



Mexico-City



Stuttgart



St. Petersburg



Peking



VBH Magazin 4/2011

La marque des experts en matière de ferrures de portes et fenêtres

- Droit et conformité chez VBH
- Rapide et sûr : le e-commerce chez VBH
- VBH en Chine



Simplement tout.

Tout simplement.



Chères lectrices, chers lecteurs,

Malgré de nombreuses surprises et turbulences, ainsi que maintes prises de décision d'urgence au plus haut niveau de la hiérarchie politique en 2011, nos marchés ont plus ou moins évolué comme nous l'avions escompté en décembre 2010.

Même si elles se multiplient, les rencontres au sommet, en vue de solutionner les diverses crises, n'arrivent pas à enrayer une tendance à long terme. Qui sait si le développement sur les marchés ne serait pas pire sans les interventions de la politique ? Une chose est sûre : les effets ne s'en font jusqu'à présent pas encore ressentir !

Pour VBH, la situation du marché mondial donne une double image. Les sociétés, qui représentent plus de 80 % du chiffre d'affaires du groupe, se portent à merveille et présentent des résultats tout à fait corrects.

Les quelques pour cents restants réduisent cependant considérablement le résultat du groupe, et nécessitent un subventionnement permanent par l'apport de liquidités.

En raison de l'environnement positif pour notre branche (faible taux de chômage, grande sensibilité face aux économies d'énergie, taux d'intérêts bas, programmes d'aide pour les rénovations, peu de possibilités de placements intéressants), l'Allemagne a entièrement confirmé les attentes élevées.

L'Europe de l'Est présente une croissance retenue : comme on le craignait, les marges ont certes subi la pression, mais cette région a fait preuve de stabilité pour les ventes VBH.

En revanche, nous ne sommes pas parvenus à contrer le marché, notamment dans le sud de l'Europe. Nous avons réalisé des progrès, mais trop lentement. Par conséquent, nous allons nous séparer des filiales aux endroits où une reprise conjoncturelle ne semble plus possible à moyen terme.

Les perspectives pour 2012 ne sont pas meilleures. Pour l'année prochaine, quasiment aucun autre marché européen ne promet un taux de croissance plus élevé. En Allemagne, on prévoit une grande stabilité, alors que pour la grande majorité des marchés étrangers, la tendance est plutôt à la baisse. C'est pourquoi notre priorité est de mettre notre argent en sécurité et de l'employer là où l'on prévoit les effets les plus positifs. Là où nous sommes déjà forts, nous voulons devenir plus forts. Cela signifie que nous nous concentrons sur notre activité principale, que nous nous séparons des sociétés qui réalisent des pertes, et que nous corrigeons le bilan du groupe, afin de le rendre plus résistant aux « tempêtes » des années à venir. Nous disposons de toutes les ressources nous permettant de saisir les opportunités et de financer la croissance, mais nous stoppons de manière conséquente la fuite de liquidités afin de couvrir les pertes continues.

Étant donné qu'en 2012, les marchés ne vont pas aider, il s'impose donc de décupler la fameuse « conjoncture d'entreprise ». Notre collaboration avec nos fournisseurs présents sur les marchés du monde entier nous rend extrêmement compétitifs, et associé à nos divers outils

de prestations de services, cela illustre bien notre promesse « Simplement tout. Tout simple ». De plus en plus de clients reconnaissent les avantages que nous offrons et confirment que nous sommes dans la bonne voie. Dans ce numéro, vous trouverez quelques exemples concrets le confirmant.

Chers clients, chers fournisseurs, nous vous remercions de la confiance dont vous faites preuve envers VBH et de votre collaboration collégiale.

Après une année encore turbulente, nous vous souhaitons à tous des fêtes de fin d'année détendues et joyeuses, et de faire le plein de forces et d'énergie pour bien démarrer 2012 !

Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir à la lecture de notre magazine.

Bien sincèrement,

Rainer Hribar



Sommaire



LE TRUST

Interview avec Rainer Hribar
Droit et conformité chez VBH

04 - 06



FOCUS

Rapide et sûr :
le e-commerce chez VBH

07 - 09



TOUT SIMPLEMENT

La société Fresand à Reddelich :
bien équipée pour le mauvais temps

10 - 11



SIMPLEMENT TOUT

greenteQ avec une nouvelle
mousse hivernale pour pistolet

12



DANS LE MONDE

VBH en Chine
Fenestration 2011

13 - 15

Le Bulletin VBH paraît quatre
fois par an.

