

## Finition

# Naboco, un concept exigeant au service du bois en couleur durable

La réunion des adhérents de Naboco se tenait le 7 avril dernier à Pralong (42). La menuiserie Meunier-Marnat accueillait une trentaine de confrères, titulaires comme elle d'une licence du groupement. Ces professionnels étaient réunis pour discuter des actions en cours et à venir menées par la marque collective pour la finition en couleur des menuiseries bois garantie.



Joël Poncet (debout à gauche) présidait la réunion des adhérents Naboco.

L'ambiance était conviviale, mais néanmoins studieuse. Le 7 avril dernier à Pralong, dans la Loire, la menuiserie Meunier-Marnat accueillait dans ses locaux une trentaine de confrères, adhérents, comme elle, du groupement Naboco. Deux fois par an, la marque collective de finition en couleur pour menuiseries bois réunit ses licenciés afin de discuter des actions en cours et à venir. Cette première réunion de l'année avait été précédée par une assemblée générale, au cours de laquelle Joël Poncet a été reconduit dans ses fonctions de gérant et a pu annoncer qu'en 2015 le budget de Naboco avait atteint l'équilibre. Elle a été suivie par la visite de deux menuiseries ligériennes : Meunier-Marnat, l'hôte de la matinée, et Béal, à Saint-Priest-en-Jarez. L'occasion pour les professionnels d'échanger sur leur pratique quotidienne et leurs différentes approches face aux mêmes

difficultés techniques. Naboco, née en 2001 (lire par ailleurs le zoom : "Relancer la menuiserie bois"), est une marque de menuiseries bois en couleurs finies d'usine ; c'est aussi un concept et une garantie.

### **Un concept et un état d'esprit**

Une marque, gérée par une société qui regroupe des entreprises indépendantes sous licence. Un concept de traitement, pré finition et finition qui se veut respectueux de l'environnement, appliqué en usine sur des profils de bois sélectionnés, suivant un référentiel strict, conforme à la norme NF P 23-305 niveau 8. Et une garantie des produits dix ans, couverte

par une assurance professionnelle, selon la norme NFT 36-001.

L'adhésion à Naboco implique un fort investissement de la part de ses membres. "C'est un état d'esprit", revendique Joël Poncet, qui a salué et encouragé à plusieurs reprises au cours de la journée l'engagement des adhérents dans la vie du groupement. Il faut faire remonter régulièrement l'information pour soutenir la communication et les actions techniques. Il faut aussi chaque année faire réaliser un audit très complet. "Validation de la production, traçabilité, entretien... Tous les aspects techniques et organisationnels sont pris en compte" indiquait Laurent Fabrègue, directeur de Ceribois, le centre technique qui a élaboré le process et est chargé d'auditer

les adhérents. *"Ce suivi technique alimente la recherche et le développement et permet de rester devant la concurrence."*

*"C'est vraiment un concept. Ça apporte de la rigueur au process de fabrication, et ça nous permet de progresser"*, confirmait Antoine Chapheau, responsable de production pour la menuiserie André. *"Ça implique toute l'entreprise"*. Sélection rigoureuse des bois, process de fabrication spécifique, traitement IFH exclusif, application sur chaîne de finition en ambiance contrôlée, quincaillerie, vitrage et accessoires posés après l'application de la peinture, logistique adaptée... Pour pouvoir mettre en œuvre ce concept de finition, il faut une chaîne de production appropriée. *"Pour entrer dans Naboco, il faut réaliser un certain nombre d'investissements"* rappelait Sébastien Vareille, cogérant de la menuiserie Vareille, engagée dans la démarche depuis l'origine. *"C'est une démarche évolu-*

