

Équipement de la maison

Produits sensibles fabricants exigeants



Avec le boom de la construction des maisons individuelles et les envies de décoration des ménages, le secteur de l'équipement de la maison est en forte croissance.

Les consommateurs y accordent une part importante de leur budget, étant par ailleurs très informés grâce aux nouveaux médias, notamment Internet.

Sur ce marché très concurrentiel, les exigences en matière de transport sont drastiques : qualité de la prestation, mais surtout image de marque.



Difficile de donner des chiffres sur le marché de l'équipement de la maison du fait de son étendue : cuisines, cheminées, second œuvre (menuiseries intérieures et extérieures, fenêtres), sanitaires, chauffage, équipements électriques... Les gammes sont larges, les marques, nombreuses. D'ailleurs, les consommateurs sont informés et exigeants, faisant souvent des premiers choix sur le Net, avant de faire le tour des enseignes.

Ils veulent du choix, un bon rapport qualité-prix, une finition impeccable et sont pressés d'être livrés !

Les fabricants doivent proposer des gammes larges, via une distribution multicanaux (des grandes surfaces de bricolages aux enseignes spécialisées, sans oublier les artisans). Or les acteurs du marché de l'équipement de la maison ne peuvent posséder une usine pour chaque type de produit. Ils doivent par



conséquent mener une réflexion autour de leur supply chain, avec des outils industriels flexibles et des schémas logistiques optimisés (stockage, gestion des flux). D'où la recherche de prestataires capables de répondre aux spécificités de ce marché.

L'image du fabricant est en jeu

“Nous fabriquons des cuisines, des salles de bains et des dressings sur commande, nous devons optimiser la chaîne logistique en intégrant les 4 semaines de fabrication et l'activité de négoce (sanitaire et électroménager), indique Pascal Bert, Directeur Industriel et Logistique de la société Fournier. *Le remplissage des véhicules est maximisé, les pièces sont chargées une à une car leurs dimensions et leurs poids sont hétérogènes.*” C'est là une contrainte majeure dans ce secteur, car les produits sont pondéreux et fragiles. Les distributeurs travaillant à la commande, la notion de service est fondamentale,

“Quand les conducteurs livrent nos clients, c'est notre image qui est en jeu”.

Cuisines, salles de bains et dressings sont commercialisés sous les marques Mobalpa et Pérène.

les produits doivent arriver à l'heure dans un état excellent pour satisfaire immédiatement la demande de leurs clients.

Avec 25 années d'expérience dans ce secteur, Norbert Dentressangle a accompagné les développements de ce marché et sait répondre aux exigences des fabricants : optimisation de remplissage (produits encombrants), manipulation (colis sensibles), délais de livraison (chaîne logistique). *“Le parc de remorques nous appartient mais la moitié du transport est assuré par des prestataires extérieurs, notamment Norbert Dentressangle avec 12 contrats, précise Pascal Bert. Le Groupe répond à nos exigences de manipulation des produits et son personnel a une bonne connaissance de notre secteur d'activité. Nous attendons de leur part une véritable culture client ; quand ils les livrent, notre image est en jeu.”*

Mêmes demandes du côté de la société FIMA, fabricant de menuiseries extérieures. *“Norbert Dentressangle met des véhicules à disposition selon l'organisation des tournées, commente Michel Pichon, responsable du transport chez FIMA. Dans le contrat figurent des caractéristiques physiques mais également des impératifs de qualité comme la propreté du véhicule. Les marchandises sont chargées par notre personnel mais quand le client échange avec le livreur, il s'adresse en réalité à FIMA.”* La casse et les litiges sont rares, c'est donc au niveau du service client que la maîtrise du Groupe s'opère. Le client final est gagnant, sa commande a fait l'objet de toutes les attentions !

Mobalpa et Pérène

La société Fournier fabrique et commercialise des cuisines, des salles de bains et des dressings sous différentes marques, notamment Mobalpa et Pérène. La société, basée à Thônes (Haute-Savoie), emploie 1 040 personnes pour un chiffre d'affaires de plus de 200 millions d'euros. 200 000 références produits sont proposées à plus de 500 distributeurs en France et à l'étranger. En 2005, 500 000 meubles de cuisine et 80 000 meubles de salle de bains ont été expédiés.

FIMA

Basée à Lissieu (Rhône), la société fabrique des menuiseries extérieures, fenêtres et portes notamment, en PVC (60 % du chiffre d'affaires), bois (25 %) et aluminium ; une gamme très large, des productions sur mesure. Le transport représente 50 semi-remorques par semaine, sachant que FIMA garantit à ses 150 gros clients un jour de livraison fixe.



Le siège de FIMA à Lissieu (Rhône)

