à Beinheim pour les fraises d'aboutage, aujourd'hui produites par LPF.

Le marché français, un premier essai

Aujourd'hui, le groupe Leuco initie une nouvelle stratégie commerciale qui vise à intensifier la notoriété de Stehle sur les marchés où elle n'était pas encore ou peu présente. Ainsi, depuis le 1er septembre 2010, Leuco France est la première filiale du groupe à prendre en charge le développement de la marque sur son marché local. Jusqu'ici, la marque était peu visible en France par manque de dynamisme du partenaire commercial chargé de sa diffusion. Aujourd'hui, la gamme est intégrée dans l'offre Leuco France et ses onze chefs de secteurs peuvent désormais la proposer à tous les interlocuteurs de la distribution professionnelle, dont nombreux sont ceux qui utilisent des produits Leuco pour leur propre usage (scie à panneaux, centre d'usinage).

Pilotée par Thierry Nicolet, gérant de la filiale française, la force de vente de Leuco France est donc désormais capable de proposer la marque Stehle via la mise en place d'une politique de vente dédiée. Cette dernière prévoit, dans un premier temps, de fournir les négoces matériaux, les revendeurs de machines à bois et les négoces spécialisés en bois-panneaux. Ces derniers n'ont en effet pas l'habitude de commercialiser de l'outillage et sont souvent confrontés aux retours de leurs clients qui, mal équipés, mettent en cause la qualité de l'outil plutôt que celle du bois.

Pour convaincre les distributeurs, Thierry Nicolet va réaliser de nombreuses actions commerciales pour promouvoir les produits. Mises en place tous les mois en Allemagne, elles permettent à la fois de réaliser du volume mais aussi de prendre toutes les informations du marché pour introduire de nouveaux produits, l'innovation étant au cœur du développement de la marque comme le prouve la commercialisation prochaine, sous la marque Stehle du disque diamant jetable 50457378 cité plus haut.



De nombreux outils d'aide à la vente

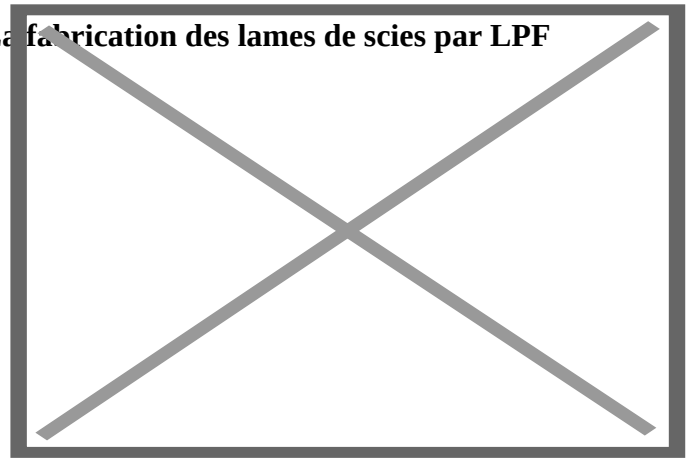
Pour développer Stehle sur le marché français, Leuco France s'appuie sur les outils de marketing développés en Allemagne. La force de vente peut ainsi s'appuyer sur des kits de démonstrations qui permettent de visualiser les résultats de coupe de telle ou telle référence sur différents types de bois. Pour implanter les produits chez les distributeurs et les aider dans leur vente, elle propose également une PLV aux couleurs de la marque allemande (vert et blanc contre violet et gris pour Leuco) qui reprend le code couleur attribué à chaque famille de produits. Les packagings des outils sont par ailleurs les mêmes que ceux destinés au marché allemand avec des informations représentées sous la forme de pictogrammes, des symboles qui ne nécessitent aucune traduction pour que les distributeurs puissent vendre les bons outils pour les bonnes applications.

Prochainement, la marque Stehle va également éditer un nouveau catalogue qui regroupera l'ensemble des produits disponibles en stock en permanence – le catalogue actuel reprend tout le savoir-faire de la marque y compris des références peu présentes chez les distributeurs. Cette future version devrait d'ici peu être visionnable sur le site Internet de la marque, lequel va faire l'objet d'une refonte complète afin de présenter les caractéristiques techniques des outils mais aussi intégrer des bons de commandes en ligne.