Rédaction :
Johannes Rave
VBH Holding AG
Siemensstraße 38
70825 Korntal-Münchingen
Courriel J.Rave@vbh.de
Téléphone 0049 7150 15279



« Notre stratégie s'impose et fait ses preuves tous les jours »

Une interview avec Rainer Hribar

Rainer Hribar, vous avez prédit pour 2011 un bilan négatif. Cela a surpris surtout parce que les chiffres des ventes ont été interprétés de manière positive pendant toute l'année, bien qu'il faille dire qu'ils concernaient les affaires en Allemagne. D'où provient donc ce résultat négatif ?

Malgré un marché difficile dans le monde entier, nous réalisons des bénéfices pour l'exercice en cours. Même après déduction de tous les amortissements, intérêts et taxes courants, nous affichons toujours des résultats positifs. C'est surtout dans nos régions principales (Allemagne, Europe de l'Est et CEI) que nous sommes extrêmement bien positionnés au niveau stratégique, et que les résultats sont toujours très bons. C'est une très bonne nouvelle, car nous réalisons ici plus de 80 % de notre chiffre d'affaires.

En revanche, la crise nous a touchés de plein fouet, surtout dans le sud de l'Europe. Tout le monde connaît les nouvelles qui nous parviennent tous les jours de cette région. Actuellement, personne ne peut dire combien de temps la situation économique de ces pays va rester à ce niveau bas ni si elle va continuer à empirer. Donc pas des conditions idéales pour le commerce des ferrures de bâtiment !

À quoi bon continuer à envoyer de l'argent dans ces pays si nous ne sommes pas sûrs de le revoir un jour ? Étant donné qu'une reprise conjoncturelle n'est pas prévue pour ces pays avant longtemps, nous avons décidé de nous séparer de certaines filiales ne faisant pas partie de notre activité principale ou qui ne remplissent pas durablement nos attentes. Cette mesure nous donne

une plus grande portée pour les marchés en cours de croissance et pour notre activité principale.

Quitter le marché d'un pays et procéder aux fermetures qui s'imposent pour certaines filiales revient très cher car les investissements réalisés par le passé, ainsi que les crédits en cours, que nous avons transmis à ces filiales depuis l'Allemagne sont perdus. Cela nous impose de corriger certaines valeurs dans notre comptabilité, et cela s'est traduit par les pertes importantes réalisées en 2011. Toutefois, VBH se porte bien et peut surmonter ces pertes isolées. Le secteur boursier confirme cette évaluation. Cela se traduit par exemple par le fait que notre note d'investissement a été confirmée.

Notre priorité absolue est, au moyen de ces mesures décisives, de rendre notre entreprise résistante pour l'avenir.

Il est clair que la trace mène à l'étranger, et cela a déjà été annoncé clairement dans les magazines VBH, dans

les rapports d'activité ainsi que lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires. La question est toute simple : Si nous connaissons la réussite en Allemagne et pas assez à l'étranger, pourquoi agir au niveau international ?

La large représentation au niveau international, et la répartition des risques qui en découlent sont les points forts de VBH. Pendant les dix dernières années, le marché allemand, si complimenté actuellement, a à plusieurs reprises été pour nous le marché le plus problématique, alors que nous réalisons d'importants bénéfices à l'étranger. Lors de notre crise existentielle d'il y a dix ans, nous n'aurions certainement pas survécu sans les sociétés que nous avons à l'étranger !

Bien entendu, nous devons vérifier régulièrement nos activités internationales, ce qui a conduit, cette fois-ci, aux séparations précédemment évoquées. Toutefois, il est plus simple de montrer du doigt les sociétés et marchés faibles





aujourd'hui que de prévoir quels seront ceux de demain. Il est possible que certains marchés nationaux considérés aujourd'hui comme critiques et ne réalisant actuellement que des résultats médiocres soient susceptibles de réaliser, à l'avenir, d'importants bénéfices. La seule raison pour laquelle certaines de nos « poules aux œufs d'or » actuelles soutiennent les résultats du groupe, c'est parce que, prévoyants et faisant preuve d'une stratégie intelligente, nous les avons conservées pendant les périodes difficiles. Nous poursuivons notre stratégie qui consiste à nous appuyer sur de nombreuses bases bien solides. Cela permet d'éviter de tomber si l'une d'elle rompt.

