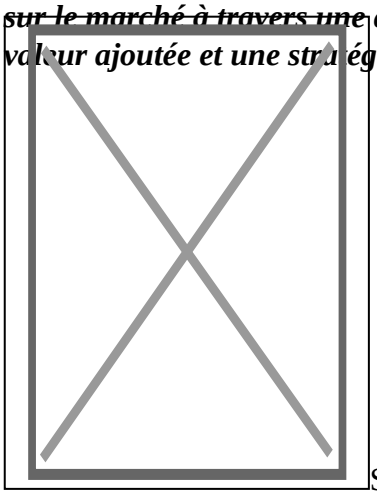
mai 2013

Guitel

Accueil / BBI / Fournisseurs / Quincaillerie

Guitel retrouve sa voie

Faisant désormais partie du groupe français CDE Blangis spécialisé dans la quincaillerie, la société Guitel entend réaffirmer toute son expertise en matière de roues et roulettes. Elle base son redéploiement sur le marché à travers une approche entièrement tournée vers le client, la mise en avant de ses produits à valeur ajoutée et une stratégie d'innovation.



Spécialiste en roues et roulettes depuis presqu'un siècle ! Si ces quelques mots résument bien le savoir-faire de la société Guitel, ils révèlent aussi toute l'expertise insoupçonnée qui entoure ce type de produits : roues fixes, roues pivotantes, roues caoutchouc, polyamide ou polyuréthane, roues pivotantes montées sur une ou deux couronnes de billes, à frein avec système de déport à l'arrière ou sur l'avant, roues à assistances électriques, etc., les combinaisons sont à multi-facettes en fonction de la charge et de l'environnement dans lequel évoluera le produit. « Les roues et roulettes sont un produit simple en apparence mais lorsque l'on entre dans la problématique client, la réponse exige de l'expérience » confirme Olivier Le Guellec, directeur du marketing du groupe CDE Blangis.

La maîtrise d'un savoir-faire

C'est ce savoir-faire de fabricant, associé à la notoriété et à l'image de qualité de la marque, qui a sans nul doute incité le groupe CDE Blangis a acquérir l'entreprise en décembre 2011. Créée au début du siècle dernier, Guitel a connu un fort développement lors des Trente Glorieuses, avec notamment l'avènement de la grande distribution et de ses fameux chariots. Car qui dit chariot, dit roues. Néanmoins, malgré ses positions de leader en Europe, le fabricant français n'a pas toujours su anticiper les évolutions de marché et faire face à une concurrence montante.

D'où une première restructuration dans les années 90 puis en 2010 qui a entraîné le recentrage des forces de l'industriel autour d'une quarantaine de personnes et sur un seul site, celui de Crisolles, dans l'Oise. « Le choix de la direction a alors été de déplacer les outils de production chez des sous-traitants, locaux le plus souvent, spécialisés en emboutissage ou en injection plastique et caoutchouc. Ces derniers fabriquent les produits Guitel à partir de nos cahiers des charges, nos formulations, nos machines et nos moules » explique David Blangis, directeur général du groupe CDE Blangis. Aujourd'hui, le catalogue de Guitel s'appuie sur 3 000 références. Un tiers des roues et roulettes proposées est produit entièrement en France, un tiers en Europe

et un tiers en Asie, en ce qui concerne les références basiques.

Désormais entièrement dédié à l'assemblage des roues et roulettes ainsi qu'à la logistique, le site de Crisolles intègre également un bureau d'études et de qualité. « Guitel est donc bien un fabricant. Nous maitrisons toujours le savoir-faire de nos produits en termes de qualité et de développement. Nous fabriquons et assemblons de nombreux produits connus et reconnus comme la roulette de chariot, la résilex, la sandwich ou encore les roues centaure et minautaure... » Ce site de 14 000 m2, quelque peu surdimensionné par rapport à la configuration actuelle de l'entreprise, abrite également les chaînes d'assemblage et le stockage des produits d'une autre société du groupe, Hardware Cuivrerie Centrale, spécialisée dans la quincaillerie d'ameublement et acquise en même temps que Guitel. « Lorsque nous avons racheté Guitel, notre priorité a été de réinjecter de l'argent dans l'entreprise pour remonter les stocks et regagner la confiance de nos clients. Nous avons retrouvé un taux de service de 98% » se félicite David Blangis. « Aujourd'hui, l'objectif est de redonner une visibilité à la marque et d'innover, ce qui n'a pas pu être fait pendant les vingt dernières années ».