## ✓ ZOOM

### Relancer la menuiserie bois

Naboco (nature, bois, couleur) est né *"pour relancer la menuiserie bois"* déclare Loïc d'Aubarede, dirigeant de la menuiserie Grosjean. Tout commence en 2001 lorsque dix menuisiers rhônalpins décident, confrontés à la concurrence de nouveaux matériaux comme le PVC, de faire appel collectivement au centre de ressources technique Ceribois pour développer des fenêtres bois hautement durables. L'objectif est de mettre sur le marché à l'horizon 2005 des menuiseries bois peintes garanties dix ans sans entretien. *"C'est une histoire d'équipe depuis le départ"*, se remémore Laurent Fabrègue, directeur de Ceribois. Un programme de recherche et développement est mis en place et débouche sur un concept complet de finition présenté à Eurobois 2005 et récompensé par un Lyon d'or de l'innovation. *"Tout le monde y a mis du sien pour y arriver"*, estime Laurent Fabrègue. Pour Michel Ruin, porteur du projet Protections solaires bois, le bois en couleur Naboco répond désormais à un besoin, face à des matériaux concurrents très énergivores et à une offre bois extérieur uniforme *"par défaut"*. *"Naboco permet de prendre un projet dans sa globalité, et d'élargir le champ des possibles. Aujourd'hui, le marché est mature."* Si Naboco travaillait au départ avec plusieurs fabricants de peinture, seul le Suisse Knuchel Farben a su satisfaire entièrement aux fortes exigences de la marque. Il demeure l'unique fournisseur. *"Mais nous restons ouverts"*, précise Joël Poncet.

*tive"* tempérait Joël Poncet. *"La plupart des entreprises démarrent doucement, et montent petit à petit en puissance."*

La marque collective regroupe des profils très différents, depuis la petite menuiserie familiale jusqu'à la société employant plusieurs dizaines de personnes. Autour du noyau originel, toujours fortement impliqué, de nouveaux adhérents sont arrivés au fil du temps. La plupart entretenaient un partenariat de longue date avec la marque, comme le menuisier Jérôme Charbonnier, qui pose des produits finis Naboco depuis l'origine du groupement : *"Je n'ai jamais eu un retour négatif de la part de mes clients. Cette année, j'ai franchi le pas et je suis devenu licencié."* Pour Pierre Chevrot, cogérant de LCM menuiserie, distributeur indépendant agréé, en cours de certification, *"le process nous impose une qualité de finition. C'est l'avenir de l'entreprise."* Aujourd'hui Naboco compte 23 licenciés, désireux de faire vivre et grandir la marque collective.

### Implication des adhérents

*"On a tous les mêmes problèmes, à nous tous de trouver les solutions"*, rappelait Joël Poncet en ouverture de la réunion bisannuelle. Et c'est bien l'implication de tous ses adhérents qui fait la force de cette organisation exigeante. *"Naboco, c'est un peu l'auberge espagnole"*, insistait Gilles Béal, gérant de la menuiserie du même nom. *"Des membres prennent sur leur temps pour faire avancer les choses. L'aide de tous est nécessaire."*

Car la société qui gère la marque n'emploie qu'un seul salarié, Francis Bénédik, en charge de la prescription et des démarches commerciales. Des professionnels adhérents assurent le bon fonctionnement des comités *"technique"* et *"communication"*, ainsi que du comité directeur, qui valide leurs propositions.

Et la tâche est complexe. Il faut coordonner l'ensemble des adhérents, les aider à

appliquer et à contrôler toutes les étapes du processus de fabrication et finition Naboco. *"Le comité technique doit faire remonter les informations et les demandes techniques des entreprises. En réponse, il propose au comité directeur des pistes de recherche et développement"*, expliquait Jean-Louis André, gérant de la menuiserie André et membre du comité technique. *"Il donne aux entreprises des axes de progression."*

Quant au comité communication, son objectif est la notoriété de la marque. Après des prescripteurs, architectes, maîtres d'œuvre, maîtres d'ouvrage, bien sûr ; mais aussi, de plus en plus, en direction du grand public. A ce titre, il sollicite l'ensemble des licenciés pour obtenir des éléments concernant leurs chantiers les plus représentatifs. Ces chantiers pourront servir de références, et apparaître entre autres sur le site Internet du groupement. Rigueur technique et travail de communication portent aujourd'hui leurs fruits. *"Naboco est de plus en plus connu des prescripteurs et du public"* estime Francis Bénédik. Avec l'arrivée régulière de nouveaux adhérents, le budget est désormais à l'équilibre. Même si *"la société n'avait pas vocation à gagner de l'argent, mais seulement à gérer les marques"*, comme l'a rappelé Joël Poncet, cette nouvelle situation permettra de doubler les budgets communication et technique.

L'utilisation de nouveaux médias est à l'étude au sein du comité communication. Quant au comité technique, qui travaille déjà sur la caractérisation de nouvelles essences pour répondre à la demande de nouveaux adhérents, il s'intéresse à de nouvelles résines, et compte renforcer l'uniformisation des pratiques au sein des entreprises. De quoi assurer aux utilisateurs des menuiseries Naboco les 29 ans de tranquillité avec un seul entretien promis par la marque...

Pierre Nebouy