Diriez-vous que d'une certaine manière, la direction d'une société par actions doit également contrôler certains marchés et y installer une activité car une restriction du marché national pourrait être considérée comme une limitation des bénéfices de l'entreprise ?

VBH est devenu fort car nous avons pénétré de nouveaux marchés très tôt, en particulier ceux de l'Europe de l'Est. Cela nous a permis de gagner en expérience et d'adapter notre modèle commercial aux exigences des marchés locaux. Ainsi, nous avons pu occuper rapidement des secteurs importants, et

nous développer au même rythme que les marchés. Beaucoup ont eu cette chance, mais il fallait savoir la saisir ! Beaucoup de choses ont réussi, et d'autres ont échoué. La réussite est donc le résultat d'un travail acharné et de la volonté de faire face aux risques. Une administration froide des sociétés existant déjà n'est pas plus la bonne solution qu'une expansion à tout prix. C'est pourquoi il est important de suivre avec attention l'évolution des marchés et d'en tirer les conclusions qui s'imposent, même si elles sont amères et si elles imposent une cessation.

VBH a-t-il défini des critères définissant quand il faut s'installer dans un pays, quelles sont les perspectives et quel objectif économique est réaliste ? Ainsi que des règlements si cet objectif n'est pas atteint ?

Bien entendu ! Des règles claires assurent une grande transparence. Cela accroît l'équité, ce qui nous permet d'appliquer les décisions difficiles plus simplement et plus rapidement. Avant de conquérir un nouveau marché, il faut être un minimum sûr que ce marché offre un potentiel suffisant et qu'il est possible d'y réaliser des bénéfices. Nous estimons que c'est le cas lorsque le segment du PVC et / ou du bois et de l'aluminium sont attractifs sur le marché local. Nous visons alors le commerce de gros et non le commerce de détail. Par ailleurs, il est également important qu'au moins un de nos grands fournisseurs allemands de qualité y trouvent le même intérêt et soutienne le fait que nous pénétrions ce marché. En outre, ces marchés doivent nous offrir la possibilité d'en devenir leaders à moyen

terme (n° 1 ou n° 2) en utilisant nos points forts. Notre exigence de rentabilité s'applique également aux nouveaux marchés : nous voulons en être les leaders au bout de trois ans maximum. À l'inverse, une entreprise qui réalise des pertes pendant plusieurs années et qui enregistre un flux de liquidités négatif n'a aucune chance de rester durablement à nos côtés.

Néanmoins, VBH fait preuve d'une grande patience envers certaines filiales douteuses. Pourquoi ?

C'est exact. Lorsqu'il s'agit d'amortir des montants élevés, certaines choses ont échoué en interne. Parfois, nous nous sommes cramponnés trop longtemps à des directeurs de pays, et nous avons cru trop longtemps pouvoir connaître la réussite au moyen de restructurations. C'est justement quand des sommes importantes sont en jeu que l'on n'abandonne pas si facilement. Mais après-coup, le jugement est bien sûr toujours plus simple.

Diriez-vous que la politique étrangère de VBH a changé de cap ?

Non, il est clair que notre politique étrangère n'a pas changé de cap. Notre stratégie reste la même et fait ses preuves au quotidien. Néanmoins, nous interviendrons plus rapidement et plus radicalement dès que des objectifs ne seront pas atteints. Cela est valable autant pour l'activité dans le pays que pour les sociétés à l'étranger !

Interview faite par Johannes Rave



Welf Kramer

Droit et conformité

La fiabilité crée la confiance et accroît la satisfaction des clients

Dans un marché aussi difficile que celui du bâtiment, il n'est pas toujours aisé de garantir que tous les participants aux activités commerciales se comportent correctement. C'est pourquoi VBH a établi de claires règles de comportement et principes éthiques, qui assurent dans le monde entier une attitude fiable avec les partenaires, les clients et les fournisseurs.

