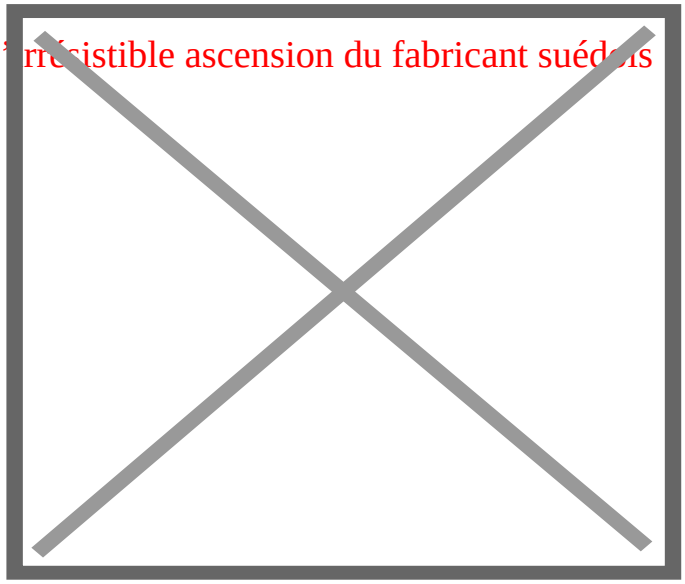
avril 2011

Blåkläder

Accueil / BBI / Produits / Vêtements de protection

L’irrésistible ascension du fabricant suédois



Depuis plusieurs décennies, l’entreprise familiale

Blaklader connaît sur le marché mondial des EPI une progression régulière qui s’est fortement accélérée en 2010. Obtenir la satisfaction de l’utilisateur final grâce à des vêtements de travail qui se distinguent par leur grande qualité et un degré élevé de fonctionnalité est au cœur de la stratégie de développement de ce fabricant européen partenaire de la distribution professionnelle qui, au cours des deux dernières années, a multiplié par plus de cinq le chiffre d’affaires qu’il réalise en France.

Spécialisée à l’origine dans la fabrication de bleus de travail et salopettes, Blaklader fut créée en 1937 par le grand-père de Marcus Gustavsson, aux commandes de l’entreprise familiale suédoise depuis 1989. Dans les années 1990, le fabricant étend la commercialisation de ses produits au-delà des pays nordiques, une région où il bénéficiait déjà d’une forte notoriété.

Au cours de cette même décennie, l’entreprise transfère sa fabrication dans une usine vietnamienne et développe dès lors une gamme complète de vêtements de travail. En 2006, une seconde unité de production Blaklader voit le jour au Sri Lanka pour répondre au développement que connaît la marque sur différents marchés mondiaux. Au cours de l’année 2010, l’entreprise suédoise s’est donné les moyens de doubler sa capacité de production en implantant deux usines supplémentaires au Sri Lanka.

Un grand bond en avant

Pour conserver le haut niveau de qualité qui participe largement à asseoir sa notoriété, la marque est ainsi restée fidèle à son choix de fabriquer plutôt que de faire appel à la sous-traitance, traduisant ainsi sa volonté de conserver une maîtrise totale sur la fabrication et la traçabilité de ses vêtements produits sur des machines appropriées et par une main-d’œuvre intégrée spécialement formée. Au cours de l’année 2010, Blaklader a également doublé son stock de matières premières pour faire face aux besoins de ses usines et les approvisionner en matières d’une qualité élevée et constante. Cette même année, elle a aussi racheté des locaux dans la commune suédoise de Svenljunga où est implanté le siège du groupe ainsi que la plate-forme logistique de la marque pour l’Europe. Ces nouveaux locaux qui seront opérationnels en 2012 porteront alors

