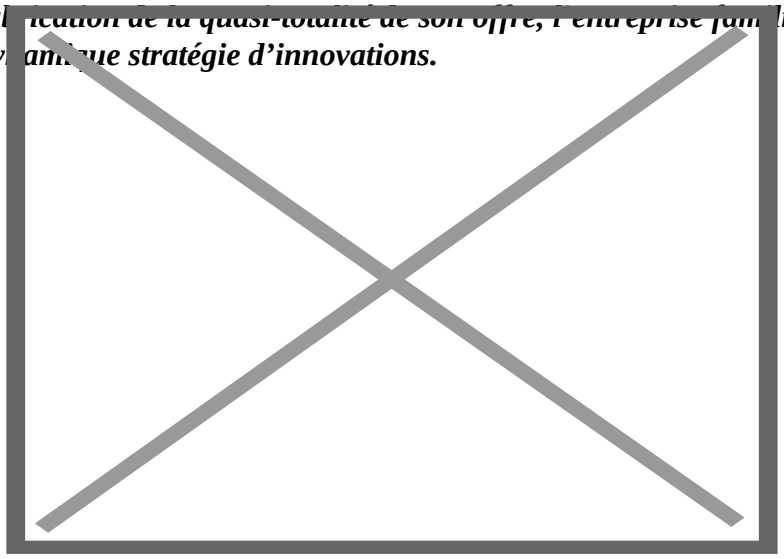
octobre 2013

Frénéhard & Michaux

Accueil / BBI / Fournisseurs / Protection antichute

Made in Normandie

Créé en 1889, Frénéhard & Michaux est le premier fabricant français d'accessoires de couverture, de gouttière et de solutions de protection pour le travail en hauteur. A l'écoute du marché, maîtrisant la fabrication de la quasi-totalité de son offre, l'entreprise familiale est depuis toujours poussée par une dynamique stratégie d'innovations.



Chez Frénéhard & Michaux, il est toujours question de toiture, de hauteur. D'ailleurs, clin d'oeil de l'histoire, la petite ville de L'Aigle, en Normandie, à deux pas de laquelle est implantée l'entreprise, doit son nom à l'oiseau royal. Vers l'an 1010, Fulbert de Beina, seigneur local, a en effet édifié un château-fort à l'endroit où a été découvert un nid d'aigle qu'il nomme Aquila (aigle en latin), nom dont héritera la ville.

125 ans d'évolution

L'histoire de Frénéhard & Michaux démarre, elle, en 1889 lorsque Fernand Michaux, commis voyageur pour un quincailler de L'Aigle, a l'idée de fabriquer des châssis de toiture, non plus en fonte, matériau lourd et fragile, mais en tôle, matière plus légère et plus résistante. En 1912, son gendre Julien Frénéhard le rejoint dans l'entreprise qui compte alors six ouvriers. En 1922, ce dernier fonde avec Lucien Michaux, fils de Fernand, l'entreprise Frénéhard & Michaux.

Le fabricant qui maîtrise la technique de l'emboutissage de l'acier par déformation et la galvanisation saisit l'opportunité de la reconstruction d'après-guerre pour s'orienter vers la fabrication d'accessoires de gouttière (crochets de gouttière et colliers de descente), un marché d'autant plus complexe qu'il se décline en autant de variantes que de régions françaises, voire de villes. En 1951, l'entreprise, devenue SARL, déménage à quelques kilomètres de l'Aigle, à La Mousse, où elle investit notamment dans une nouvelle unité de galvanisation.

En 1966, nouvelle étape : elle développe un nouveau concept à partir d'un produit présenté au Concours Lépine. Il s'agit du crochet Nègre, du nom de son inventeur, un nouveau procédé de fixation directe sur matériaux légers (toitures fibro et métal)dont la notoriété va s'installer rapidement sur le marché.

En 1986, avec le rachat de Vadot® à Meursault, Frénéhard & Michaux acquiert un nouveau savoir-faire, l'emboutissage du feuillage pré-galvanisé, et un nouveau produit à forte notoriété. Pour les professionnels, un vadot® reste aujourd'hui encore synonyme de crochet embouti. Par la même occasion, le fabricant normand complète sa gamme, qui comprend à cette époque déjà plus de 1 000 références : châssis de toiture, crochets de gouttière, colliers de descente, piquets de prises de terre, etc. Les accessoires de gouttière représentent aujourd'hui 40% du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Fort de son développement et pour répondre à la demande croissante des couvreurs, Frénéhard & Michaux crée en 1996 à quelques kilomètres de l'Aigle, à Saint Symphorien des Bruyères, un nouveau site dédié à la fabrication d'accessoires de gouttière et investit dans une nouvelle unité de galvanisation par essorage entièrement automatisée.

