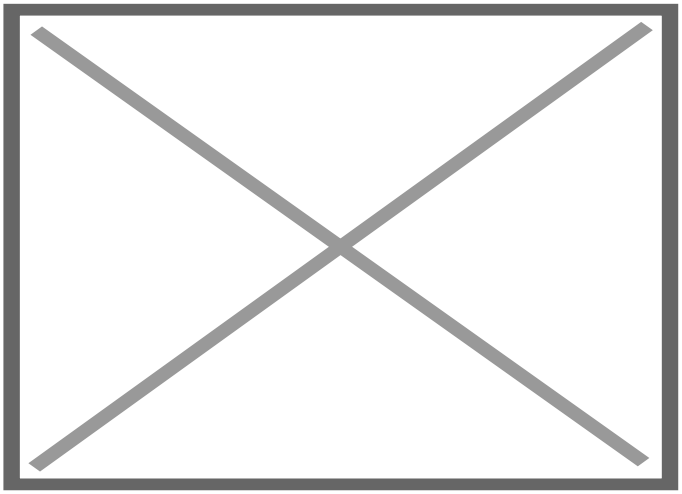
octobre 2013

Unior

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage à main

Le changement dans la continuité

En arrivant à la direction générale d'Unior France, Jean-Sébastien Zicot affirme sa volonté de poursuivre le déploiement de la marque dans les circuits de fournitures industrielles et du bâtiment, tout en capitalisant sur le savoir-faire du fabricant slovène en matière d'outils spécifiques pour développer de nouveaux segments de marché. Cette dynamique commerciale sera soutenue par un nouveau souffle promotionnel.



Depuis toujours, le développement d'Unior France est lié à la famille Mroz, en association bien sûr avec le fabricant slovène spécialisé dans la fabrication d'outils forgés et d'équipements en tôle d'acier. C'est Michel Mroz qui, en 1993, crée la filiale française du groupe, avant de passer la main en 2007, à son fils Nicolas. En 20 ans, l'entreprise a prospéré et étendu ses gammes sur le marché français avec l'ambition de jouer un rôle à part entière parmi les grands noms de l'outillage à main de l'hexagone. S'appuyant sur 6 000 lignes d'outils et de servantes stockées sur son site de Vaux-le-Pénil, à côté de Melun (77), l'entreprise devrait clore l'année 2013 autour d'un chiffre d'affaires de trois millions d'euros.

Une transition en duo

Mais 20 ans est aussi un bel âge pour un nouvel envol. Nicolas Mroz souhaitant découvrir de nouveaux horizons, Unior France aborde ainsi un nouveau tournant de son évolution. N'entendez pas pour autant qu'il s'agit d'un désaccord entre le jeune dirigeant et la maison mère slovène. « *C'est une décision purement personnelle prise depuis un an* » souligne Nicolas Mroz. D'ailleurs, fidèle à ses engagements et à son lien avec le groupe Unior, le chef d'entreprise a veillé au recrutement de son successeur et prend le temps pendant trois mois d'accompagner la transition, en rencontrant avec lui, sur le terrain, la force de vente (15 agents commerciaux) et les clients principaux.

Jean-Sébastien Zicot, qui prend donc la responsabilité d'Unior France, n'est pas un inconnu sur le marché de l'outillage. Après avoir travaillé à l'implantation de Zibro-Kamin en France (chauffage et traitement de l'air), il a passé plusieurs années chez Bosch Outillage, où il a participé notamment au lancement de la force de vente accessoires en pro avant de devenir chef des ventes grand public. Il a également développé les grands comptes chez Ram Electricité en tant que directeur commercial avant de prendre la gérance d'une entreprise privée. « *J'ai toujours participé au lancement d'activités dans les entreprises. Avec Unior France, j'ai l'opportunité de m'exprimer à un autre niveau de poste* » explique-t-il sans cacher sa sensibilité vis-à-vis de l'univers de l'outillage, tant côté mise en œuvre des produits que technicité. « *Le groupe Unior dispose d'un grand savoir-faire grâce à sa structure industrielle issue de la forge qui est un gage de pérennité. De plus, ce groupe a su devenir une entreprise moderne avec une forte orientation clients, ce qui l'incite à développer des outils marketing innovants. C'est important pour moi de diriger une entreprise qui dispose à la fois de la*

souplesse nécessaire et d'une structure solide derrière ». Jean-Sébastien Zicot bénéficiera d'ailleurs de la même autonomie et du même champ d'action que ses prédécesseurs.

Une réserve de croissance

Homme de challenges, le nouveau dirigeant vise cependant à s'inscrire dans la perspective de ce que Michel et Nicolas Mroz ont mis en place. « *Unior a aujourd'hui une grande réserve de débouchés possibles, y compris dans ses métiers historiques de la fourniture industrielle et du négoce en matériaux* ».