la superficie de stockage du fabricant de 10 000 à 18 000 m2, ce dernier ayant déjà élevé au cours de l'année passée son stock permanent de 800 000 à quelque 1,2 million de pièces. Pour assurer son développement, le fabricant suit ainsi une logique qui consiste à avoir un stock de matières premières important pour alimenter ses usines de production, lesquelles permettent la constitution d'un stock important qui permet à son tour de faire travailler les équipes commerciales Blaklader à travers le monde ainsi que les distributeurs de la marque. Une logique que l'on peut qualifier d'infaillible si l'on en juge par le niveau de croissance du groupe scandinave dont le chiffre d'affaires a progressé de plus de 32% au cours de la seule année 2010 pour atteindre 53 millions d'euros. La marque Blaklader est aujourd'hui implantée dans toute l'Europe à travers des filiales du groupe suédois (à l'exception de la Suisse et de l'Irlande où elle est commercialisée par des importateurs exclusifs), deux nouvelles filiales ayant vu le jour en 2010, la première créée ex nihilo au Danemark et la seconde résultant du rachat de l'importateur de la marque aux Pays-Bas. Elle est aussi présente sur le marché nord-américain (Etats-Unis et Canada) avec une filiale disposant de sa propre plate-forme logistique.

Qualité et fonctionnalité, le credo de la marque

Certifiée Iso 9001 version 2000, Iso 14001 et SA 8000, Blaklader est une entreprise citoyenne soucieuse de produire selon les plus hauts standards de qualité et dans le respect de la dignité humaine et de la protection de l'environnement. Côté certification, on pourrait également citer, bien qu'il n'ait pas de rapport direct avec la qualité des produits, le AAA accordé par les agences de notification internationales aux entreprises ayant prouvé leur grande fiabilité financière au cours des vingt dernières années et dont bénéficie l'entreprise de Marcus Gustavsson. L'ensemble des vêtements de la gamme Blaklader, composée d'une offre catalogue élargie de fabrications spéciales et de produits personnalisés, bénéficie de coutures garanties à vie, un « plus » que la marque est la seule du marché à offrir aux utilisateurs de vêtements de travail grâce à la qualité des fils et des machines qu'elle utilise ainsi qu'au niveau de qualification élevé de son personnel et au process de fabrication mis en œuvre. Le temps de fabrication des produits est lui aussi évocateur de leur qualité. Pour prendre l'exemple des pantalons, vêtements emblématiques de la marque, on indiquera qu'une pièce nécessite une durée de fabrication de vingt à soixante minutes tandis que la plupart des blue-jeans du marché sont généralement fabriqués en une dizaine de minutes. On peut aussi préciser que, bien qu'elle ne soit pas issue des propres usines du groupe, la gamme complémentaire en gants et chaussures développée par Blaklader est fabriquée d'après ses propres cahiers des charges et produite selon des standards correspondant aux exigences de qualité élevées de la marque.

Côté fonctionnalité des produits et pour conserver l'exemple des pantalons, on énumérera quelques-unes des nombreuses fonctionnalités dont bénéficient ces produits conçus pour répondre aux besoins des différents métiers : poches flottantes à ouverture légèrement inclinée pour faciliter la préhension des outils, insertion possible des poches flottantes dans les poches avant, poches à soufflets pour que les outils n'entravent jamais les mouvements, renfort des poches en Cordura® pour une robustesse accrue, passants à la taille élargis pour un meilleur soutien, etc.

Elargissement régulier de l'offre

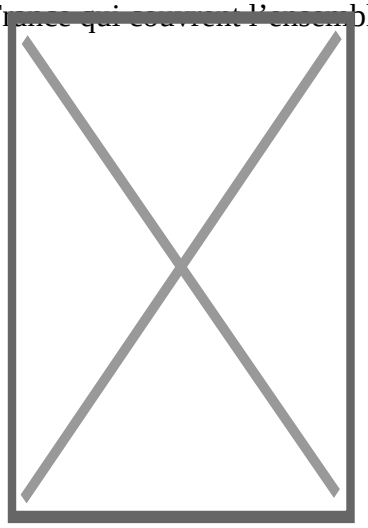
Au sein de l'offre faite par Blaklader, on peut relever la montée en puissance de vêtements à haute visibilité fabriqués à partir de polyester recyclé, une caractéristique qui traduit la préoccupation de la marque pour le développement durable, un argument auquel sont sensibles diverses catégories d'utilisateurs notamment parmi les collectivités locales.

