

STRATÉGIE

Le Groupe Lorillard, sort ses atouts...

RÉALISÉ PAR STEPHANIE DREUX-LAISNÉ



A gauche, le siège social du Groupe Lorillard à Chartres. A droite, Thierry Luce Président du Groupe Lorillard, Jean-Pierre Papin, l'ex-Footballeur et aujourd'hui Président de l'association Neuf de Cœur et Pierre Lorillard, Directeur Général Délégué au Commerce, Marketing et Communication.

Thierry Luce, Président du Groupe Lorillard depuis 3 ans, a défini une nouvelle stratégie ambitieuse pour répondre aux demandes du marché et préparer l'avenir du Groupe Familial. Sa démarche d'une grande ampleur consiste à axer les énergies du groupe sur l'innovation et à développer son activité BtoB via Lorebat, sa marque dédiée aux professionnels de la menuiserie.

Une belle histoire qui continue

Atelier artisanal de menuiserie à l'origine (1936), Lorillard s'est spécialisé en organisation de chantiers de rénovation et a évolué pour devenir un groupe industriel œuvrant sur plusieurs canaux de distribution avec les marques Lorenove (pour la rénovation des menuiseries chez les particuliers) et Lorebat (vente de menuiseries prêtes à poser aux professionnels). Aujourd'hui, le Groupe Lorillard est un acteur à part entière de l'enveloppe globale du bâtiment, grâce à ses activités de désamiantage et traitement des façades, qui complètent logiquement l'activité historique de menuiseries. Toujours établi à Chartres, il poursuit son développement, fort de 940 collaborateurs impliqués dans le développement durable, l'innovation, l'amélioration du confort de l'habitat et la préservation de l'aspect

architectural des bâtiments.

Grâce à sa stratégie, son savoir-faire et ses différentes acquisitions au fur et à mesure de son parcours, le groupe Lorillard (du nom de son fondateur André Lorillard, puis Jean Lorillard son successeur), réalise aujourd'hui, un CA de 160 M€.

Véritable conquérant, l'industriel 100% français, compte bien acquérir de nouvelles parts de marché et nous confie son ambition de propulser sa marque Lorebat dédiée à la distribution BtoB de ses menuiseries, encore trop méconnue par les professionnels.

A la tête du groupe depuis 3 ans, Thierry Luce, un homme définitivement passionné par le monde de la menuiserie et de son industrialisation, entend amener l'entreprise, dont l'actionnariat est resté familial et managérial, sur une des plus hautes marches du podium de



Thierry Luce,
Président du Groupe Lorillard



la menuiserie française en rééquilibrant l'activité chantier du groupe avec celle de la distribution auprès des professionnels de la menuiserie.

Lorenove, la marque phare du groupe

Lorenove est la marque dédiée à la fourniture et la pose de menuiseries sur-mesure et ce dans tous les matériaux PVC, Alu, Bois, Bois/Alu et composite (HPC). Grâce à son réseau de 70 points de vente sur le territoire, la marque Lorenove s'adresse directement aux particuliers et bénéficie d'une forte notoriété.

Un atout fort

Un des points forts du réseau Lorenove, hormis les 60 concessionnaires qui représentent la marque, est de posséder 10 magasins intégrés à l'entreprise. Situés principalement en Ile de France, chaque magasin détient son propre compte d'exploitation. Ils permettent de tester et d'approuver les nouvelles techniques de commercialisation et de communication. Le réseau peut ainsi se reposer sur une vraie expérience et asseoir un positionnement avéré et éprouvé en conditions réelles. Ceci concerne aussi bien l'approche commerciale que les outils d'aide à la vente ou les campagnes de communication. Un atout indéniable pour le reste du réseau composé de concessionnaires qui bénéficient aussi d'une forte communication.

Une notoriété boostée

Lorenove entend poursuivre sa présence en télévision sur les principales chaînes France 2, France 3, M6, BFM, pendant 8 mois de l'année. La grande nouveauté 2019 est le parrainage de l'émission d'information hebdomadaire phare « 66 minutes » présentée par Xavier de Moulins. Une émission de prime time dont les scores d'audience peuvent atteindre jusqu'à 2,5 millions de téléspectateurs représentant 15,9% de parts de marché.

