

Grand-Est

Fibre premium : dix ans déjà ! La société s'agrandit, rejointe par la scierie Eymard

Intermédiaire entre des scieurs de profils variés, aux productions complémentaires, et les chaînes de négoce ou les entreprises utilisatrices, la société collective de commercialisation Fibre premium prend de l'ampleur en se déployant encore davantage géographiquement, ce qui ajoute plusieurs cordes à son arc : celle du volume, bien sûr, qui augmente, et celle d'une logistique optimisée, garante d'un faible impact carbone et donc de durabilité.

Fibre premium est une structure de commercialisation collective créée par des scieurs – c'est aussi le symbole d'une évolution du secteur, où l'individualisme n'est plus de mise, face aux centrales d'achats de la grande distribution qui accordent attention aux seules structures organisées et capables de livrer en souplesse et en volume. Cette structure a fêté ses dix ans l'an dernier, et démarre sur les chapeaux de roues sa deuxième décennie, avec l'intégration ce début d'année d'une des plus importantes scieries de Rhône-Alpes, la scierie Eymard.

Origines

L'initiative est née au sein de Sélection Vosges", rappelle Maxence Lemaire, responsable du marketing pour Fibre



Différents scieurs de la structure de commercialisation Fibre premium autour de Stéphane Eymard dans sa scierie. De gauche à droite : Pierre Godart (commercial de la scierie Eymard) ; Arnaud Favier (contrôleur de gestion FP) ; Gérald Oriol (directeur général FP) ; Jean-Noël Arnoud (directeur commercial de la scierie Bétemps) ; Stéphane Eymard ; Jean-Louis Lemaire (président FP) ; Julien Perron (directeur commercial FP) ; Paul Eymard (scierie Eymard) ; Maxence Lemaire (directeur marketing FP).

premium. Cette marque, la première de sciages résineux français, a été le fruit de la volonté de dix scieurs du massif vosgien de promouvoir les sciages régionaux face à la pression des sciages scandinaves. "Au milieu des années 1980, on passait d'un marché demandeur à un marché sur lequel il fallait travailler", notait en 2011 Bernard Kienst, ingénieur au Gipeblor et directeur de Sélection Vosges. Des prescriptions techniques réunies dans un cahier des charges, un packaging, un logo, sont définis, qu'adoptent les adhérents à l'association Sélection Vosges créée en 1988. "La marque, outre un succès, fut un lieu de rapprochement, de discussion, et rapidement, la question a émergé : "Ne ferions-nous pas mieux de faire du commerce ensemble ?",

résume Maxence Lemaire. Sous l'impulsion des scieries Lemaire et Oriol, la mutualisation d'outils commerciaux est envisagée. En 2006, la SAS Fibre Lorraine – qui prendra le nom de Fibre premium en 2009 – est créée, réunissant sept actionnaires, scieurs résineux lorrains : scierie Bastien, scierie Collin, scierie François, scierie Lemaire, scierie Mathieu, scierie Oriol, scierie Villemin. Elle est présidée par Jean-Louis Lemaire. Les premières années sont celles de la mise au point de cet outil innovant de commercialisation, qui est financé grâce à un prélèvement sur chaque m³ vendu. Des commerciaux de plusieurs scieries rejoignent la nouvelle société. "Auparavant, des commerciaux tournaient pour chacune des scieries, avec



beaucoup de frais pour toutes les sociétés, se faisant concurrence : c'était idiot !", remarque le directeur marketing. Les entreprises mettent dans le pot commun 10-15% de leur production au départ. "Le concept a vite pris : de plus en plus de volume a été dirigé vers Fibre, jusqu'à ce que des scieries décident d'externaliser quasi-complètement leur activité de vente."

Évolution

Chaque scierie fait le choix de conserver ou non une part d'activité commerciale indé-

pendante, et garde la mainmise sur les produits (fermette, emballage...) hors bois de charpente et de structure dans lesquels Fibre premium est spécialisée. La capacité de Fibre s'élève rapidement, pour atteindre 150.000 m³ dès 2007 – le double aujourd'hui. Si Sélection Vosges a permis de passer d'un marché demandeur à un marché "à séduire", Fibre premium a permis de faire face à un marché hautement exigeant. Depuis quelques années, une offre en volume et un niveau d'organisation sont requis pour être un interlocu-

teur des centrales d'achats de la grande distribution. "Aujourd'hui, sans l'outil Fibre premium, les scieurs participants pourraient se poser de sérieuses questions sur leur avenir", note Maxence Lemaire. La structure de commercialisation bénéficie, outre de la possibilité de négocier du volume, des différences de profils de ses actionnaires. "A la différence d'un monosite très productif, nous offrons une très grande flexibilité en termes de produits. Une pièce hors standard, hors cœur, nous sommes capables de la fournir très rapidement.