Le catalogue Blaklader 2011 édité dans une quinzaine de langues différentes qui vient tout juste d'être lancé témoigne également du renouvellement important de l'offre de la marque puisqu'une dizaine de pour cent des produits, soit environ 750 références sur les 7 500 que présente le catalogue, n'existait pas dans la précédente version de ce document. L'élargissement de la gamme vers des lignes de vêtements très techniques mérite aussi d'être relevé. Le Gore-Tex®, une membrane coupe-vent et étanche qui procure un

grand confort car elle empêche l'humidité extérieure de pénétrer dans le vêtement tout en permettant l'évacuation de la transpiration, vient ainsi de faire son apparition dans la collection automne-hiver de la marque.

Montée en puissance sur le marché français

Créée en 2006, la filiale française du groupe suédois est placée en 2008 sous la responsabilité d'Eric Oriot qui fait alors des artisans la cible prioritaire de Blaklader et se fixe comme objectif de renforcer l'implantation de la marque auprès des réseaux de distribution généraliste (quincailleries, fournitures industrielles et négoces matériaux), les plus fréquentés par cette catégorie d'utilisateurs. Blaklader France connaît depuis un développement soutenu. Son chiffre d'affaires est en effet passé de 270 Ke en 2008 à 580 Ke en 2009 et a atteint 1,4 Me en 2010. « *Le développement de Blaklader en France repose en bonne partie sur un concept qui consiste à donner aux distributeurs le moyen d'augmenter leurs chiffres d'affaires EPI sans cannibalisation de leurs ventes habituelles* » explique Eric Oriot qui poursuit « *Pour 2011, notre objectif est d'atteindre 2,5 Me, et nous nous sommes donné les moyens d'assurer cette progression* ». Blaklader France a ainsi quitté son siège de Villeneuve d'Asq pour s'implanter en juillet 2010 à Vernon/Saint Marcel (27), dans une zone artisanale où elle dispose de locaux modernes et fonctionnels de 150 m2 abritant des bureaux, une aire dédiée à un petit stock tampon et un show room qui permet à la marque de présenter son offre aux distributeurs. L'équipe commerciale sédentaire aujourd'hui composée de deux personnes en comptera prochainement quatre. Elle travaille en binôme avec les quatre commerciaux itinérants de Blaklader France qui couvrent l'ensemble du territoire.



Une équipe et des outils

Aux yeux d'Eric Oriot, l'équipe commerciale de Blaklader France sur le terrain est la première force dont dispose la marque pour poursuivre sa progression sur le marché français. Compétents, motivés et très disponibles, les commerciaux itinérants apportent un soutien efficace aux distributeurs qui se traduit notamment par la participation de Blaklader à diverses manifestations comme des journées techniques ou des portes ouvertes. L'équipe qui sera bientôt renforcée d'un démonstrateur disposera prochainement de véhicules spécialement équipés, véritables showrooms roulants qui pourront également être utilisés dans le cadre d'actions de préconisation menées auprès des utilisateurs finaux des produits. Pour répondre aux besoins de la distribution, Blaklader développe également des supports marketing de façon régulière. A cet égard, le meilleur exemple est sans doute le Powerpack, dont plus de 30 000 exemplaires ont déjà été vendus sur le marché français. Destiné à déclencher l'acte d'achat, ce concept peut être défini comme un kit protection composé à partir d'un pantalon, EPI de base et produit fer de lance de Blaklader, et décliné par métiers (plombiers, paysagistes, métalliers…) et par saisons. Ces kits qui comprennent des pièces et accessoires complémentaires (t-shirt, genouillères, ceinture…) sont commercialisés à un prix quasiment similaire à celui du seul pantalon qu'ils contiennent, ce qui explique leur succès. Pour la mise en avant des

produits en magasins, Blaklader fournit à ses revendeurs présentoirs et linéaires et peut étudier avec eux l’assortiment le plus adapté aux différentes typologies de clientèles. Quant aux délais de livraison, la réactivité de Blaklader est grande puisque les commandes sont livrées directement à partir du stock central de Sveljunga dans un délai qui n’excède pas cinq jours.

Dominique Totin