Par ailleurs, en Allemagne, la marque Stehle fait l'objet d'une campagne de promotion intensive avec la présence de stands lors des foires de Nuremberg (fenêtres et menuiseries) et à la Ligna d'Hanovre réservée aux industriels du bois et de la filière forestière. Au final, pour 2011, l'objectif de Leuco France est de doubler le chiffre d'affaires réalisé en 2010 sur la vente des outils Stehle, et redoubler ce chiffre l'année suivante : une finalité qui n'inquiète en rien Wolfgang Alteheld, gérant de Stehle : « *Notre action sur le marché français est plus qu'un test, car nous sommes certains de son succès du fait de la qualité de nos produits et de notre philosophie de vente basée sur le partenariat avec nos clients* ».

Nicolas Desbordes

La fabrication des lames de scies par LPF



Plus importante unité de développement du groupe Leuco, l'usine LPF de Beinheim a été construite en 1965. Au fil des décennies, elle a subi plusieurs agrandissements dont le dernier, survenu en 1998, qui a permis de doubler sa superficie. Jugée aujourd'hui à l'étroit, elle pourrait d'ici quelques années être de nouveau agrandie, les terrains voisins appartenant déjà au groupe.

La zone de production de trois cents machines est divisée en trois ateliers : fabrication du corps de la lame, finition des grandes séries et finition des petites séries et des produits spéciaux. En 2010, sa production annuelle s'est élevée à un million de lames carbure faisant de 40 à 800 millimètres de diamètre pour 1,1 à 12

millimètres d'épaisseur, à 16 000 lames de scies diamantées et à 12 000 fraises d'aboutage. Indépendante, LPF fabrique essentiellement pour le groupe Leuco (les produits standards sont alors directement envoyés au stock central de Horb tandis que les outils spéciaux sont directement expédiés chez les clients) mais aussi pour des fabricants de machines électroportatives ou d'accessoires (Bosch, Hitachi, CMT) pour lesquels elle réalise des marquages spécifiques. Elle peut également suivre le cahier des charges de ce type de clients pour, par exemple, réaliser des formes de dents spécifiques.

En 2009, LPF, qui emploie 190 personnes dont 150 en production, a réalisé un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros.

Définir la qualité de la tôle

Pour produire une lame de scie circulaire en carbure, LPF commence par fabriquer le corps du disque. Pour cela, elle achète des plaques de tôles de différentes duretés et épaisseurs. En fonction de ces caractéristiques, trois niveaux de gamme sont réalisés : Proline (moyen-haut de gamme) et Euroline (moyen de gamme) pour les marques Leuco et Stehle, ainsi que la série Topline (haut de gamme), uniquement pour Leuco. La première opération est le redressage qui est effectué dans une machine où des tambours viennent aplanir la tôle au maximum. En fonction de sa planéité, un code couleur correspondant aux trois niveaux de gamme lui est attribué. Cette étape de redressage pourrait être faite directement par le fabricant de plaque de tôle mais LPF tient à la réaliser en interne afin de valoriser son propre savoir-faire en la matière et bien maîtriser sa qualité.

Formation du disque

Une fois identifiée, la plaque est dirigée vers un centre de découpe laser – LPF fait figure de pionnier dans l'utilisation de ce procédé. L'entreprise possède trois découpeuses à une tête pour la gamme Topline et le spécial (dont une achetée en 2010) et une découpeuse à deux têtes pour les grandes séries (Euroline et Proline). Le nombre de disques découpés sur chaque plaque est optimisé et les chutes sont recyclées puis vendues à un prestataire pour être fondues et transformées en nouvelles plaques. Une fois formé, le disque subi deux opérations de nettoyage à savoir le dégraissage (une machine) et du polissage à travers six ponceuses qui définissent la cote (l'épaisseur) finale du disque.