Des compétences métier

Au sein du groupe CDE Blangis, l'objectif de Guitel est de reprendre ses positions sur le marché en mettant notamment en avant ses produits à valeur ajoutée et toute son expertise clients. Ce groupe familial est né lorsque Charles Blangis a acquis la société Norail il y a une quinzaine d'années. Il s'est construit à travers les rachats successif de sociétés expertes dans leur domaine : Norail (visserie-fixation), Interges.com (anciennement Intergestion) avec Cime (quincaillerie d'ameublement) et M3 Agencement (agencement de magasins), Cuivrerie Centrale et Guitel. Ce groupe, qui réalise un chiffre d'affaires consolidé de 42,5 millions d'euros, est donc aujourd'hui en mesure de proposer une offre complète de produits et de services autour de la quincaillerie, soit 33 500 références couvrant l'ensemble des besoins en habitat intérieur et extérieur.

Si chacune des entreprises apporte au groupe ses compétences métier, elle bénéficie également d'une organisation entièrement tournée vers le client, d'où une spécialisation en fonction d'un type de réseau de distribution (voir encadré) de façon à bien répondre aux attentes spécifiques. Grâce à un support marketing groupe, les différentes marques peuvent ainsi déployer une dynamique commerciale adaptée à leurs clients. « La quincaillerie a une valeur perçue faible mais une valeur d'usage forte. D'où la nécessité d'avoir une approche très opérationnelle tournée vers les besoins du client. Le marché est tendu, il est important de mettre le produit en avant et d'apporter du service » indique Olivier Le Guellec.

Un état d'esprit tourné client

Guitel commercialise donc son offre en fonction de deux cibles principales : les fabricants qui intègrent en première monte des roues et des roulettes sur leurs propres produits et la fourniture industrielle. 60% des ventes sont réalisées à travers la distribution. « Ce sont deux approches différentes. Le fabricant exige une solution à son problème et donc une application répondant à son besoin. Quant à la distribution, elle a besoin de services et d'aides à la vente » poursuit Laurent Pottier, chef des ventes de Guitel.

La force de vente de Guitel est donc constituée de huit technico-commerciaux, appuyés par trois assistantes commerciales dédiés au marché de l'hexagone. Pour l'export, qui représente 18% de son chiffre d'affaires, l'entreprise dispose d'un technico-commercial et de deux assistantes commerciales. En ce qui concerne le marché français, l'équipe a pour mission d'apporter ses compétences à ses distributeurs en leur montrant que différentes solutions peuvent être apportées selon les problématiques de leurs clients, d'où un développement de la formation vendeur et de l'aide au choix dans le point de vente.

Sortir la roue du fond de rayon

Tout d’abord, les vendeurs des distributeurs ont à leur disposition un nouvel outil de vente « Les essentiels Pro ». Ce catalogue de vingt pages réunit le 20/80 élargi, soit 230 références répondant aux différents besoins des marchés. « C’est un message fort pour nos clients. Disponibles en stock, ses produits sont expédiés sous 48 heures ».

Pour les distributeurs qui ont une approche libre-service, Guitel a conçu un linéaire avec un balisage par famille et une signalétique par code couleur qui met en avant les produits selon l’activité à laquelle ils conviennent plus particulièrement : manutention, collectivités, ameublement... Selon leurs diamètres, les roulettes sont mises en place dans des bacs, un support bien adapté au marché de la quincaillerie et permettant ainsi de densifier l’espace de vente. Sur le linéaire, une étiquette donne les principales caractéristiques des produits. « Notre combat, c’est la valeur ajoutée, l'approche métier et la réponse aux problématiques terrain du client, en fonction de ses besoins de charge, de son environnement » souligne Laurent Pottier. « C’est pour cela qu’il est important de décrire le produit. Les caractéristiques de charge ou de longévité permettent aussi de différencier nos produits ».
En complément, la marque propose des linéaires réduits, qui peuvent se placer facilement sur le comptoir ou en tête de gondole, et des box-palettes en carton prêts à l’emploi destinés plus particulièrement aux animations promotionnelles. « Nous sortons la roulette du fond de rayon ou du stock arrière ».

La roue Résilex, une valeur forte

Guitel travaille également à la mise en avant de ses références phares toujours fabriquées en France, des valeurs fortes et différenciantes comme le fameux Résilex bleu sur lequel elle a construit sa notoriété.

