

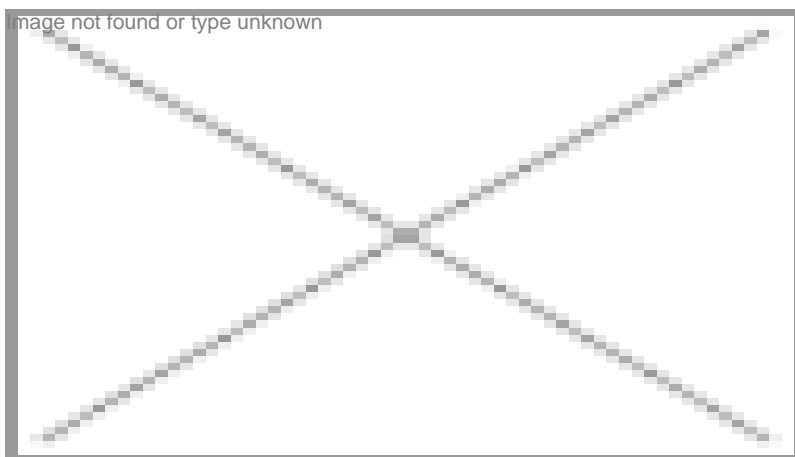
# Mat Export Club

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Fournisseurs](#)

## Le Mat Export Club au cœur d'une PME

Deux fois par an, les membres du Mat Export Club se rencontrent pour échanger entre eux du cœur de leur activité, l'export. Ce mois de juin, cette parenthèse entre deux déplacements s'est déroulée dans la PME Belfortaine Mabi, exemple qu'importe la taille, l'international sourit aux audacieux.

Ouverte par Thierry Lefeuvre, directeur commercial de Semin et président du Mat Export Club, la rencontre MEC de juin 2017 organisée au sein de la société Mabi a rassemblé le 15 juin dernier seize entreprises exportatrices venue échanger sur l'export, confronter leurs points de vue sur ce sujet et tisser un réseau qui ne peut être que bénéfique à l'international quand il est activé. Étaient donc présentes, par ordre alphabétiques, les sociétés ACF, Ecopic, Edma, Gerflor, Hymer, Mabi, Maestria, Manton, MDB, Samedia, Semin, Sitec, Soppec, Théolaur pour sa division des sols sportifs Ecoplas ainsi que deux entrants avec le fabricant d'ascenseurs Sodimas et le fabricant d'outillages pour le travail du tube Virax.



Ce club d'exportateurs des métiers du bâtiment a comme vocation, selon la formule de son président, « de maximiser les énergies pour développer les synergies à l'export ». C'est une volonté noble mais qui, au quotidien, n'est pas toujours facile à mettre en musique. « Il faudrait le faire le plus spontanément » rappelle Thierry Lefeuvre, car si certains se retrouvent facilement dans de grands rendez-vous, comme le Big Five à Dubaï, où plusieurs membres du MEC étaient présents, peuvent partager une partie de leur stand, sur Batimatec Alger par exemple entre Semin et Manton, ou simplement leur procurer un point d'attache avec une petite visibilité et des entrées pour des contacts commerciaux, avec toujours Semin avec Ecopic (Mosbuild Moscou) ou Edma (Construmat Barcelone), la variété des profils des entreprises du club MEC ne rend pas ceci toujours possible. Les principaux échanges ont donc lieu lors de ces deux réunions annuelles mais les contacts mériteraient d'être plus suivis durant l'année au bénéfice de tous.

### L'export toujours dynamique

Cela dit, ces réunions sont toujours très instructives, ne seraient-ce que pour la qualité des discussions entre les professionnels de l'export présents et parfois pour des parenthèses qui peuvent durer de long moments, sur internet cette fois-ci par exemple. Ce sujet a ici fait l'objet de nombreuses réflexions par rapport à la position que doivent adopter les fabricants de produits techniques dans le processus de commercialisation de leurs produits. L'avis assez partagé est que les nouveaux clients commencent déjà à regarder sur internet pour faire leurs choix, avec corollaire une interrogation sur le rôle de la distribution. Pour certains, il ne faut pas avoir de

scrupules à être autonome sur sa distribution (ce qui n'est guère évident lorsqu'on est déjà très engagé en distribution NDLR).

