

Dossier de Presse 2013



 **discac**
Cuisines & Salles de bains

Sadecc Lyon du 12 au 15 avril 2013

Hall 3.2 D15 & E16

Contact Discac

M. Joris Gauchet tél. 05 57 77 48 74
joris.gauchet@discac.fr

Contact presse

Mme Catherine Amsterdam tél. 02 43 94 01 71
ca@amsterdamcommunication.fr



Fabricant

Meubles de cuisines & salles de bains

Sommaire

Page 3

Discac poursuit sa « révolution industrielle »

Page 5

Un bel exemple de transmission d'entreprise

Page 6

Les chiffres clés 2012

Page 8

Tendances et évolutions du marché

Page 9

Les nouveautés 2013, une gamme plus large

Discac poursuit sa « révolution industrielle »

Discac (Distribution de Composants et d'Aménagements pour la Cuisine) est une société spécialisée dans la fabrication de meubles montés pour cuisines et salles de bains. Lors de sa création en 1989 par Jean-Pierre Gauchet, Discac était alors un logisticien (grossiste) qui a su d'emblée se distinguer en disposant d'un stock important afin de garantir des délais de livraison courts.

Actuellement, le siège social de Discac est basé à Lormont (33) sur un site de 6 500 m² qui regroupe la direction, l'administration, le stockage, le montage et la logistique.

Le logisticien devenu fabricant

En 2010, en investissant dans une ligne de montage, **Discac** a entamé une mutation stratégique majeure, passant ainsi d'assembleur/logisticien à **fabricant à part entière**. Cette première étape lui a permis d'offrir une gamme 100% montée, répondant à une attente forte de ses clients.

La production se concentre sur des meubles d'entrée et de milieu de gamme dédiés aux **cuisinistes indépendants multimarques**, au travers d'une offre parfaitement en phase avec le cœur du marché.

Le choix des façades, meubles et plans étant ciblé sur les 80/20, Discac anticipe sur ses commandes en achetant ses matières en volume et s'assure ainsi un positionnement prix offensif, de l'ordre de 20 à 25 % moins cher que les leaders du marché. Cet avantage concurrentiel est rendu possible grâce à des coûts de structure légers et à un process très standardisé n'engendrant pas de complexité particulière.

Si Discac fait la différence sur les prix, elle continue à le faire sur les délais de livraison qui, depuis la création de l'entreprise, sont l'un de ses points forts. Dès 1989, là où ses confrères avaient besoin de 4 à 6 semaines, Discac prenait déjà deux fois moins de temps. Aujourd'hui, la moitié des modèles de l'offre Cuisine et l'intégralité de la collection Salle de Bain sont encore tenus en stock : 5 jours suffisent entre l'enregistrement et l'expédition de la commande. Cette capacité de stockage profite également au Service Après Vente, élément incontournable de ce métier, qui peut répondre à chaque demande sous 48 heures.

Toujours à l'écoute des attentes du marché et de ses clients, Discac a souhaité développer sa largeur de gamme en s'entourant de partenaires industriels français spécialisés. Sur la base d'un cahier des charges imposant des délais n'excédant pas 2 à 3 semaines, ces fournisseurs fabriquent à la demande un certain nombre de modèles de façades et de plans de travail. Cette offre complémentaire, dite "à la Contremarque", a permis de doubler les modèles proposés dans la collection cuisines.

Une menuiserie industrielle, gage d'indépendance et de performance

La « révolution industrielle » engagée par Discac s'est poursuivie en 2012, avec l'installation d'une menuiserie industrielle de 2000 m² à Saint Loubès (10 km de Bordeaux). Coûts toujours plus compétitifs, réduction de la dépendance vis-à-vis des fournisseurs, poursuite de l'élargissement de la gamme : en se dotant d'un tel outil, Discac construit solidement son avenir.

Une croissance à deux chiffres

Forte de tous ces atouts, Discac se positionne aujourd'hui dans le Top 10 des fabricants français. En 2011, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 14,4 millions d'euros, lequel a été porté en 2012 à 16,2 millions d'euros.