Interview

Trois questions à Stéphane Eymard, dirigeant de la scierie du même nom, ici avec son fils Paul, a intégré la société de commercialisation Fibre premium le 1^{er} mars.



Le Bois International - Stéphane Eymard, pouvez-vous vous présenter brièvement, ainsi que votre entreprise ?

Stéphane Eymard : Je suis PDG depuis douze ans de la scierie Eymard dans laquelle j'ai toujours travaillé. Mon fils Paul, qui est en BTS commerce du bois, y travaille de même déjà, représentant la cinquième génération Eymard dans l'entreprise. Celle-ci a été créée en 1899 ! Elle est spécialisée dans le sciage de résineux (épicéa, sapin, douglas) et diffuse produits de structure et d'emballage à une clientèle de négoce, d'industriels, de professionnels, dans la moitié Sud de la France et en Europe. Avec 30 salariés, l'entreprise traite 55.000 m³ de grumes annuellement, grâce notamment à un parc à grume (72 cases de triage) muni d'un cubeur certifié (qui fut le 2^e en France), d'un bicoque slabber, d'un canter circulaire, d'une déligneuse et d'un trieur à 82 cases. Outre notre outil de sciage, la deuxième corde à notre arc est notre outil de deuxième transformation : séchage (nous séchons depuis 1920, ce qui peut paraître fou : or, notre entreprise a produit du parquet il y a un siècle !), rabotage, usinage-taillage de charpente. La société dispose d'un bureau d'études.

L.B.I. - Quelles motivations vous ont poussé à concrétiser un rapprochement avec Fibre premium ?

S. E. : Nous nous sommes mutuellement rapprochés, mus par des intérêts convergents. J'ai été attiré par la puissance commerciale et la capacité en matière de marketing du groupement, référencé au niveau de toutes les grandes

enseignes nationales de négoce. Pour le groupement, mon entreprise représente une implantation géographique clef. Je connais la plupart des scieurs qui sont chez Fibre et donc leur sérieux, et j'ai toujours pensé que le travail commun entre professionnels fait grandir.

L.B.I. - Concrètement, que signifie ce rapprochement pour votre scierie ?

S. E. : Nous travaillons ensemble depuis un mois, nous apprenons à nous connaître, et le volume délégué à Fibre est amené à augmenter très progressivement. C'est un mariage par consentement mutuel, et la scierie étant la mariée, elle amène quelques clients dans sa dot ! A l'inverse, des clients nous seront amenés, devant permettre – mais cela ne va pas se faire tout seul – d'augmenter la proportion de produits orientés vers le négoce. Un point important est que je vais pouvoir recentrer ma force commerciale – deux salariés – vers des produits plus aboutis, et les projets de construction, grâce à notre bureau d'études intégré. En externalisant la vente d'un type de produits, plutôt standardisés, destinés aux négoce, et en concentrant son potentiel commercial vers la construction bois à l'attention des professionnels et des particuliers, la scierie Eymard est susceptible d'aller vers une augmentation de production. Pour l'instant, tout se passe très bien, dans la bonne humeur et une ambiance très professionnelle.

Nous accédons au marché français par notre flexibilité", note Maxence Lemaire. Fibre premium a installé une plateforme logistique à la Petite Raon où est installé le siège de la société. "Certains clients, comme Leroy Merlin, exigent que nous ayons un minimum de dix camions en stock". Un système d'information commun à toutes les scieries du groupement permet d'appeler le produit commandé au moment opportun. Une navette relie deux fois par semaine les scieries du massif à la plateforme logistique. Si structure commerciale, outils de commercialisation et outils logistiques sont partagés, ce sont aussi des moyens techniques puisqu'en 2009 est créée la filiale Geos Lorraine spécialisée dans le traitement autoclave et le séchage. Fibre premium commercialise depuis 2011 des produits secs (séchés par Geos ou les scieurs équipés pour le séchage) et rabotés, et des produits collés (BMA, BMR), dont elle sous-traite la semi-transformation à des partenaires locaux.