De la gouttière à la couverture

En 1994, Frénéhard & Michaux ajoute un second métier à son savoir-faire : les accessoires de couverture. La société entre en effet à hauteur de 34% dans le capital de l'entreprise angevine Ceuillerier, qui adopte le nom d'Etablissements Chalvet. Cette dernière travaille le fil d'acier depuis 1885 et fabrique depuis 1882 des crochets d'ardoise ! En 1997, avec la finalisation de la fusion-acquisition de cette société, la PMI gagne la maitrise d'un savoir-faire historique qui lui permet aujourd'hui de proposer une large gamme d'accessoires de couverture (crochets d'ardoise, crochets de tuile, pointes et clous), soit 1â€¯500 références de produits qui s'adaptent à toutes les typologies d'ardoise, de couvertures... et représentent aujourd'hui 25% de ses ventes.

Devenue l'un des deux fabricants français de crochets d'ardoise, l'entreprise intègre tellement bien ce savoir-faire qu'elle continue à innover sur ce secteur en lançant par exemple en 2007, les crochets d'ardoise Force 9®. Avec leur pointe crantée et leur tige cambrée, ils sont en mesure de résister à des vents de plus de 200 km/heure. Quelques années plus tôt, en 1996, elle avait déjà innové en lançant les premiers crochets d'ardoise teintés Anjou Color®. « Le crochet est teinté après sa fabrication. C'est un produit très technique, garanti 20 ans (Inox 17%). On peut encore innover sur le crochet. Il faut savoir se poser la question de comment faciliter le travail du couvreur et s'adapter à l'évolution des structures » explique Philippe Van Hoorne, directeur général. « En ce qui concerne les accessoires de gouttière, nous sommes le seul à être significatif sur une dizaine de fabricants en France. La diversité de notre offre nous permet aujourd'hui de nous différencier et de répondre à des cas de figure variés ». Le service de Recherche Développement et Innovations de l'entreprise, dont le slogan est « innover et durer », s'appuie sur six personnes dont deux sont dédiées aux seuls accessoires de toiture.

La protection, un axe stratégique

Cet essor n'empêche pas Frénéhard & Michaux d'investir un troisième métier, la protection anti-chute, déjà présente au catalogue depuis plusieurs années. En 1995, Jacques Frénéhard, président du conseil d'administration, décide de faire de ce segment une activité stratégique de l'entreprise familiale.

En 2001, le fabricant installe sur le site de Saint-Symphorien des Bruyères une nouvelle unité de production dédiée à la fabrication d'équipements de protection antichute. Il fabrique notamment les produits à base d'acier (garde-corps...).

En 2010, il acquiert la marque Unyc (lignes de vie et EPI antichute) et se dote d'un atelier de couture spécialisé dans la fabrication de harnais. « Nous sommes aujourd'hui le seul industriel à offrir une offre réellement complète de protection individuelle et collective » explique Jérôme Foucault, directeur général délégué, en charge notamment du commercial, du marketing et de la R & D. Actuellement, cette activité représente 4% du chiffre d'affaires de l'entreprise. « Nous sommes challenger sur ce marché. Nous essayons de participer aux comités normatifs dès que c'est possible. Le but est notamment de travailler sur la faisabilité technique d'une évolution normative, et d'être au courant bien en amont des transformations à

venir pour apporter des solutions aux professionnels ». Le principe du fabricant est simple. A partir de l'observation des toitures plates et en pente, il détermine les éléments susceptibles d'améliorer la protection du couvreur et de l'étancheur : lignes de vie, garde-corps temporaires, protections périphériques permanentes, sauts de loup, échelles à crinoline, etc.

Intégration industrielle

L'industriel s'appuie donc aujourd'hui sur trois principaux métiers et un portefeuille de produits large, comportant notamment 650 références actives de crochets d'ardoise et 1 650 références d'accessoires de couverture. « Nous fabriquons plus de 99% de l'offre que nous commercialisons. Nous sommes un industriel et nous le revendiquons ! Nous avons une culture de l'intégration très forte, depuis la conception des produits et la fabrication de notre outillage de production, en passant par la galvanisation et la mise en peinture, jusqu'au produit fini » souligne Jérôme Foucault.