Notons que le réseau Lorenove a été élu au Palmarès Capital « Meilleures enseignes 2019 » pour sa qualité de service client et compte bien le faire savoir. L'objectif à moyen terme est de représenter 120 points de vente répartis sur toute la France, ce qui permettra d'assurer au réseau Lorenove un vrai maillage de proximité. Le réseau est très présent dans le Nord et en Ile de France mais peu dans l'Ouest, l'Est et le Sud-Ouest de l'hexagone.

Lorebat, un axe stratégique

Lorebat Menuiseries est dotée d'une cellule technique et commerciale basée au sein de l'Atrium à Chartres et s'appuie désormais sur un réseau de 12 technico-commerciaux présents sur le terrain qui apporte conseils et assistance à ses clients. Lorebat bénéficie d'un nouvel axe stratégique né de la volonté de l'industriel de mettre un accent fort sur le circuit de distribution



Les concessionnaires Lorenove lors de la convention en Janvier à Lisbonne - A droite, Thierry Luce, Président du Groupe Lorillard, signe la convention de mécénat pour l'association Neuf de Coeur, en présence de Jean-Pierre Papin et Pierre Lorillard.

porté par les artisans. De nombreux investissements sont actés pour améliorer l'offre, les services et les délais qui sont aujourd'hui de 4 à 5 semaines quel que soit le matériau (Alu ou PVC).

Une volonté d'investir dans la R&D

Parmi les moyens déployés : un réinvestissement lourd en R&D dont l'objectif premier est de laisser une plus large place à l'innovation. « J'ai réécrit la vision du groupe pour les 5 prochaines années », nous confie Thierry Luce.

« Nous réalisons un investissement important en R&D, que ce soit pour l'amélioration de nos produits existants afin de répondre à l'évolution des contraintes normatives, mais aussi au nom de l'Innovation en tant que telle, nous souhaitons qu'elle fasse l'objet de dépôt de brevets. Je considère qu'une entreprise comme la nôtre qui réalise un CA de 160 M€ doit être au service de l'innovation. Nous avons donc trois missions au sein de la R&D : l'amélioration de produits que nous lançons avec les gammistes et l'innovation. Ceci nécessite une transformation de notre service R&D que nous sommes en train de mettre en place ».

Pour cela, Hubert Marti ex-Directeur Adjoint Recherche Développement et Innovation chez Lapeyre a rejoint le groupe début Avril et sera en charge du développement de l'innovation pour le groupe Lorillard. Deux ingénieurs rejoindront également l'équipe pour consolider ce service R&D qui est au-

jourd'hui composé de 5 personnes mais qui passera à 7 voire 10 personnes d'ici septembre.

Une vision du marché

« Au niveau de l'industrialisation des menuiseries, ma vision du marché est que nous sommes obligés de transformer notre process de fabrication car nous devons optimiser les coûts de production pour faire face au manque de main d'œuvre. Ceci n'est pas spécifique au Groupe Lorillard mais à l'ensemble des acteurs du marché. Nous sommes tous confrontés au problème de recrutement. »

Des investissements ciblés

3 M€ ont été investis dans les usines bois du groupe et particulièrement dans les ateliers des Menuiseries Bourneuf (implantées à Parigné-L'Évêque - 72, entreprise reprise en 1994), spécialisées dans la menuiserie bois de prestige et reconnue nationalement pour son expertise dans les produits pare-flammes et coupe-feu. Un investissement lourd en matériel, avec notamment l'intégration de robots dans le flux de fabrication et le processus de finition, ce qui permet de pouvoir garantir les menuiseries 10 ans tout en optimisant les matières et les délais.

Autre investissement de taille, celui dont bénéficiera l'offre aluminium afin de répondre à la demande croissante du marché. 4 M€ permettront de créer une nouvelle ligne automatisée et robotisée sur le site de Chartres

au second semestre 2019. L'ambition de continuer de prendre des parts de marché avec le matériau alu repose sur le fort développement de la menuiserie aluminium en France, +11%, et +15% pour Lorillard, en 2018.

Aujourd'hui, les volumes du Groupe Lorillard se répartissent comme suit : 62% pour le PVC, 18% pour l'alu, 15% pour le bois, et 5% pour le mixte bois/aluminium et les matériaux composites.