Extension

Le succès de Fibre premium appelle une forme d'évolution qui n'était pas prévue au départ : l'extension géographique. "La scierie du Forez, implantée dans le Massif central, a frappé à notre porte en 2009", explique Maxence Lemaire. "Nous vendions à leurs clients et leur réflexion a été de vouloir rejoindre le groupement de confrères plutôt que de subir sa concurrence". Fibre premium a revu à cette occasion sa stratégie et envisagé l'ouverture à d'autres massifs que le massif vosgien, ce qui pouvait permettre d'intégrer des spécificités, par exemple en termes d'essences (douglas), et d'optimiser géographiquement la logistique. "L'expérience a été très positive", note Maxence Lemaire. "Peu après en 2010, nous avons été interrogés par la scierie savoyarde Betemps sur notre mode de fonctionnement : cela a débouché sur l'entrée de cette importante scierie dans le groupement."

Rejoindre le groupement signifie devenir actionnaire ou confier la commercialisation de ses produits à la société. Dans les deux cas, la scierie doit être adoubée par la commission de pilotage de Fibre premium, après un audit où sont étudiés le système et les méthodes de production, les exigences de qualité, la possibilité de greffer le système d'information, mais aussi l'image de marque et la santé financière de l'entreprise. "C'est Fibre premium qui vend : elle ne peut en aucun cas se mettre en danger." Bien évidemment, le responsable marketing souligne aussi la nécessaire proximité de pensée entre les partenaires, qui s'affirment comme scieurs français attachés à la qualité et au service. C'est ce type d'entente qui a conduit la Scierie Eymard à rejoindre le 1^{er} mars dernier Fibre premium (lire le zoom : "Trois questions à Stéphane Eymard"). Avec l'arrivée de celle-ci, Fibre premium représente une capacité de sciage de 300.000 m³ de grumes. "On a tout à gagner à se regrouper", insiste Maxence Lemaire, qui indique que Fibre premium aimerait intégrer une scierie jurassienne, ce pour quoi des discussions sont en cours. Pour l'heure, Fibre premium assume la commercialisation groupée des sciages de dix scieries des marques "Sélection Vosges" et "Bois qualité Savoie" vers les grands négoce français. Elle a à son service une équipe de 8 commerciaux, 3 sédentaires, et 5 itinérants – dont le directeur commercial et quatre commerciaux se répartissant les quatre quarts de la France – qui ont permis de générer en 2016 un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros. "Avec un volume de 300.000 m³ de grumes sciées, nous représentons le troisième pôle français de production de sciages résineux", se félicite Maxence Lemaire.

Nouvelles perspectives

"La société Fibre premium a vocation à vendre des bois pour le compte des scieurs

qui la rejoignent. Elle n'a pas été conçue pour faire du résultat", remarque Maxence Lemaire. Or, au fil du temps et le volume vendu allant croissant, elle a réalisé des économies d'échelle en matière d'organisation et de communication. Après le bon fonctionnement, les résultats sont venus de surcroît : "Ils ont ouvert une fenêtre sur le champ des investissements", note Maxence Lemaire. "Si chaque scierie a bien sûr toujours sa stratégie propre, nous réfléchissons à des stratégies de groupement." Un dossier est ouvert relatif à un rachat d'entreprise. Un projet d'unité de fabrication de bois lamellé-croisé est à l'étude, "les Vosges possédant beaucoup de bois mécaniquement très performants mais peu esthétiques", souligne Maxence Lemaire. La société de commercialisation attend les résultats d'une étude très poussée de caractérisation des bois vosgiens qu'elle a commanditée. C'est aussi et naturellement avant tout sur la stratégie commerciale que les scieurs se concertent. "Notre volonté est d'amplifier nos ventes de bois secs et rabotés", précise Maxence Lemaire. Par ailleurs, et Fibre premium est précurseur dans cette voie, la société entend lancer un mouvement de substitution du BMA par des bois secs débités et traités de manière appropriés. "C'est illogique qu'un professionnel recoupe de la barre aboutée parce qu'il n'a pas accès à un produit massif identiquement sec, raboté, chanfreiné... et moins coûteux !"

Diversité et adaptation des produits, et capacité en volume, c'est le plus de l'offre de Fibre premium, qui allié à la réactivité en fait un interlocuteur majeur des centrales d'achat. Dorénavant, c'est aussi des arguments liés à la durabilité (distance de transport, faible impact carbone), que le groupement va déployer, tout en augmentant sa puissance.

Fabienne Tisserand