Le mot-clé anglais est « compliance ». Il décrit une attitude irréprochable entre les employés, les clients et les fournisseurs. On peut le traduire par « respect et conformité aux règles » ou « agir dans le respect de toutes les règles applicables ». Il s'agit donc de règles claires définissant le comportement correct de tous les employés d'une organisation, explique Welf Kramer, directeur du service juridique et conformité de VBH : « Chez VBH, nous entendons par ce terme la somme des mesures d'organisation assurant que les organes et le personnel respectent les règles. Cela s'étend à bien plus qu'au respect des dispositions légales et des normes. En effet, cela reflète également les principes d'éthique ». Ces principes sont définis dans le Code de Conduite de VBH depuis 2007. Celui-ci est régulièrement revu et mis à jour. Il évoque entre autres le principe des quatre-yeux lors de la signature de contrats, l'attitude à adopter avec les cadeaux et avec les données sensibles sur les clients, ainsi que la conduite à avoir entre collègues. « La compliance a pour objectif de faire prendre conscience aux employés et aux responsables afin qu'ils agissent en conséquence et afin que les procédures se déroulent sans problèmes.

C'est pourquoi le Code de Conduite VBH s'applique à tous les employés et à toutes les sociétés nationales du monde entier ». Il est complété par un règlement revu qui définit les responsabilités des directeurs.

Des standards homogènes et des différences culturelles

Au sein d'une organisation active au plan international, il est particulièrement important d'imposer des standards de comportements homogènes. Les différences culturelles dans les affaires peuvent être très importantes, mais il ne s'agit pas forcément des « suspects usuels » : aux USA par exemple, il est parfaitement légal de payer les autorités pour accélérer le traitement des dossiers. « Toutefois, nous avons décidé dans nos règles de conduite que chez VBH, cela ne devait se pratiquer dans aucun pays », souligne Welf Kramer. « Et même dans les pays critiques, nous faisons de bonnes expériences. Dans ces pays aussi, les clients apprécient la qualité et le comportement correct de VBH ». Bientôt, des mises à jour régulières informeront le personnel de la législation en vigueur, rappelant ainsi le thème de la « compliance ». « Ce qui compte, c'est que tous les employés de VBH sachent qu'en cas de problèmes, nous ne les abandonnerons pas », affirme Welf Kramer. À cet effet, un bureau d'aide a été mis en place pour répondre à toutes les questions sur le thème de la compliance. Cela permet aux employés de se concentrer sur leur propre travail. Par ailleurs, une ligne spéciale a été mise en place pour signaler de manière anonyme les incidents.

Les clients profitent des règles homogènes

Outre les obligations légales, de nombreuses autres raisons parlent en faveur de l'introduction d'un système de gestion de la compliance. Ainsi, des études confirment que le respect des règles de conduite claires permet d'accroître la satisfaction du personnel. Et les clients aussi ont plus confiance en l'entreprise. Par ailleurs, en l'absence d'un règlement de compliance, les conséquences d'une erreur sont imprévisibles. Outre le fait d'avoir une mauvaise réputation, il existe également la menace de devoir payer une amende. En raison des dispositions légales spécifiques, comme celles existant en Angleterre, même les plus petits incidents survenant au sein de sociétés nationales actives à l'étranger peuvent avoir des conséquences pour l'entreprise au niveau mondial. C'est aussi pour cela que Welf Kramer et la Direction de VBH accordent une grande importance au fait de posséder un système de compliance qui fonctionne bien : « Cela nous permet de certifier à tous nos partenaires, ainsi qu'à nos actionnaires, aux banques et aux investisseurs que nous sommes un partenaire commercial fiable. Tous les clients et fournisseurs de VBH du monde entier peuvent être sûrs d'être traités correctement ».

Le Code de Conduite de VBH peut être téléchargé sur www.vbh.de.

Activités commerciales stables en Allemagne

Rapide et sûr : le e-commerce chez VBH

Actuellement, plus d'un tiers des commandes sont transmises à VBH par voie électronique. Ainsi, la part des commandes en ligne est montée en flèche ces dernières années. Avec la boutique en ligne vbh24.de, le système de commande logos et les possibilités de raccordement direct aux systèmes de gestion des matériaux spécifiques aux besoins des clients, VBH offre différentes manières d'organiser les commandes confortablement et en toute sécurité.