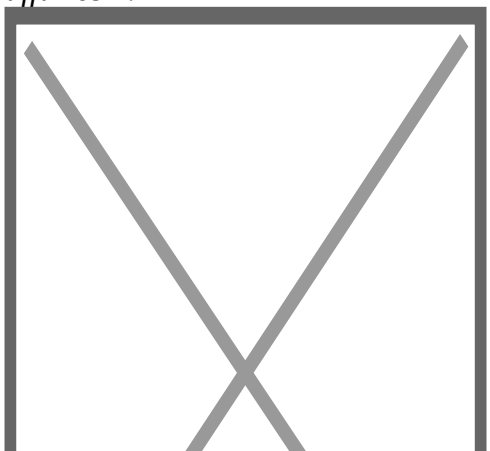
Unior France continuera donc de développer sa gamme chez les distributeurs des secteurs de l'industrie et du bâtiment en s'appuyant sur ses atouts : une offre complète, composée d'outils fabriqués à 80% dans les usines slovènes du groupe. « *Ce savoir-faire de la forge nous donne les moyens de développer des produits milieu haut de gamme nous permettant de rivaliser avec les marques domestiques* ». Le reste correspond à des produits intervenant en complément de gamme (disques à tronçonner, mesure...) produits ailleurs en Slovénie, mais aussi en Allemagne et en Asie.

Cette offre large est également constituée d'outils très spécifiques, source de nouvelles opportunités de développement commercial. Unior figure ainsi parmi les trois fabricants européens d'outils spécifiques pour les cycles. Depuis un an, Nicolas Mroz propose déjà une gamme dédiée aux ateliers de réparation et de maintenance de vélos. Et Jean-Sébastien Zicot va s'appuyer sur la gamme d'outils isolés 1 000 volts pour aborder les segments de distribution du matériel électrique, marchés qu'il connaît bien. « *Unior est non seulement un généraliste de l'outillage mais nous sommes le seul fabricant à être spécialisé dans des domaines pointus, comme ceux du cycle ou de l'électricité* ».

Un nouveau souffle promotionnel

Pour appuyer son développement commercial, Unior France mise aussi sur son savoir-faire marketing et son image moderne, illustrée par sa nouvelle charte graphique et son site internet, conçu pour une utilisation facile. Depuis un an, tenant compte de l'évolution des points de vente en faveur du libre-service, la marque propose ses outils sur carte. Par ailleurs, tous les produits disposent d'une fiche mentionnant toutes les données utiles pour la logistique (dimensions, conditionnement, conditions palette...), en phase avec les approches logistiques des distributeurs. « *Cela nous a permis de gagner des parts de marché* » explique Nicolas Mroz.

Dans les circuits historiques comme dans les segments plus nouveaux, la marque sera accompagnée en 2014 d'une nouvelle dynamique promotionnelle. « *Cette stratégie ne se réduit pas à la mise en place de prix attractifs. Nous ne sommes pas des apporteurs de prix même si, en tant que marque challenger sur le marché, Unior a déjà des prix compétitifs par rapport à ceux de ses concurrents. En revanche, les distributeurs nous attendent sur plus de dynamisme, plus de fréquence promotionnelle. Notre but est de monter les animations qu'attendent nos clients, avec des approches personnalisées* » souligne Jean-Sébastien Zicot. « *Mon ambition est qu'Unior soit reconnue par les distributeurs comme la première marque sur le critère de la facilité. J'aimerais qu'ils se disent qu'Unior est une marque avec laquelle il est facile de travailler, que nos équipes sont plus souples que celles des grands groupes et qu'elles ont la maitrise de leur décision. Nous, on aime dire oui quand nos compétiteurs disent non. Notre objectif est de faciliter le courant d'affaires* ».



Agnès Richard

Le groupe Unior a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires global de 142 millions d'euros et emploie 2 500 personnes. Au-delà de son implantation dans le secteur du tourisme (activité thermale), il réalise plus de 85% de son activité à travers différentes branches d'activité qui ont toutes en commun le travail de la forge. Globalement, le fabricant produit annuellement cinquante millions de pièces forgées.

Ce savoir-faire s'exprime tout d'abord dans la forge de pièces moteur pour l'industrie automobile (50% du chiffre d'affaires). Deux des autres pôles industriels concernent la fabrication de machines-outils pour l'usinage de pièces en série (10,5% du chiffre d'affaires global) et de pièces frittées (5%).

Avec cinq millions de pièces forgées par an, la partie outillage à main réalise un chiffre d'affaires de 30,5 millions d'euros, soit plus de 21% de l'activité industrielle d'Unior.