Un recrutement d'envergure

Le groupe Lorillard dispose de 4 usines pour la fabrication de menuiseries PVC, 3 usines dédiées au bois et 2 pour l'aluminium repartis sur 5 sites de production. Le groupe aborde l'année 2019 avec sérénité et prévoit d'ores et déjà une croissance forte en ce début d'année.

L'activité chantiers est en hausse de +12% par rapport à 2018 à Paris, en région parisienne et en région bordelaise. Le carnet de commandes de production de menuiseries annonce, quant à lui, une hausse de +20% marquée par une forte demande sur les matériaux bois et aluminium.

Un recrutement d'envergure (environ 20 emplois) est en cours car comme l'exprime Thierry Luce, « Nous devons faire face à nos besoins. » L'entreprise est en quête de salariés maîtrisant les domaines d'activités de chantiers et de production menuiserie.

Cette campagne de recrutement s'accompagne d'une ambition de développement sur deux régions, l'Est et l'Ouest de la France, et d'une volonté de renforcement des équipes dans les régions Nord, Rhône-Alpes, en région parisienne, et sur les villes de Marseille, Toulouse et Bordeaux.

Le Groupe est à la recherche de conducteurs de travaux, chefs de chantier, de menuisiers-poseurs, technico-commerciaux, chargés d'affaires, techniciens de maintenance, pour le site de Chartres et pour ses autres sites en France.

Neuf de Cœur, une action de mécénat

La convention annuelle du réseau national de concessionnaires Fenêtres Lorenove s'est tenue fin janvier 2019 à Lisbonne et a réuni plus de 80 personnes.

Le programme particulièrement dense de ces journées s'est axé autour de moments forts de réunions plénières, mettant en lumière les succès de l'année 2018 ainsi que les investissements et engagements stratégiques et de communication pour l'année 2019.

L'événement plus qu'inattendu de cette convention était l'arrivée de Jean-Pierre Papin, fondateur de l'association Neuf de Cœur, pour laquelle Lorenove est mécène.

La signature de la convention de mécénat par Thierry Luce et Jean-Pierre Papin a officialisé le soutien de Lorenove pour une noble cause. En 2019, pour chaque fenêtre Lorenove achetée, 1€ sera reversé à l'association afin d'aider des enfants atteints de lésions cérébrales.

Lors de notre entretien, Thierry Luce, a souhaité saluer la personnalité généreuse, le bénévolat et le dévouement de Jean-Pierre Papin pour cette cause qui lui tient particulièrement à cœur.

« Cette action devrait venir en aide à 45 familles par an, car nous pensons récolter plus de 50 000 euros afin de soutenir financièrement ces familles touchées par cette maladie. » précise Thierry Luce.

Alors, Atout ou Atout cœur ?..

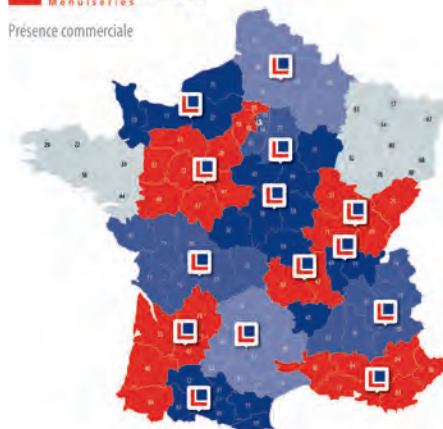


Fenêtres
I ♥ LORENOVE
FENÊTRES • PORTES • VOILETS

LORENOVE soutient Neuf de Cœur, association créée par la famille Papin pour aider les enfants atteints de lésions cérébrales. www.9decœur.org



Lorebat
Menuiseries
Présence commerciale



Présence commerciale de Lorebat en France.

LE GROUPE LORILLARD EN QUELQUES CHIFFRES

Chiffre d'affaires 2018 :

Plus de 160 M€

Nombre de collaborateurs :
940

Volume : 1400 fenêtres/j tous matériaux confondus Bois/PVC/Alu

Production :

5 sites de production

Marques et sociétés : Lorillard Entreprise, Lorillard Façades, Fenêtres Lorenove, Lorebat, Lorenove Grands Comptes, Protectea, Plastibaie, Centre Fenêtres et Fermetures, Groupe Molenat, Menuiseries Bourneuf.