Saint-Symphorien rassemble l'essentiel des activités industrielles du groupe, réparties en trois unités (voir encadré) ainsi que le siège social depuis 2012. Frénéhard & Michaux dispose également d'un site de 4 000 m2 de surface couverte à Beaucouzé. Créé en 2007, ce site se concentre sur le travail du fil et la fabrication des crochets d'ardoise. Il intègre quatre ilots de trois machines automatisées, deux lignes de peinture automatisées dédiées à la fabrication de crochets teintés et un magasin de stockage. Sans oublier le site de Breteuil-sur-Iton dans l'Eure (5 500 m2) dédié à la peinture avec deux chaines de poudrage automatisées, des tunnels de cuisson, fours de préchauffage, des grenailleurs et une cabine de sablage.

Outil flexible

Cette maitrise complète de son offre est pour le fabricant un gage de qualité, d'innovation mais aussi de flexibilité, lui permettant de mieux s'adapter aux demandes du marché. « Cela nous coûterait moins cher de fabriquer nos crochets en Chine. Mais nous ne serions pas en mesure de proposer autant de produits différents et de qualité. Nous avons fait le choix d'investir en permanence dans notre outil industriel pour rester compétitif et d'innover sans cesse pour avoir en catalogue des produits qui répondent aux différents besoins des marchés ».

Pour assurer sa compétitivité, le fabricant a travaillé sur ses process. « Notre savoir-faire repose aussi sur notre capacité à transformer des moyennes séries en des séries industrielles, à partir de la même base » explique Philippe Van Hoorne. Aux côtés de son stock de produits finis (2,3 millions de crochets de gouttière soit environ un mois de stock), l'entreprise a également mis en place un stock de produits intermédiaires semi-finis, sur lesquels elle peut intervenir en quelques heures, souvent pour l'opération de galvanisation. « Aujourd'hui, nous devons savoir gérer un carnet de commandes sous quelques jours. Nous allons de plus en plus vers du fractionné. Depuis 2009, à volume d'activité constant, le nombre de lignes de commandes a été multiplié par deux ! En permanence, nous nous adaptons, avec l'appui d'un personnel qui sait aussi s'adapter. C'est ce qui fait notre force ». Le personnel joue effectivement la carte de la polyvalence au niveau des tâches et, si besoin est, de l'emploi du temps.

Croissance externe

En 2013, l'ensemble de ses activités permet à la PME familiale de tabler sur un chiffre d'affaires de 36 millions d'euros (50 millions d'euros pour l'ensemble du groupe), en légère baisse compte tenu de la situation du marché. Le reste de l'activité est lié à d'autres métiers industriels. La société normande est effectivement prestataire pour d'autres sociétés en galvanisation et en peinture. Elle s'appuie également sur FMSRingue, une filiale défiée à la location pose-dépose d'échafaudages tubulaires et sur consoles. C'est d'ailleurs la seule entreprise de France en mesure de louer tous les types d'échafaudage.

Philippe Van Hoorne n'exclut pas d'autres opérations de croissance externe dans l'avenir, dans le but de

compléter l'outil industriel de l'entreprise ou son expertise métier. Le fabricant vient d'ailleurs d'annoncer le rachat de la société TSN (Traitements de Surfaces de Normandie) et la création de la société FM TSN. Cette opération lui permet ainsi notamment de renforcer son activité « Traitement surface / Revêtement » en créant une véritable synergie entre la galvanisation et sa filiale FM-Merlet. Il n'y a guère que sur les gouttières, une famille qui ne fait pas partie de son portefeuille, que l'entreprise refuse de s'orienter, à moins d'investir quelques niches bien spécifiques. Elle travaille en effet avec les principaux fabricants du marché auxquels elle fournit les parties métalliques pour les supports de gouttière.

Par ailleurs, peuvent également se profiler des opportunités de marché lui permettant de gagner des points sur le plan commercial en France ou à l'étranger. Actuellement, son premier marché à l'export est l'Allemagne avec les crochets de gouttière et les garde-corps. Le second est le Bénélux, orienté à 80% sur les crochets de gouttière.

Catalogue numérique sur Batimat

Si, de façon historique, Frénéhard & Michaux commercialise ses produits à travers la distribution, l'entreprise s'est adaptée à la structure du marché de la protection collective définitive en proposant son offre en direct aux entreprises de couverture et aux spécialistes de l'étanchéité, à travers la marque Sécurigard. Aujourd'hui, 60% de son chiffre d'affaires passe par la distribution (négoces en matériaux, des spécialistes de la couverture et quincaillerie-fourniture industrielle) et 40% en direct (intégrant les prestations en galvanisation et peinture).

