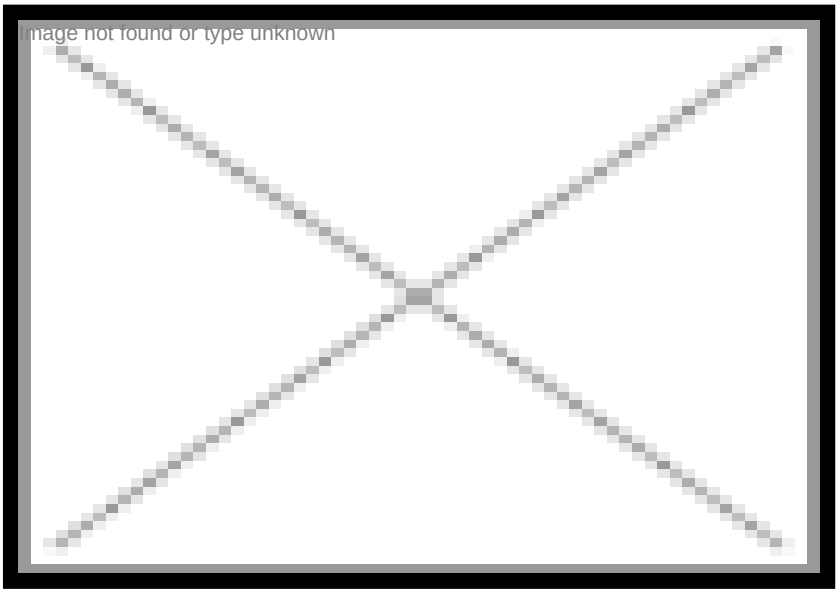
février 2020

Guide

Accueil / BBI / Fournisseurs / Gants de protection

Une nouvelle marque pour la protection des mains

Lancée en 2019, la marque Guide arrive en France avec sept nouvelles gammes de gants de protection pour les professionnels. Ces produits innovants s'appuient sur les valeurs fortes que l'entreprise défend : la longévité, la performance, la qualité et la durabilité, afin d'être en phase avec les attentes des donneurs d'ordre et leur garantir le meilleur retour sur investissement.



La marque Guide est lancée dans l'Hexagone. Spécialisée dans la protection des mains, Guide est l'une des marques du groupe Bergman & Beving, implanté sur trois continents et positionné notamment sur les marchés scandinaves et de l'Europe de l'Est. Affichant un chiffre d'affaires de 450 millions d'euros pour plus de 1 000 salariés, il opère sur trois marchés principaux, les matériaux de construction, l'outillage et les consommables ainsi que les équipements de protection où il investit en permanence. Dans le domaine des EPI, il dispose ainsi d'un portefeuille de plusieurs marques qui couvrent l'ensemble des besoins des professionnels : Arbesko pour la protection des pieds, Cresto pour les anti-chute, L-Brador pour les vêtements, Zekler pour la protection de la tête, et donc Guide pour la protection des mains.

Des ambitions affirmées

Créée en 1986 sous l'égide de Skydda, l'une des filiales EPI du groupe B&B Safety, Guide est devenue une entité autonome en janvier 2019 et une marque à part entière grâce à une stratégie visant à recruter les meilleures compétences techniques et marketing pour mettre en œuvre les tendances les plus novatrices. Ces profils experts, reconnus dans leur domaine, sont dirigés par Jan Lundmark, précédemment CEO de Ejendals AB.

Pensée comme une équipe de sport, cette « task force » a pour mission de revoir entièrement la gamme actuelle, constituée de 250 gants de protection, avec une montée en gamme faisant la part belle à l'innovation. Parallèlement, son objectif est d'assurer le développement et la commercialisation de nouveaux produits dont le point commun est de surprendre les professionnels par leur élégance et surtout par leur ergonomie, pensée pour faciliter chaque geste et diminuer les efforts, y compris dans des métiers de manutentions lourdes tels la métallurgie, la soudure, la construction ou encore la gestion des déchets et leurs risques de coupures, écrasements, piqûres, brûlures…