Cette petite aparté close, la confrontation des expériences a montré une bonne tenue de l'activité avec des progressions de chiffre d'affaires généralisées et des performances supérieures à l'export qu'au national. D'une façon générale, les ressentis montrent un réveil de l'Europe avec toujours une bonne tenue de l'Allemagne même si ce pays ne recèle pas de progressions spectaculaires, et un retour de l'Espagne et de l'Italie. Les échanges ont peu porté sur l'est de l'Europe cette fois-ci, peut-être moins un peu moins porteur, et plus sur le Royaume-Uni, un marché toujours difficile à pénétrer qui se durcit encore du fait du niveau faible de la livre. Hors Europe, certaines grandes lignes émergent avec un intérêt évident pour l'Afrique, déjà sur des pays à fort potentiel comme le Maroc, la Tunisie et l'Algérie où le choix du bon partenaire est fondamental, et sur le trio Côte d'Ivoire, Cameroun et Gabon qui suscite de nombreux espoirs. Plusieurs sociétés du MEC ont ainsi marqué leur intérêt au salon Archibat d'Abidjan. Le Moyen-Orient reste attractif, notamment avec les Emirats, et ceci malgré les difficultés attendues avec le Qatar. Enfin, deux grands pays semblent receler de grands espoirs, l'Inde qui met en route des projets qui avaient été retardés et surtout l'Iran sur lequel tout le monde s'est accordé à voir un marché d'avenir. Le pays est moderne, riche, avec de grands besoins et sa place sur l'échiquier international s'améliore. Le problème est le paiement mais des solutions fiables existent, notamment par le truchement de Dubaï.

#### L'usine Cristel

En complément des échanges sur les activités export, la rencontre Mat Export Club comprend traditionnellement la visite de l'entreprise hôte. Cette fois-ci, la société Mabi n'ayant qu'à présenter une activité réduite de montage et de SAV, la visite de l'usine Cristel de Fesches-le-Châtel est venue apporter la touche industrielle de la journée. Effectuée après une longue introduction historique de Mme Bernadette Dodane, vice-présidente de l'entreprise, qui a notamment exprimé qu'il était possible avec beaucoup de détermination de construire une marque prestigieuse après trois dépôts faillites et/ou dépôts de bilan, la visite a montré un outil industriel de haut niveau, en accord total avec la remarquable image de Cristel.

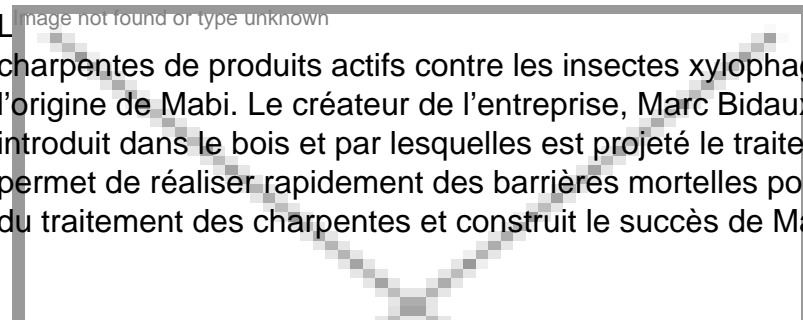
Et pour la prochaine édition de la réunion du Mat Export Club, prévue le 7 décembre prochain à Pont de l'Isère (26), c'est le fabricant d'ascenseurs et nouveau membre Sodimas qui aura l'honneur de présenter son outil industriel à ses pairs.

Frédéric Bassigny

?

## Mabi, PME Exportatrice

Entreprise familiale créée en 1967 spécialisée dans l'outillage servant au traitement des charpentes et des maçonneries, la société Mabi réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 2,6 millions d'euros, dont 35 à 40% à l'export selon les années, avec un effectif de quinze personnes.

té des systèmes d'injection dans les charpentes de produits actifs contre les insectes xylophages, termites et champignons se trouve à l'origine de Mabi. Le créateur de l'entreprise, Marc Bidaux, imagine en effet des chevilles que l'on introduit dans le bois et par lesquelles est projeté le traitement sous pression. Cette technique, qui permet de réaliser rapidement des barrières mortelles pour les nuisibles, a transformé la pratique du traitement des charpentes et construit le succès de Mabi pendant de nombreuses années.

Parallèlement, l'entreprise a étendu son savoir-faire au traitement des maçonneries pour lutter contre les remontées d'humidité du sol par capillarité, les produits injectés servant ici à former une structure cristalline à la base de la construction qui garde celle-ci saine au-delà de la barrière chimique.

