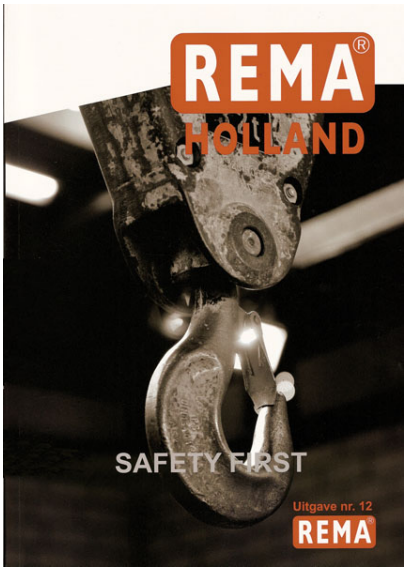
janvier 2013

Rema Holland

Accueil / BBI / Fournisseurs / Levage Manutention

Orange, l’autre couleur du palan

Souhaitant développer ses ventes en France, Rema Holland, le leader hollandais du palan, est en train de mettre en place une structure dans l’hexagone afin de proposer un vrai service aux distributeurs. Désormais, l’entreprise néerlandaise propose à la fourniture industrielle une gamme complète de levage-manutention, composée de produits de qualité, souvent innovants.



Le leader hollandais du palan veut développer son implantation en France. A l’origine, l’aventure de Rema Holland avec le levage est née un peu par hasard. L’entreprise a été créée en 1951 à Maastricht, aux Pays-Bas. A l’époque, ce pays est en pleine reconstruction et la ville, connue surtout de nos jours pour le traité européen qui porte son nom, est alors réputée pour son caractère industriel. L'entreprise s’oriente ainsi vers la fourniture de postes à soudure, roulements, outils à main et électriques pour les industries de la région, tout en développant une activité d’agent. Elle devient l’importateur pour la Hollande de la marque Metabo qu’elle commercialise à d’autres revendeurs.

Une quinzaine d’années plus tard, Rema découvre les palans Elephant, que l’un de ses employés a dénichés au cours d’un voyage au Japon. Convaincue, l'équipe dirigeante de Rema obtient la carte de la marque. Le succès est immédiat. Ce produit est d’autant plus simple à développer que les palans sont commercialisés à travers les mêmes réseaux que ceux de la marque Metabo. L’entreprise hollandaise devient donc rapidement le deuxième importateur en volume du fabricant japonais derrière les États-Unis, et prend par la même occasion la première position européenne. Une place que Rema Holland détient toujours, trente ans plus tard. Au fil des ans, l’entreprise a constitué, il est vrai, une gamme complète de levage.

Développement d’une marque forte

A la fin des années 80, Rema Holland cède définitivement son activité de fourniture industrielle pour se focaliser sur le levage et se consacrer au développement de sa marque, Rema, créée sur quelques produits dans les années 70. «L’entreprise étant familiale, les fondateurs voulaient que les produits vendus soient identifiés à la notion de qualité et de service, à travers une marque forte. Nous souhaitons que la marque Rema soit synonyme de qualité

» explique Patrick Niessen, responsable des ventes pour l'Europe du Sud.

Le développement de la marque Rema n'empêche pas l'entreprise de poursuivre son activité d'importateur de marques positionnées toujours sur la technicité. Ainsi dans le portefeuille de marques de la société, Elephant s'inscrit dans le haut de gamme et Rema dans le bon rapport qualité/prix, les deux gammes bénéficiant en outre de prix compétitifs par rapport à leur positionnement qualité.

L'appui d'un bureau technique

Développée au départ sur les pinces de levage, la marque Rema recouvre aujourd'hui une gamme complète en levage-manutention. Au-delà du levage aérien, elle s'étend effectivement jusqu'à la manutention de sol (transpalettes, gerbeurs, tables élévatrices…). Aujourd'hui, Rema Holland vend 5 000 palans et 3 000 transpalettes par an. Son chiffre d'affaires d'environ 10 millions d'euros se répartit ainsi à 40% pour la manutention et à 60% pour le levage.

Les produits commercialisés sous la marque Rema font l'objet d'une véritable réflexion de développement au sein de l'entreprise. Le bureau technique de Maastricht travaille étroitement avec les différentes usines situées un peu partout dans le monde, en Hollande, Allemagne, Italie, Espagne, Autriche, Chine et au Japon. Néanmoins, la production asiatique représente moins de la moitié des volumes commercialisés. «Nous participons au développement du produit. Pour assurer notre croissance sur le marché, nous ne devons pas nous contenter d'un rôle de trader». Preuve de l'attachement de la société hollandaise à la qualité, c'est Jo Dullens, son directeur général, qui fait lui-même le lien entre le bureau d'études et les sous-traitants. Il effectue également le suivi qualité des produits.