Sept familles de gants

Misant sur les ressources et la confiance allouées par le groupe B&B, qui veut faire de Guide sa base d'expérimentation avant de lancer les autres marques du groupe à la conquête de l'Europe, sept nouvelles familles constituées de 35 nouveaux gants inédits ont été conçues en moins de dix mois, puis présentées lors du salon A+A pour une commercialisation qui interviendra sur le premier trimestre 2020. Il s'agit des collections XLNT, qui assure une meilleure préhension dans des conditions huileuses et humides, O.T pour les conditions extrêmes (travaux lourds), HRFIBR, une protection anti-coupure pour les milieux industriels, Sparx contre les flammes pour les environnements sujets à l'arc électrique, Weld_Tec dédiés aux travaux de soudure, Vibro, qui préserve des vibrations lors des travaux de construction et d'assemblage et Envi, qui se caractérise par des produits durables. « On n'achète pas des EPI comme un consommable lambda : la relation affective avec le produit, ses performances et ses limites sont constamment en interaction avec les objectifs de sécurité bien sûr mais aussi avec la productivité, la qualité et même l'image de l'entreprise. Bien souvent ces critères s'avèrent plus importants que la simple valeur faciale du produit et c'est pourquoi nous y travaillons avec passion ! » explique Niclas Wiklund, directeur développement produit chez Guide.

Des outils d'accompagnement

Présente dans quatorze pays, la marque annonce un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros et 22 millions de paires vendues. Visiblement, elle suscite déjà l'intérêt de grandes entreprises désireuses de trouver des interlocuteurs à l'écoute de leurs préoccupations opérationnelles. Pour cela, des équipes sont constituées un peu partout en Europe de l'ouest et plus particulièrement en France où deux responsable grands comptes – Anne Guillemette et Thierry Grellier – ont été recrutés en septembre dernier. Eric Vallery est, lui, responsable de l'innovation. Une autre personne, qui aura la responsabilité de coordonner les actions, arrivera au printemps prochain.

«Lorsqu'il s'agit de travailler avec des donneurs d'ordre désireux de lier des relations durables et des partenariats techniques avec les fournisseurs, la confiance ne se décrète pas, elle se construit : seule la proximité avec le terrain, la compréhension des enjeux et l'excellence de l'offre de services est de nature à séduire les interlocuteurs les plus exigeants, qu'ils soient responsables sécurité, gestionnaires de la qualité, ergonomes ou directeurs des achats pour qui miser sur la durabilité plutôt que le prix est un gage de meilleur retour sur investissement » soulignent les dirigeants de Guide France.

C'est pourquoi Guide développe également des outils d'analyse et d'aide au choix des modèles les mieux adaptés aux besoins des utilisateurs finaux (GetYourGlove, Guide Assistance, Guide 360), crée des formations pour renforcer l'expertise de sa force de vente (Guide University) et de ses partenaires privilégiés (Guide Academy).

Responsabilité sociale et environnementale

A ce jour, l'entité Guide est basée à Ulricehamn en Suède, à quelques kilomètres de Göteborg. Grâce à la réactivité de la principale plate-forme logistique du groupe, d'une surface de 88 000 m^2, l'entreprise est en mesure de livrer en 24 heures le périmètre de la Scandinavie et en cinq jours ouvrés les pays de l'Europe de l'Ouest – dont la France – avec un taux de service de 99,6%.

Guide s'inscrit également comme une société responsable. Désireuse de réduire son impact environnemental, elle revoit sa chaîne logistique pour miser davantage sur le rail, modifie l'organisation de son outil de production pour privilégier les techniques et les sites les plus vertueux, remplace peu à peu ses emballages les plus polluants par d'autres solutions plus

neutres. Et en ce qui concerne les produits, la marque a décidé d’arrêter peu à peu certains modèles jugés trop préoccupants, tout en investissant massivement dans la création de la gamme de gants tricotés EnviTM qui réduit à minima la consommation d’eau et d’énergie tout en assurant une totale innocuité (ni DMF, ni butadiène, ni silicone, ni latex).

Véritable marque porte-drapeau du groupe, Guide ne cache pas ses ambitions. L’entreprise veut atteindre les 70 millions d’euros de chiffre d'affaires d’ici 2023, soit une croissance de près de 80% sur la période. Cinquante millions de paires vendues dans une vingtaine de pays devraient alors porter sa marque.

Agnès Richard