Ce qui a commencé comme simple boutique en ligne est devenu un vaste portail clientèle ainsi qu'un forum d'information pour tout le secteur. Par le biais du site www.vbh24.de, les clients VBH accèdent simplement et rapidement à toutes les prestations et à tous les outils VBH. En font notamment partie la base de données du savoir, la plateforme de système CE-fix, le système de recherche d'articles « Trouver plutôt que chercher », ainsi que des outils pratiques comme la création automatisée d'un catalogue, et un salon d'exposition virtuel. La boutique en ligne VBH permet aux internautes d'effectuer une recherche dans tout le catalogue VBH, qui comprend env. 200.000 articles, ou de consulter directement leurs « propres produits » : c'est à dire les articles qu'ils

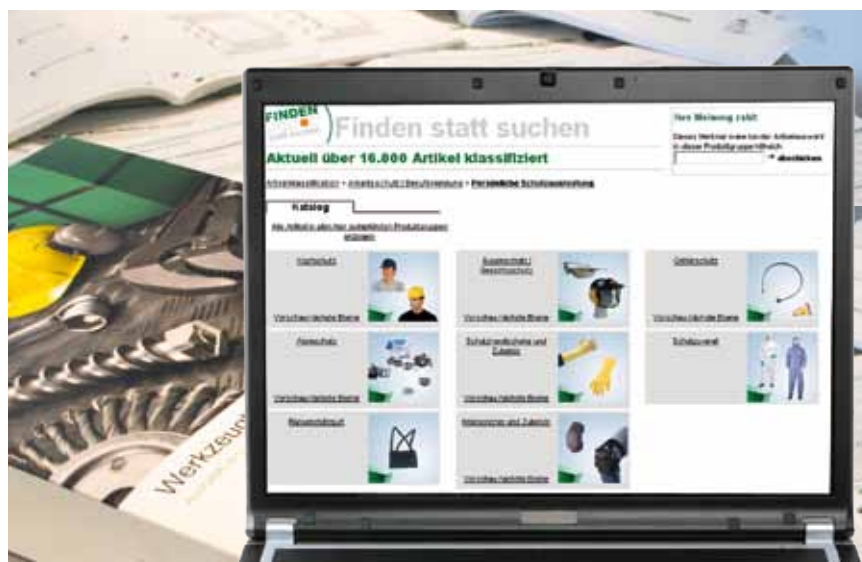


Simon Seibert, Oliver Maisch et Thomas Erhardt sont responsables du développement de l'e-commerce chez VBH.

commandent souvent. Tous les mois, des centaines de clients utilisent cette fonction pour passer leur commande. Beaucoup d'entre eux intègrent à leur planification de production et de montage la date de livraison précise. Avec la quantité sont également indiqués le prix, la disponibilité et les délais de livraison. Après la commande, le client reçoit immédiatement une confirmation de commande. Il peut ensuite suivre le statut de sa commande jusqu'à la livraison.

Commander sans faire d'erreur

Quelle que soit l'option de commande choisie par le client, elles ont toutes le même objectif : passer des commandes plus rapidement, plus simplement, et sans erreurs. Comme la commande se fait directement par scanneur, sur le catalogue VBH ou sur des listes de commande électroniques, il n'est plus nécessaire de saisir les références des articles. Ainsi, il n'y a plus de fautes de frappe. Au niveau international aussi, la demande en possibilités de commandes électroniques connaît une forte croissance. Outre en Allemagne, le système de scan logos de VBH est également une réussite en Grande-Bretagne, en Estonie, en France, en Grèce, aux Pays-Bas, en Italie, au Luxembourg, en Autriche, en Pologne, en Suisse, en Espagne, en République tchèque, en Turquie et en Hongrie. Et bien entendu, il est toujours disponible dans la langue du pays. Tout récemment sont également parues les versions en croate, en slovène et en serbe.



Nouveau : système de recherche de lots, et impression personnelle des étiquettes

Environ 750 entreprises utilisent déjà une liaison électronique fixe pour les commandes passées chez VBH. Et les développeurs travaillent constamment pour fournir toujours plus d'améliorations. logos easyScan, le nouveau logiciel de commande, rend l'approvisionnement en matériel encore plus confortable. Les données scannées s'affichent immédiatement à l'écran de l'ordinateur, elles peuvent, si nécessaire, être modifiées, complétées et sauvegardées. Par ailleurs, les utilisateurs peuvent eux-mêmes établir des listes de code barre et imprimer des étiquettes directement à partir du système. « Une autre nouveauté : l'intégration de différents systèmes de recherche de lots de Roto, Siegenia-Aubi, Houta et Maco pour les portes parallèles coulissantes-basculantes et les portes-fenêtres coulissantes », explique

Simon Seibert. « Nos clients n'ont plus qu'à saisir la hauteur et la largeur de la porte, et le logiciel définit tous les articles nécessaires et adaptés ».