Les disques sont ensuite empilés (le nombre varie en fonction de l'épaisseur et de la qualité de la tôle) puis subissent un traitement thermique. La température, au minimum 400°C, varie en fonction de la taille du paquet, de l'épaisseur de la tôle, du type de disque… Ce procédé, qui permet d'apporter une homogénéité de surface est avant tout une étape visant à renforcer la qualité des produits, M.Meyer, directeur de LPF désirant de la « qualité par un process stable ».

Ultime étape de planage

A leur sortie du four, les paquets sont refroidis pour descendre à température ambiante. Ils sont ensuite éclatés pour subir des opérations de tensionnage. En effet, après le traitement thermique, les lames sont neutres de tension et risquent de réagir aléatoirement sur la machine. Pour éviter tous risques lors de leur utilisation, LPF apporte une tension contrôlée qui correspond à l'application préconisée du disque. Un, voire deux cercles de tension sont ainsi creusés sur la lame à cet effet, la profondeur variant d'une référence à l'autre.

Une fois cette mise en tension effectuée, la lame subit une dernière opération de planage réalisée manuellement. Un opérateur vient la placer sur un axe et mesure le battement de la planéité en rotation. L'opérateur, en fonction de la tolérance définie par le cahier des charges, décide s'il la rectifie ou non. Si c'est le cas, il place un gabarit sur la surface du disque et marque tous les points de lumière, c'est-à-dire les

endroits où le disque ne « colle » pas au réglet. Il vient alors corriger la surface à l'aide de coups de marteau semblable à ceux effectués en carrosserie.

Brasage du carbure

Définitivement formées, les lames reçoivent alors sur chaque dent, une pastille de carbure de tungstène qui doit tout d'abord être préparée. Elle est ainsi décapée, posée sur un fil de brasure (argent et cuivre), décapée de nouveau puis chauffée à 700°C pour faire fondre l'argent qui, une fois en fusion, sert de liant entre la pastille (positionnée au milieu de la dent) et la lame. Au total, LPF compte trente machines de brasage.

Les traces engendrées par cette opération sont enlevées par sablage, une grenaille fine étant alors soufflée sur le disque avec une pression de sept bar. Outre un meilleur esthétisme du disque, ce procédé permet de faciliter son contrôle visuel en laissant apparaître le cuivre et donc le point de brasure.

Affûtage des dents et contrôle

Une fois placée sur le disque, la pastille doit être affûtée, opération réalisée sur des meules diamant dédiées à chaque face : avant, dos et côtés. Pour être sûrs de la conformité du produit avec le cahier des charges, les opérateurs placent les lames dans un projecteur d'angle qui vérifie les angles de chaque arête de la pastille après affûtage.

Une opération de polissage est ensuite réalisée pour enlever les éventuelles traces de rouille survenues lors du process. Un dernier contrôle de la planéité est alors réalisé pour s'assurer que le disque n'ait pas perdu sa planéité lors de l'affûtage des pastilles. Les lames sont alors protégées de l'oxydation par un laquage (gamme Proline et Euroline) ou par un trempage dans un bain anti-oxydant (gamme Topline).

Marquage et conditionnement

Les disques sont ensuite marqués au laser avec des paramètres de chauffe prédéfinis qui laissent apparaître les inscriptions sans déformer la tôle. Ce marquage reprend l'ordre de fabrication, la définition technique de la lame, le nombre de tours/min. auquel doit tourner la lame, les angles de la pastille (pour faciliter le travail des affûteurs)...

A noter que pour la fabrication des séries à grand volume Euroline (marque Stehle), LPF a investi dans une chaîne spécifique qui réalise à la suite les opérations de formation du corps de lame, de brasage, de sablage, d'affûtage, de polissage et de marquage au rythme d'un disque de 24 dents par minute.

Le conditionnement des produits varie selon leur niveau de gamme. LPF peut ainsi utiliser du carton ou du plastique qui peuvent être vierges ou comporter les logos de Leuco, Stehle ou d'autres clients. Pour la marque Leuco, du fait du positionnement prix des produits, LPF utilise des cartons étanches afin d'éviter que la graisse ne les détériore.