Ainsi, le fabricant s'appuie sur deux forces de vente distinctes : une pour la vente directe, avec l'appui d'un réseau d'installateurs agréés, et une pour la distribution qui comprend sept commerciaux répartis par secteurs et travaillant en binôme avec les ADV de Saint-Symphorien. Cette force de vente distribution propose donc l'ensemble de l'offre commercialisée sous la marque Frénéhard & Michaux pour tout ce qui concerne les accessoires, chaque famille de produits bénéficiant de sous-marques dédiées. En ce qui concerne la protection antichute, la marque Unyc a été conservée, Frénéhard & Michaux intervenant en marque ombrelle. L'ensemble de cette offre est réunie dans un catalogue général, dont la prochaine édition papier est prévue pour 2014, mais qui sera lancée en format numérique pour Batimat, en novembre prochain.

Approches marché différenciées

L'approche des distributeurs varie évidemment en fonction des marchés sur lesquels opère l'entreprise. En ce qui concerne la protection antichute, l'entreprise est challenger. « Mais il y a tout à faire sur ce marché très segmenté. Unyc, bien connue chez les couvreurs, doit développer sa notoriété dans la distribution généraliste. Notre force, c'est de donner la possibilité aux petits points de vente de mutualiser leurs commandes et ainsi de ne pas se couper d'un marché » explique Aurore Boisset, chef des ventes distribution France. S'appuyant sur un positionnement alliant fonctionnalité et simplicité, la marque Unyc a développé des kits métier et se différencie également par du service, proposant par exemple la vérification d'EPI toute marque confondue, avec un système d'alerte par mail pour les utilisateurs. Frénéhard & Michaux est en effet centre de vérification agréé.

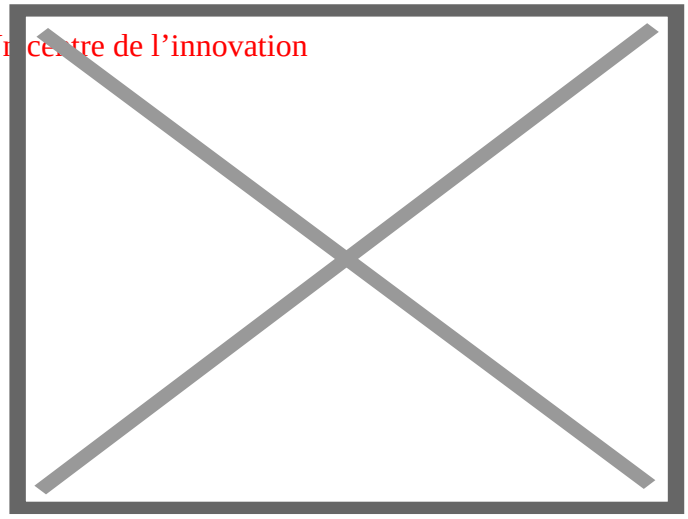
En ce qui concerne les crochets d'ardoise, où Frénéhard & Michaux est leader incontesté, l'objectif est d'animer les ventes et de fidéliser la clientèle. « En revanche, le marché de l'accessoire de couverture est très bataillé. Nous devons jouer la carte de la différenciation, à travers la réactivité et l'innovation ».

Le fabricant travaille également sur la mise en place des accessoires en libre-service, avec une offre adaptée sur les plans régionaux et locaux, de façon à les sortir de la zone froide dans laquelle ils sont souvent implantés. « Cela permet de gagner en fidélisation et en visibilité ». Par ailleurs, si un distributeur manifeste la volonté de se développer sur ce marché, l'équipe commerciale de Frénéhard & Michaux l'aide à améliorer ses connaissances, son plan de vente, son plan de stock. « Le distributeur sait bien ce qu'il vend mais pas

forcément ce que vendent ses concurrents. Nous cherchons ainsi à lui donner une expertise plus importante dans ce domaine ».

Agnès Richard

Un centre de l’innovation



Créée en 1889, l’entreprise Frénéhard & Michaux emploie aujourd’hui plus de 280 personnes.

Ses activités regroupent la quincaillerie de gouttière, la quincaillerie de couverture, la protection contre les chutes de hauteur (marque Securigard®) et la protection individuelle (marque Unyc), la fabrication métallique, la galvanisation à façon, la location d’échafaudages (FMS Ringue), la peinture et le revêtement plastique de pièces métalliques (FM Merlet) et la prestation de services.

La croissance de l’entreprise est soutenue par une politique d’innovation très active se traduisant par le dépôt de trois modèles et de quatre brevets en moyenne par an. Frénéhard & Michaux a créé son Pôle Recherche Développement et Innovations qui emploie six personnes, lesquelles travaillent en partenariat étroit avec un réseau de consultants et chercheurs spécialisés, et intègrent systématiquement les expériences terrain des clients et utilisateurs.

Le caractère innovant de l’offre est mise en avant dans le Centre de l’innovation, un showroom très qualitatif.