Actuellement, logos easyScan n'est certes disponible qu'en Allemagne et en Belgique, mais d'autres pays suivront bientôt. Nous sommes également en train de mettre au point un outil de configuration pour les panneaux de portes greenteQ. De plus, VBH propose toutes les interfaces nécessaires pour un raccord interne des systèmes de gestion des stocks spécifiques aux besoins des clients, et les maintient toujours au niveau technique actuel. Les systèmes de gestion des stocks permettent de traiter électroniquement non seulement les commandes, mais également les confirmations d'ordres, les avis de livraison et les factures. Ici aussi, Simon Seibert constate une hausse

des demandes. C'est pourquoi il est sûr que la part des commandes électroniques va continuer d'augmenter : « L'intérêt et la demande en solutions e-commerce sont importants car les systèmes sont pratiques, simples d'utilisation et sûrs. Nous avons commencé très tôt à développer des solutions adaptées aux besoins de nos clients, ce qui nous permet désormais d'utiliser cette avance en matière de savoir-faire pour élargir notre offre en y intégrant d'autres solutions confortables ».



« Beaucoup de chemins mènent à la cible ».

En tant que directeur marketing de VBH, Thomas Erhardt est lui aussi responsable de la mise en place internationale des différents accès clients électroniques. Il nous explique dans une interview quelles en sont les chances et les défis.

À votre avis, quels sont les avantages du e-commerce, Monsieur Erhardt ?

Le plus grand avantage d'une solution de e-commerce, c'est le gain de temps : la simplicité d'information offerte par un bon système permet à nos clients de vérifier à tout moment leurs commandes et délais de livraison, et de consulter des informations supplémentaires. Cela permet de gagner du temps pour tout le monde : pour le client, et pour nous. Du temps que notre personnel de vente et de distribution peut employer pour sa mission primaire, c'est à dire pour un conseil adapté et détaillé. C'est pourquoi nos clients profitent doublement du traitement électronique des commandes. Le point important, c'est que le système en ligne est aussi bon et fournit des informations aussi fiables qu'un conseiller personnel au téléphone. C'est pourquoi lors du développement de nouveaux systèmes, nous prenons le temps nécessaire pour pouvoir proposer à nos clients des solutions adaptées. Car nous estimons qu'une boutique en ligne est plus qu'une nouvelle possibilité de passer commande : c'est surtout une source d'information pour les clients. Ainsi, l'élément stratégique est la qualité des données proposées par un système de e-commerce. Si l'on connaît une référence fabricant, on peut passer commande partout. Cela devient plus difficile si l'on ne connaît que certaines caractéristiques du produit. Tout dépend alors des détails des descriptions des produits, et de leurs propriétés. C'est la seule manière de trouver l'article que l'on cherche. Et nous y accordons une grande importance.



Thomas Erhardt

Le système de scanner logos est déjà disponible dans de nombreux pays. Va-t-il y avoir des boutiques en ligne internationales dans les pays où est implanté VBH ?

Nous nous efforçons en permanence de déployer dans d'autres pays toutes les solutions de e-commerce qui réussissent, et nous adaptions bien sûr des versions de la boutique en ligne aux besoins de certains pays. Le logiciel est déjà disponible en Angleterre, en Russie, en Hongrie et en Pologne, et les préparatifs sont en cours pour la Belgique et le Kazakhstan. Toutefois, les besoins spécifiques de chaque pays diffèrent sensiblement entre eux, c'est pourquoi il n'est pas possible de reprendre exactement le même système. Ainsi, nous procédons par étape pour chaque pays, afin de toujours

avoir la solution optimale et conforme à la qualité VBH.

Comment évaluez-vous ces évolutions ? Toutes les commandes se feront-elles un jour par internet ?

À vrai dire, nous ne nous posons pas la question. Ce qui compte, c'est que beaucoup de chemins mènent à la cible. Nous devons toujours aller chercher nos clients là où ils se trouvent. Avec des solutions individuelles adaptées aux besoins de chaque client. C'est pourquoi VBH ne propose pas qu'une seule solution de commande mais plusieurs, que nous sommes toujours à l'écoute de nos clients, et que nous nous y adaptions. Mais le e-commerce est certainement un canal de distribution que l'on ne peut plus ignorer, tout comme les e-mails, le téléphone et le fax.