Le C-21 sous marque Rema

Depuis deux ans, l'entreprise a même réussi à convaincre son partenaire de toujours, le Japonais Elephant, de lui laisser apposer sa marque Rema sur les palans C-21. Le nom emblématique C-21, connu de tous les utilisateurs, est toujours inscrit sur les produits mais il est couronné par la marque Rema. « Ce produit était important pour notre développement et il collait bien à notre image de qualité » souligne Patrick Niessen. Le but de la société néerlandaise est évidemment de développer cette collaboration au niveau d'autres produits. «Les palans C-21 sont une clé d'entrée pour pénétrer les nouveaux marchés. Ce palan est l'un des plus légers au monde dans sa catégorie» se félicite Léo Diaz, responsable du développement pour la France.

Une gamme large pour la FI

En 2007, la société familiale s'ouvre effectivement à l'Europe, de l'Est comme du Sud, et notamment à la France par le biais d'entreprises spécialisées en appareils de levage. Bien implanté dans le réseau des spécialistes, le Hollandais veut aujourd'hui déployer sa dynamique vers d'autres réseaux : la fourniture industrielle et la fourniture de bâtiment. « Nous proposons une gamme large ciblant toutes les techniques du levage aérien et de la manutention au sol. Pour une FI, c'est l'opportunité d'avoir un seul et même fournisseur pour l'ensemble de cette famille. De plus, notre statut de challenger nous incite à bien nous positionner en terme de prix» souligne Léo Diaz. «Tous les métiers utilisent des appareils de levage. Ce marché est mature mais il y a toujours de la place pour des entreprises qui apportent un service, du sérieux». Parmi ses atouts, Rema Holland affiche un excellent rapport qualité/technicité, une gamme large ciblant toutes les techniques de manutention (levage, roulement, transport interne…), sans oublier son positionnement prix. Elle bénéficie également d'un stock permanent en France donnant les moyens aux distributeurs d'avoir accès au produit rapidement.

Une structure en France

Rema Holland est donc en train d'étoffer sa structure pour mieux répondre aux besoins du marché français. Début 2013, la société devrait ainsi s'appuyer sur un entrepôt dans l'hexagone, situé à Colmar, pour disposer de la même réactivité que le site de Maastricht où l'ensemble des produits au catalogue sont stockés.

De même, comme en Hollande, une personne sera chargée du montage des équipements semi-finis et de la gestion des commandes. «Nous essayons d'apporter une solution au client. Pour vendre, nous devons avoir un stock permanent et disposer des délais les plus courts possibles. En Hollande, nous sommes capables de faire l'offre de prix et le départ expédition le jour même. Le but est de viser la même qualité de service en France » confirme Leo Diaz. «Notre but est donc d'avancer étape par étape et d'étoffer l'équipe au fur et à mesure de notre développement». De même, si le catalogue de Rema est en langue néerlandaise, il est désormais associé à un tarif annuel traduit en quatre langues l'année prochaine, dont le français. Sur le site internet de l'entreprise, l'utilisateur peut également retrouver les produits et télécharger les fiches techniques qui sont traduites en cinq langues.

Une culture de l'innovation

Le lancement de la gamme Rema X-Line en France, Espagne et Europe de l'est, marchés qui subissent une forte pression sur les prix, se présente comme un nouvel atout pour la marque. Prévue début 2013, cette gamme, qui est développée dans un premier temps sur les palans manuels et à levier, se positionne à un prix attractif sans renier la qualité, en témoigne la présence sur les produits de la marque Rema. « Nous pourrons prendre certains marchés grâce à la gamme X-Line. Le but est de l'étoffer sachant toutefois qu'elle n'atteindra jamais l'amplitude de la gamme Rema » confie Patrick Niessen,

Par ailleurs, Rema n'hésite pas à innover lorsque cette innovation a un sens pour le marché. Ainsi l'entreprise lance les palans Rema S-200 et S2, des palans brevetés avec limiteur de charge permettant à un opérateur de redescendre facilement la charge bloquée sans intervention extérieure et sans avoir besoin d'immobiliser l'atelier concerné. «La notoriété de Rema nous permet d'attirer des apporteurs d'idées. Et c'est dans notre culture d'entreprise d'être innovant».

Agnés Richard