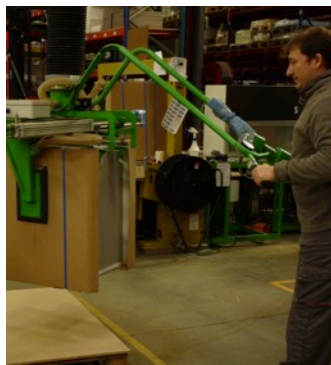
Depuis que Discac a fait le pari, il y a 3 ans, de se lancer dans le meuble monté, l'entreprise affiche une croissance à 2 chiffres. Pari réussi, donc, puisque cette activité représente aujourd'hui 80 % de son chiffre d'affaires. Historiquement marque de complément, Discac devient désormais de plus en plus souvent un partenaire principal de ses distributeurs (cuisinistes et sanitaristes), en ciblant la première moitié du panier.

De sérieux atouts face aux généralistes

Cette belle dynamique permet à Discac d'envisager l'avenir avec sérénité en se positionnant comme leader parmi les fabricants français sur la combinaison optimale des 5 éléments suivants : gamme, prix, qualité, délai et service. Aujourd'hui, Discac fournit les spécialistes (44% du marché) auxquels il entend proposer une offre compétitive pour lutter contre les grands réseaux de distribution généralistes d'équipements de la maison (Ikéa, Conforama, But, Leroy Merlin,...). Ces derniers ont en effet considérablement augmenté leur part de marché depuis 15 ans pour atteindre 41% des ventes, en raison d'une politique de prix très agressive basée sur des gammes réduites et des meubles en kit.



Menuiserie industrielle Saint Loubès



La direction et les cadres



Un bel exemple de transmission d'entreprise

Un jeune entrepreneur pour construire demain

Depuis 2011, Discac est dirigée par Cédric Gauchet, le fils du fondateur. Avant de prendre les rênes de l'entreprise familiale, ce jeune trentenaire a suivi des études de management au sein de l'ESSEC. C'est à Paris qu'il a fait ses premières armes en qualité de consultant en stratégie pour des grands groupes internationaux, en particulier dans le domaine de l'industrie. En 2009, Cédric Gauchet a intégré l'entreprise Discac, tout d'abord à la direction commerciale, puis à la direction générale en tant que PDG suite au départ à la retraite de son père.

Une arrivée qui fait l'unanimité

La transition s'est donc déroulée progressivement et a été très bien accueillie par l'ensemble des salariés. Ce passage de témoin entre le père et le fils est apparu rassurant à leurs yeux, notamment pour assurer la pérennité de leurs emplois. Autre facteur de sérénité : Jean-Pierre Gauchet continue encore d'apporter son expérience et ses connaissances dans un rôle de consultant sur toutes les questions relatives aux produits et aux collections.

Une entreprise qui a l'esprit de famille

Grâce à cette transmission, Discac demeure une entreprise familiale, ouverte sur l'avenir. En effet, Cédric Gauchet est loin de l'image du menuisier qui fabriquait lui-même son buffet de cuisine dans les années 70... Il apparaît bien davantage comme un suiveur de tendances dans l'univers de l'ameublement des cuisines. Dans un marché « perturbé » par les géants de la distribution du meuble en kit, Discac sait pouvoir compter sur le soutien et l'implication totale de ses 100 salariés qui, chaque jour, mettent tout en œuvre pour garantir qualité et délai.

Le management du changement

Pour Cédric Gauchet et l'ensemble de ses collaborateurs, cette nouvelle étape dans la vie et l'histoire de Discac s'est également accompagnée d'une réorganisation de l'organigramme (mise en place d'un service industrialisation et d'un service qualité) et d'un enrichissement des équipes. En l'espace de 2 ans, 24 nouveaux postes ont en effet été créés. Autant d'évolutions qui font de Cédric Gauchet « un entrepreneur développeur » qui a su s'appuyer sur une base solide en y apportant une vision stratégique afin de s'adapter à un marché en pleine mutation.