Fresand – Fenêtres, portes, vérandas

Équipés pour le mauvais temps

Qu'il y ait une tempête, de la pluie ou du soleil, sur la côte de la Mer baltique, au Nord du Mecklembourg-Poméranie-Occidentale, on prend le temps comme il vient. Ce sont les fenêtres, les portes et les façades de la société Fresant GmbH qui assurent le confort intérieur. La société, qui siège dans la petite ville de Reddelich, à proximité de Rostock, fait partie des grandes sociétés du Nord de l'Allemagne et fabrique, outre des portes et fenêtres en synthétique, bois et aluminium, également des éléments de protection anti-incendie et anti-fumée, ainsi que des vérandas – tout sous un même toit.

Quel est le point commun entre le grand hôtel de luxe 5 étoiles de Heiligendamm et la plus grande façade de fenêtres synthétiques du monde, haute de 17 étages, à Rostock ? Bien sûr : des fenêtres de Fresand. Qu'il s'agisse de fenêtres de style monument historique ou d'éléments en aluminium pour l'industrie, les façades et

les vitrines, de Hambourg à Rostock et Berlin, les clients misent sur la qualité et la prestation du fabricant de fenêtres et de portes. Avec son offre très complète, cette entreprise propose des solutions adaptées pour les agents immobiliers, les revendeurs et les particuliers. Elle compte parmi ses clients des syndicats de copropriétaires, des entreprises du bâtiment, des menuiseries, des négociants en éléments de construction, ainsi que des particuliers propriétaires.

Contrairement à la concurrence, Fresand propose un encadrement complet du projet, de la phase de conseil au montage, en passant par les mesures. Et ce, quelle que soit la taille du projet. « Du complexe d'immeubles aux tonnelles, nous faisons absolument tout, et offrons à chacun de nos clients un service adapté », explique Harald Frehse, propriétaire et fondateur de la société Fresand GmbH. Ainsi, la liste de références de la société comprend aussi bien un phare sur la côte baltique que des bâtiments d'habitation et des bureaux à Hambourg.

D'une côte à l'autre

Environ 70 000 unités en bois, bois-alu, aluminium et synthétique sont fabriquées chaque année. Il est possible de fabriquer jusqu'à 1 400 fenêtres en synthétique par semaine. Faisant 65 % de la production, elles représentent la part du lion. Les profilés proviennent de Schüco. Les régions concernées sont le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale jusqu'à Berlin, ainsi que Hambourg/le Schleswig-Holstein, où se trouve aujourd'hui le marché le plus important de Fresand. « Dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale, la plus grande partie des besoins d'assainissement sont aujourd'hui couverts », explique Harald Frehse. « Nous nous en sommes aperçus avant même le passage à l'an 2000. C'est pour cette raison que nous avons choisi de nous développer plus vers Hambourg ». Ainsi, une fois de plus, l'entrepreneur a fait preuve de bons sens. Comme en 1989, lorsqu'il fonda l'entreprise. À l'époque, Harald Frehse avait identifié l'importance des besoins en fenêtres modernes, et avait commencé





à les vendre et à les monter. Toutefois, les délais de livraison se prolongèrent vite, ce qui le mena à décider de faire la production soi-même. En 1992, il fonda une usine de fenêtres en synthétique à Steffenshagen, où des éléments en aluminium y sont également fabriqués depuis 1994. En 1997 s'y ajouta la production de fenêtres en bois, à Rostock. Aujourd'hui, le travail quotidien est assuré par 160 employés ainsi que ses deux fils, Stefan et Christian Frehse. 15 chefs de chantier encadrent les projets. Fresand réalise environ 3 000 objets de montage chaque année. « Nous disposons de partenaires de montage de longue date, mais en raison du grand nombre de projets, nous avons un besoin toujours grandissant ».

