

A Cholet, Nicoll ne cache pas ses ambitions



Le spécialiste du raccord PVC a présenté hier son nouveau service « recherche et développement » mais aussi ses ambitions internationales...

Le Courrier de l'Ouest – Mardi 24 février 2015

Nicoll ne cache pas ses ambitions

L'entreprise choletaise Nicoll a deux ambitions : l'innovation et l'internationalisation. La société choletaise réalise actuellement « 15 à 20 % de son chiffre d'affaires à l'export » et si la marque est présente dans une cinquantaine de pays, des « gisements de croissance » reste à conquérir. Après la Russie il y a deux ans, la Scandinavie (Danemark et Suède), l'Ukraine et la République Tchèque l'an passé, Nicoll lorgne sur le bassin méditerranéen. « Nous envisageons d'ouvrir cette année des bureaux en Algérie, au Maroc et en Turquie » précise en conquérant Gilles Heynard.



Le Courrier de l'Ouest – Mardi 24 février 2015

Nicoll, « marque premium »

Le spécialiste du raccord PVC a présenté hier son nouveau service « recherche et développement ».

Fabien LEDUC

fabien.leduc@courrier-ouest.com

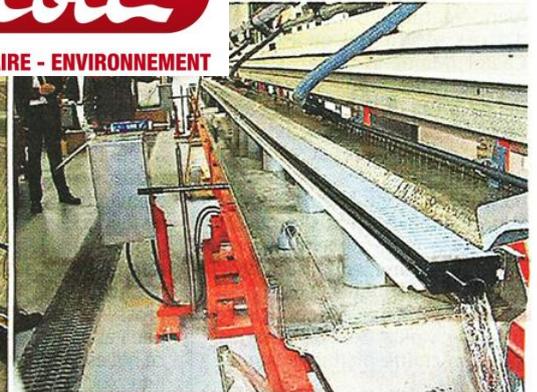
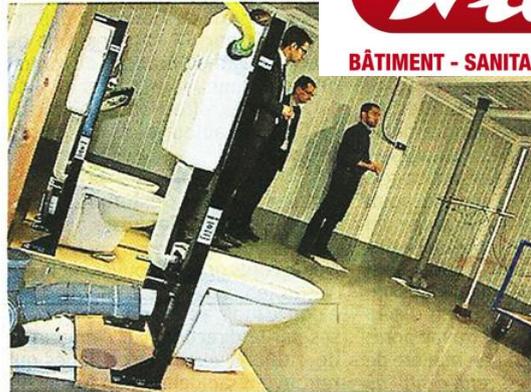
Depuis plusieurs années, Nicoll ne communiquait que lors des remises des médailles du Travail mi-janvier. Nouveau directeur général, nouvelle stratégie. Il y a un an, Benoît Hennaut a pris les rênes de la société aux mille salariés choletais et impulsé une nouvelle dynamique. Souffrant hier, Benoît Hennaut a laissé son adjoint Gilles Heynard animer un point presse national : « *Nous souhaitons prendre la parole plus régulièrement sur les projets, les innovations et la façon dont on perçoit les marchés.* »

60 innovations en trois ans !

Une langue déliée par la stabilité de la société qui, compte tenu d'un secteur du bâtiment en crise, est en soi une réussite. Nicoll est d'ailleurs le meilleur élève au sein du « *groupe d'actionnariat familiale belge Aliaxis* », leader mondial des canalisations de synthèse. Pour rappel, en 2014, Nicoll a réalisé avec ses 1 260 salariés 189 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Gilles Heynard a insisté hier sur les deux ambitions de Nicoll : l'innovation et l'internationalisation. La société choletaise réalise actuellement « *15 à 20 % de son chiffre d'affaires à l'export* » et si la marque est présente dans une cinquantaine de pays, des « *gisements de croissance* » reste à conquérir. Après la Russie il y a deux ans, la Scandinavie (Danemark et Suède), l'Ukraine et la République Tchèque l'an passé, Nicoll lorgne sur le bassin méditerranéen. « *Nous envisageons d'ouvrir cette année des bureaux en Algérie, au Maroc et en Turquie* » précise en conquérant Gilles Heynard.

Dans ce même élan, Nicoll compte affirmer son statut de « *marque premium* » en renforçant son caractère innovant. Des améliorations dictées



Cholet, hier. Les phénomènes acoustiques, le design, les résistances aux éléments... Tous les paramètres sont étudiés de près par les ingénieurs et les ouvriers, encadrés par Charles Poisson (ici aux côtés de Gilles Heynard, sur la photo en haut à droite).

par de nouvelles normes ou de nouveaux besoins. Les confort recherchés sont aujourd'hui multiples : acoustique (les nuisances sonores intérieures sont désormais chassées au maximum), salubrité (dans des bâtiments de plus en plus étanches, la circulation de l'air dans les canalisations doit être soignée et les eaux stagnantes évitées), sécurité (la résistance au feu est incontournable)... Les qualités recherchées sont aussi d'ordre thermique et esthétique, tout en réduisant les temps d'installation d'un matériel qui doit, bien entendu, préserver sa « *fiabilité, sa durabilité*

et sa fonctionnalité ». Mais n'est pas « *premium* » qui veut ! Le groupe Aliaxis, qui investit chaque année 24 millions d'euros par an dans la recherche et le développement, n'a pas freiné les ambitions de Nicoll. En 2013, la société a investi dans un bâtiment voisin du siège. Sur 1 200 m² refaits à neuf, 33 « *ouvriers experts* » et ingénieurs peaufinent les chasses d'eau ou les chapeaux de ventilation de demain. Derrière les portes exceptionnellement ouvertes hier, les journalistes ont découvert un immense laboratoire et des ingénieurs capables de dessiner

rapidement un projet. Des imprimantes 3D peuvent réaliser dans la foulée des prototypes et, en bout de chaîne, des bancs d'essais (hydrauliques, aérodynamiques, mécaniques...) testent en permanence le fruit de ce travail de recherche. Le service dispose aussi d'une salle d'analyse acoustique à la pointe de la technologie, digne d'une soufflerie de Formule 1...