Dans les années 70, le fabricant français innove en effet avec une nouvelle formule destinée à enrichir le caoutchouc entrant dans la composition du bandage des roues. Le mélange obtenu permet d’être surmoulé sur le corps en polyamide de la roue, contrairement au caoutchouc qui est lui emmanché sur le corps de la roue. Lors d’un effort latéral trop important, le bandage caoutchouc risque ainsi de déjanter, contrairement au Résilex.
La première roue Résilex est née noire, offrant une excellente tenue à l’abrasion mais présentant l’inconvénient de laisser des traces sur le sol. Une contrainte oubliée avec la fameuse roue Résilex bleue, lancée cinq ans plus tard, pour répondre notamment aux besoins des collectivités et du secteur logistique.
« Le Résilex bleu a fait la réputation de Guitel dans le monde entier. Guitel est le seul fabricant à le proposer même si beaucoup de concurrents ont sorti des roues bleues pour évoquer son code couleur de référence » explique Claude Bertrand, en charge du Bureau Qualité. « Si le Résilex est plus cher, derrière c’est une maintenance réduite et une durée de vie allongée ».

Une troisième roue Résilex a vu le jour, de couleur verte. « Nous avons voulu améliorer l’effort au démarrage pour que cette roue soit l’équivalent d’une roue dure ». Guitel a donc retravaillé sa formule pour que le caoutchouc obtienne une résilience maximale, autrement dit qu’il retrouve sa forme d’origine le plus rapidement possible. Si la Résilex verte présente une tenue à l’abrasion inférieure aux deux autres, elle est particulièrement appropriée dans les milieux professionnels où le besoin de rapidité est important où lorsque les chariots sont poussés par un personnel féminin.

Autre produit phare de Guitel, la roue sandwich, que le fabricant a inventé il y a une quinzaine d’années. Pour la petite histoire, cette roue a été créée à la demande d’un distributeur britannique entravé dans sa stratégie de développement de magasins, tout simplement parce il ne pouvait pas s’implanter en centre-ville à cause du bruit des roues en plastique de ses containers, « Il fallait innover sans renoncer aux roulettes en plastique qui, plus résistantes que les roulettes en caoutchouc, sont mieux adaptées à ce type d’usage ».
Guitel introduit donc dans la roulette en plastique une bande de caoutchouc Résilex jouant un rôle d’isolant contre le bruit, abaissant le niveau sonore de dix décibels. « Ce produit est complexe. Il a fallu trouver un compromis pour avoir la meilleure section possible, permettant à la roue d’être à la fois solide et se déformer ».

En route vers l’innovation

Guitel entend bien renouer avec cette stratégie d’innovation qui lui a fait défaut ses dernières années. En partenariat avec une startup, la marque vient d’ailleurs de sortir la roue électrique ez-wheel. Fonctionnant sur batterie, cette dernière, qui vient équiper n’importe quel chariot de manutention ou de logistique, permet de démultiplier les charges de 400 à 1 000 kg et favorise donc la réduction des troubles musculo-squelettiques. Une première roue de diamètre 300 est sortie en début d’année, prochainement suivie d’un diamètre 160. Là encore, pour faciliter le choix, la roue ez-wheel est commercialisée dans un pack comprenant quatre roues adaptées en fonction des environnements d’utilisation. Elle bénéficie également d’une plaquette de présentation associée à un tag-flash permettant à celui qui dispose d’un smartphone d’accéder directement à la vidéo de démonstration du produit.

D’autres innovations sont annoncées sur le dernier trimestre 2013, grâce à l’apport d’un tout nouveau bureau d’études, situé sur le site de Norail au Cateau, dans le Nord, qui opère pour l’ensemble du groupe. « Ces innovations sont liées à une veille marché. Nous répondons à de nouvelles attentes, avec un produit qui apportera de la valeur » indique Olivier Le Guellec. D’ici là, dès juin, pour mieux se différencier de ses concurrents, la marque affichera haut et fort l’origine made in France de ses produits, et ce d’autant plus qu’elle envisage à court terme de réintégrer la fabrication de certaines références stratégiques sur son site de Crisolles.

AR

100 ans d’expérience

Guitel est née à Paris en 1918 de l’association des maisons Guitel.F et Etienne Frères, des quincailleries fabriquant également des treuils, des stores, de la serrurerie.

Dans les années 50-60, la société se concentre sur la production de roues et roulettes et profite de l’essor de la manutention et de l’explosion de la grande consommation, avec l’usage croissant du chariot à roulettes.

Emporté par la croissance des Trente Glorieuses, Guitel se transforme radicalement, passant de l’artisanat industriel à la production de série. Elle dispose alors de plusieurs sites de production en France, notamment au Pré-Saint-Gervais en région parisienne.

De 1968 à 1977, le rapprochement puis la fusion avec La Roue Française conforte ses positions dans le domaine de la roue industrielle et lui permet de devenir leader sur ce secteur d’activité.

A la fin des années 60, Guitel se tourne également vers l’export. Sa première filiale étrangère est créée en 1979 en Grande-Bretagne, puis en Allemagne en 1994.