Les chiffres clés 2012

CA 14,4 M euro en 2011

CA 16,2 M euro en 2012

- > 61% en cuisines "monté"
- > 12% en cuisines "à plat"
- > 27% en salles de bains

- > 500 clients actifs

- > 70 personnes (bureaux, commerciaux, production) en 2010
- > 95 personnes (bureaux, commerciaux, production) en 2012

- > 240 meubles montés en cuisines par jour
- > 80 meubles montés en salle de bains

- > 120 à 130 contremarques en départ chaque jour

- > 60.000 références disponibles



Tendances et évolutions du marché

La cuisine au cœur du foyer

La cuisine est sans conteste l'une des pièces les plus importantes de la maison. C'est un espace ouvert, dans lequel on prépare les repas, bien sûr, mais aussi où l'on reçoit famille et amis. Cuisiner est même devenu tendance si l'on se fie aux nombreuses émissions TV qui lui sont consacrées depuis quelques années. Dans le même esprit, on peut aussi penser au bricolage, à la décoration intérieure ou au « fait maison », eux aussi très en vogue actuellement, et qui sont autant de facteurs d'influence. Enfin crise oblige, un certain repli sur soi semble s'opérer et conduire les consommateurs à privilégier des dépenses liées à leur intérieur et à leur quotidien, au détriment des loisirs, des voitures, des vacances...

Paradoxalement, si le produit cuisine s'est largement standardisé et uniformisé autour de panneaux de particules reconstitués, le métier de cuisiniste a beaucoup changé et a dû s'adapter à plusieurs contraintes : réduction des surfaces habitables, élargissement de l'offre en électroménagers et accessoires, prise en charge des personnes à mobilité réduite (PMR) et du vieillissement de la population...

Un marché mature, favorable aux spécialistes

Le marché de la cuisine est le secteur le plus porteur dans l'aménagement de l'habitat depuis 10 ans. Mais le consommateur est devenu expert dans sa conception, et en attend toujours plus. Et c'est sans doute là que les spécialistes, par opposition aux généralistes, ont une carte maîtresse à jouer. S'il faut reconnaître que la grande distribution a démocratisé la cuisine en la rendant accessible au plus grand nombre grâce à des prix toujours plus bas, les spécialistes ont de bonnes raisons de se montrer optimistes pour l'avenir, car face à une cliente avertie et exigeante, ils peuvent se démarquer par leurs conseils, leur offre étendue, leur qualité et leur suivi de chantier.

Une cuisine durable et saine

Autre phénomène favorable aux spécialistes : la sensibilité accrue des clients au respect de l'environnement dans la fabrication des cuisines. La marque Norme NF oblige à respecter toutes les obligations environnementales sur les émissions de colles, le rejet de formaldéhydes, la résistance aux bactéries, le traitement des déchets et le bilan carbone des produits. Par ailleurs, et notamment sur le marché français, le bois traité de manière contemporaine revient aussi au goût du jour pour des raisons écologiques, mais aussi pour son aspect chaleureux, voire noble. Très prochainement, en mai 2013, la responsabilité élargie du producteur (éco-taxé sur le même principe que pour l'électroménager ou le transport), s'ajoutera à la réglementation environnementale et permettra d'assurer la prise en charge et le recyclage de tous les meubles en fin de vie.

Made in France et achats européens

La provenance des produits est également un argument auquel les consommateurs sont de plus en plus attentifs, à tel point qu'elle est reconnue comme la 3ème motivation d'achat.

Discac s'affirme désormais sans conteste comme un véritable acteur du "Fabriqué en France" : conception et développement des collections au bureau d'études de Lormont, découpe et usinage des façades et plans de travail sur son nouveau site de Saint Loubès, montage et préparation des meubles sur les lignes du site principal de Lormont.