On comprend mieux le sens « *premium* » de la marque Nicoll et ses 60 innovations en trois ans !

Le Courrier de l'Ouest - Mardi 24 février 2015

Nicoll a conçu 60 nouveaux produits en trois ans

Le fabricant de produits en matériaux de synthèse (gouttières, caniveaux, raccords...), utilise l'innovation comme levier de croissance. Visite de son centre de recherche et développement, dans la ZI Est de Cholet.

Reportage

C'est dans un ancien atelier d'usage de bois, où étaient réalisées des formes de pied (sur lesquelles on dessine la chaussure, ndr), que Nicoll a installé son centre de recherche et développement. 1 200 mètres carrés totalement rénovés, à deux pas de son siège social rue Curie, dans la zone industrielle Est de Cholet. La chaussure, qui a connu son âge d'or dans les Mauges, a laissé la place aux matériaux de synthèse pour le bâtiment et les travaux publics.

L'un des leaders européens du secteur a dévoilé hier quelques secrets de fabrication, lors d'une visite de son site ultra-moderne, inauguré en décembre 2013. Dans un contexte de marché très détérioré, Nicoll, 1 000 salariés, a réussi à maintenir, ces dernières années, un chiffre d'affaire stable à 190 millions d'euros (*lire ci-dessous*). Grâce notamment à l'innovation. Gilles Heynard, directeur général adjoint, le dit avec fierté : en trois ans, Nicoll a lancé « 60 nouveaux produits ».

Éco-conception

Le Turboflow2® par exemple, idéal pour les receveurs de douche extra-plats, offre un débit d'évacuation « inégalé » en Europe. Le Chutaphone®, création pour laquelle Nicoll a reçu un prix, « limite les bruits des canalisations » (chasse d'eau, baignoire). Le produit est très demandé pour les logements collectifs, les hôtels, les hôpitaux. Nicoll a également conçu un habillage de sous-toiture de différentes couleurs : l'anthracite qui fait fureur, ou la couleur bois pour un camouflage parfait.

L'innovation, enfin, répond aussi à des critères environnementaux. « Tous les nouveaux produits suivent un processus d'éco-conception », indique Gilles Heynard. L'entreprise utilise 30 % de produits recyclés, étudie les rejets de CO2, la consommation d'eau, etc.

Réactivité

On le voit, le centre R & D, qui fait travailler 33 experts et ingénieurs (le chiffre a doublé en six ans), et plus de 100 salariés dans le processus



Au premier plan, le chef de projet « acoustique » Jean-Luc Gautier, montre les tests réalisés par Nicoll, dans une chambre sourde. Il est entouré des dirigeants de l'entreprise.

d'innovation, est encore appelé à se développer. Il est devenu un indispensable levier de croissance. Aujourd'hui, « chez Nicoll, on peut passer de l'idée au prototype, en une journée », souligne Charles Poisson, directeur de la recherche et du développement. Des bureaux d'étude sont récemment sortis de nouvelles gammes de chapeaux de ventilation, « en tuile ou ardoise ». Le dessin de ces chapeaux, imaginé il y a 30 ou 40 ans, ont été « re-designés » par la même occasion.

L'internationalisation, pour résister à la chute du bâtiment

Alors que les mises en chantier de logements neufs en France passent sous la barre symbolique des 300 000 sur douze mois, Nicoll compte, en plus de l'innovation, sur un autre levier de performance, l'internationalisation. La filiale du groupe Aliaxis, leader mondial dans la fabrication et la distribution de systèmes en matériaux de synthèse, est présente dans 50 pays. En 2014, Nicoll

Quelques mètres plus loin, on entre dans l'atelier prototypage, qui occupe un tiers du bâtiment. Quatre maquettistes y évoluent. Ils travaillent sur une gouttière de douze mètres de long qui simule les pentes et le débit des éléments naturels (pluie...). A côté, c'est une petite maison, construite pour les tests, dont la toiture s'incline, et où l'on peut essayer des habillages de toit.

Outre une imprimante 3D, Nicoll a installé dans ses murs une chambre sourde, un outil d'essai que peu

d'industries, sauf l'automobile, possèdent. Ses caractéristiques ? Des bruits très bas, l'absence d'échos. Des vibrations sont envoyées dans un tube de 12 mètres de haut. Comme un médecin avec son stéthoscope, Jean-Luc Gautier, chef de projet « acoustique », peut, « cm² par cm², repérer d'où vient le bruit ». Une précision quasi-chirurgicale.

Christian MEAS.

s'est installé en Ukraine, en Russie, en Belgique ou encore en Pologne. En 2015, suivront la Tchéquie (dès janvier), la Scandinavie, l'Algérie, le Maroc, la Turquie.

La société réalise majoritairement son chiffre d'affaires en Europe de l'Ouest et Europe de l'Est. « L'idée, c'est de capitaliser sur la marque Nicoll », précise le directeur général adjoint Gilles Heynard. Chaque

structure pilotera son marché. Nicoll renforcera ainsi sa proximité avec les différents marchés. L'entreprise amplifiera, enfin, sa présence à l'étranger, en participant à des salons internationaux. La prochaine aura lieu en mars à Francfort, où elle présentera un prototype de mécanisme de vidage d'évier... à commande électronique sans contact !