Ces deux domaines d'action ont donné naissance à des gammes de pompes et d'accessoires d'injection et de pulvérisation, complétées par des équipements de protection et les produits de traitements qui peuvent être fournis pour former une offre globale ; le champ d'expertise de Mabi est clairement le matériel et non la chimie, qui reste sous la responsabilité de ses clients applicateurs. Ce pôle traitement représente 65% du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Le deuxième grand secteur d'activité de Mabi, né au début des années 80, est celui des décapeurs pneumatiques commercialisés sous la marque Scrap'Air qui fonctionnent par percussion pour effectuer de l'enlèvement de matière et du burinage. Ce matériel provient directement du métier du traitement des charpentes dont la première étape consiste à supprimer la partie extérieure des poutres touchées, opération de bûchage qui a longtemps été effectuée à la hachette. Cette division touche deux types de clientèles avec en premier lieu l'industrie (cimenteries, carrières, aciéries...) pour enlever toutes sortes de résidus et dans une moindre mesure le BTP pour le désamiantage – les Scrap'Air se décontaminent rapidement –, les travaux en étanchéité bitumineuse, en revêtements de sol... Ce pôle représente 25% du chiffre d'affaires de la société.

### Ingénierie industrielle

Pour ces deux activités de machines et accessoires de traitement, Mabi travaille avec de nombreux intervenants du bassin industriel franc-comtois pour optimiser sa rentabilité. Elle fait ainsi produire, avec ses propres moules, ses accessoires par des sous-traitants industriels locaux et de même, pour ses machines pompes et décapeurs pneumatiques, les éléments qu'elle assemble ensuite dans son atelier. Elle assure en interne le SAV pour ces matériels.

Cette relation étroite avec des industriels locaux a concouru au développement de la troisième branche de l'entreprise, que l'on pourrait qualifier d'ingénierie industrielle, initiée il y a maintenant 18 mois et qui représente à ce jour 10% du chiffre d'affaires. Dans le cadre de cette activité, Mabi propose à des partenaires commerciaux de rédiger ensemble des cahiers des charges sur des matériels dont ils ont le besoin, peu importe s'ils sont éloignés du domaine d'expertise initial de l'outillage pour le traitement des charpentes et des maçonneries. Mabi travaille sur ce cahier des charges pour concevoir le produit avec l'appui de ses partenaires industriels et propose ensuite un produit fini exclusif à son client. Depuis le début de cette activité, l'entreprise a ainsi créé avec son R&D et mis en fabrication chez des partenaires une cardeuse souffleuse d'ouate de cellulose, un appareil de ventilation des bâtiments anti-condensation et un pulvérisateur autonome avec système de surpression.

### Des investissements commerciaux

Au niveau commercial, Mabi travaille en France en direct pour sa gamme de matériels et accessoires de traitement et auprès de revendeurs spécialisés pour sa gamme Scrap'Air avec deux itinérants pour le nord et le sud de la France et un commercial sédentaire. A l'export, l'équipe compte trois commerciaux et la commercialisation est confiée à des distributeurs. A noter sur l'export que Mabi travaille sur un marché très mature en Europe – la moitié de son chiffre est réalisée avec l'Allemagne – et que l'entreprise est en train de se positionner sur le marché américain, le plus important au niveau mondial. Après la visite d'un premier salon Pest World en 2015 à Nashville, l'entreprise a exposé à l'édition 2016 à Seattle et sera également présent sur le salon 2017 à Baltimore. Elle propose sur ce marché une gamme très réduite, limitée aux accessoires et adaptée aux habitudes de travail américaines qui diffèrent très largement de celles adoptées en Europe.

Notons également parmi les évolutions récentes de l'entreprise la création d'un véritable pôle marketing avec notamment l'embauche cette année d'un jeune responsable web qui a permis de moderniser les sites de l'entreprise (mabi.fr, scrapair.com, mabi-usa.com dédié aux Etat-Unis), de créer un chaîne Youtube avec des tutoriels, de réaliser une campagne facebook pour décrocher des rendez-vous aux USA avant une tournée de prospection, bref d'augmenter nettement la visibilité de l'entreprise sur le net.

Aujourd'hui dirigée par Olivier Bidaux, fils du fondateur, l'entreprise Mabi aborde son demi-siècle d'existence sur une dynamique positive nourrie par des développements industriels, marketing et commerciaux. A l'horizon 2020, l'objectif est de franchir la barre des 3 millions d'euros de chiffre d'affaires.