Mais la société va encore plus loin dans sa vision "locale" en excluant purement et simplement tout achat hors de l'Union Européenne pour ses matières premières : le choix de fournisseurs français et européens (Espagne, Allemagne, Italie, Autriche) est privilégié pour la qualité et la finition de leurs produits, la fiabilité de leur délai de livraison et leur capacité à réagir face à l'urgence.

Les collections signées Discac

Chez Discac, l'année 2013 est marquée par deux grands salons professionnels : le Sadecc à Lyon, du 12 au 15 avril (hall 3.2 D15 E16) pour la cuisine, et Idéobain pour les salles de bains à Paris du 4 au 8 novembre. A cette occasion, Discac élargit ses gammes en passant de 89 à 147 modèles ! (en 2008, on en comptait 48) Cette montée en puissance de l'offre va permettre de répondre aux besoins de sa clientèle et de conquérir de nouvelles parts de marché.

Les mélaminés enrichis d'une dizaine de nouveaux décors

La gamme de façades mélaminées sera enrichie de 11 nouveaux modèles sélectionnés en collaboration avec les principaux fabricants de panneaux européens (Egger, Finsa...) : des coloris unis mat, des décors bois au naturel, des finitions structurées... Ce matériau, qui occupe le cœur des ventes sur le marché par son positionnement en prix et la variété des décors qu'il peut offrir, représentera la majeure partie des modèles qui seront usinés dans la nouvelle menuiserie.

40 modèles de laque brillante et satinée

L'offre de finitions laquées, jusqu'alors limitée à 2 modèles blanc brillant stockés (modèles Pop Corn ou Boréale), devient une composante essentielle de l'offre Discac grâce au partenariat avec la société ACTA. Ce laqueur, reconnu pour ses activités de sous-traitance aussi bien dans le domaine des meubles que dans la décoration d'intérieur ou de stands, fournira selon le système d'approvisionnement "à la contremarque" (voir page 2) une palette de 10 couleurs en finition brillante ou satinée, sur façade pleine (Platine) ou prise de main (Elixir), soit au total 40 modèles.

Une gamme Provence teintée... et usée

Fort du succès rencontré par la gamme Baltique, en chêne massif sur cadre et disponible en 10 coloris (bientôt 11 avec un nouveau gris), il sera désormais possible de retrouver les mêmes finitions sur la gamme Provence et sa forme plus classique dite "en anse panier". A souligner qu'un effet usé sera également proposé pour offrir un esprit encore différent à cette gamme.

Des plans de travail plus harmonieux

Renouvelé en grande partie, le choix de plans de travail en stratifié se composera de 12 décors tenus en stock (contre 9 auparavant) et de 31 décors fabriqués à la contremarque ainsi que 3 modèles en Solid Color en épaisseur 20, 40 et 60 mm. Cette refonte, basée sur des échanges avec les fournisseurs, permettra des associations plus aisées et harmonieuses avec les façades. Dans le souci constant d'améliorer le service et la réactivité, de nouvelles possibilités en termes de dimensions, profondeurs et usinages seront également offertes.

Une gamme de meubles plus aboutie

Au-delà des charnières avec amortisseur intégré (marque Hettich) présentes de série dans cette prochaine collection, le principal changement de la structure des meubles sera l'augmentation de la profondeur des tiroirs (marque Blum) de 450 à 500 mm. L'intérêt évident de cette évolution pour l'utilisateur est une augmentation de 10 % de la capacité de rangement. De nombreux meubles supplémentaires seront également créés : notamment des bas réduits à 1 seul tiroir, de nouvelles armoires, et des meubles hauts en hauteur 35 et 56 cm...

 **discac**
Cuisines & Salles de bains



Téléchargement fichier et photos :

www.presse.amsterdamcommunication.fr

user : discac

login : discac 2013

Coordonnées

13 Avenue de la résistance
33305 Lormont cedex

tél. 05 57 77 22 00

www.discac.fr