Des partenaires fiables

VBH est depuis le début partenaire de Fresand, et les bonnes relations se sont poursuivies au cours de cette véritable histoire de réussite. L'entreprise achète ses ferrures Winkhaus chez VBH, ainsi que la peinture pour bois, le matériel de montage et les banquettes de fenêtres. Le camion de VBH passe deux à trois fois par semaine, voire tous les jours si nécessaire. « Bien entendu, il est important que l'approvisionnement soit fiable », souligne Harald Frehse, « mais VBH n'est pas que négociant : c'est avant tout un partenaire à la pointe du progrès technique. Par exemple pour le nouveau système de traverses basses greenteQ, qui allie toutes les portes et

L'exposition la plus moderne du nord de l'Allemagne vient d'ouvrir.

tous les matériaux. Nous utilisons les conseils professionnels des experts VHB également pour la construction et le choix des outils, pour le marquage CE ou pour assurer un montage de fenêtres correct. Tout seul, nous ne pourrions pas faire face ». Outre la production en soi, Fresand propose à ses clients de nombreuses prestations, comme par exemple des documents d'information contenant de nombreux conseils de maintenance pour des fenêtres durables, et se charge de l'entretien régulier. C'est pourquoi Harald Frehse apprécie grandement l'engagement de VBH : « VBH sait à quel moment il faut aider les clients. Cela nous permet de mieux nous concentrer sur notre activité principale. Et lorsque cela coïncide, il y a toujours quelqu'un pour nous aider immédiatement ».

Ainsi, ce fabricant de fenêtres et de portes est bien équipé pour l'avenir. Au début de l'année, Fresand a inauguré à Glindede, à proximité de Hambourg, l'exposition de portes et de fenêtres la plus moderne du nord de l'Allemagne. Celle-ci a très bien été accueillie par les clients. Pour l'année à venir, une nouvelle série de portes, équipées de ferrures greenteQ, va être lancée. Harald Frehse s'est, au préalable, rendu sur le site de production au Portugal afin de se convaincre sur place de la qualité : « La qualité des produits proposés par VBH dans le domaine des ferrures de portes va de simple à très élevée, et le rapport qualité-prix est excellent. En outre, les ferrures de portes greenteQ offrent une grande variété de choix de couleurs et de styles. C'est pourquoi nous avons eu une impression très positive : personne ne peut en proposer autant ».



Nouvelle mousse hivernale pour pistolet greenteQ 1 composant polar XXL B2

Montage de fenêtre parfaitement réussi par un froid de canard

La nouvelle mousse hivernale pour pistolet greenteQ 1 composant polar XXL B2 permet de monter correctement portes et fenêtres jusqu'à une température ambiante et des sols de -18 °C. Ainsi, VBH complète son éventail de produits non seulement en Allemagne, mais également en Pologne, en Russie, en Sibérie, au Kazakhstan et dans les pays baltes.

VBH propose avec la mousse hivernale pour pistolet greenteQ 1 composant polar XXL B2 une mousse de montage à un composant, qui durcit même à l'humidité et qui garantit une grande vitesse de sortie même à faibles températures, ce qui la rend facile d'utilisation. Même dans les conditions les plus rudes, et jusqu'à -18 °C, cette mousse convient parfaitement pour remblayer et étancher les joints de raccord des fenêtres, les caisses de volets roulants ou les revêtements des portes extérieures, ainsi que pour traiter les petites fissures des murs et autres cavités.

Excellente isolation acoustique et thermique

Avec une isolation acoustique vérifiée, de maximum 63 dB, ainsi qu'un taux de conductivité thermique de 0,0374 W/mK, la mousse polaire greenteQ possède d'excellentes propriétés d'isolation acoustique et thermique. Elle adhère à tous les matériaux de construction courants, solides et sans poussières

ni matières grasses, à l'exception de la silicone, du polyéthylène, des huiles et des matières grasses. Durcie, elle se conserve à des températures entre -40 °C et +100 °C, et est élastique, ses alvéoles sont fermées, elle est résistante à la rouille et à l'humidité. Sa tenue au feu correspond à la classe E, conformément à la norme DIN EN 13501-1.

La mousse hivernale pour pistolet greenteQ 1 composant polar XXL B2 est fournie en bombe de 750 ml, de manière à convenir à tous les pistolets à dosage. Le fait qu'elle soit parfaitement adaptée aux pistolets à dosage greenteQ permet d'obtenir les meilleurs résultats. Le rendement va jusqu'à 65 litres, le matériel restant dans la bombe est réduit à un minimum. Le mélange d'agents moussants n'est pas nuisible pour la couche d'ozone et ne contient pas de gaz fluorés à effet de serre (sans HCFC et autres).

C'est surtout en Europe centrale et dans les régions orientales et nordiques que VBH propose, avec la mousse hivernale pour pistolet greenteQ 1 composant polar XXL B2, un élargissement de l'éventail des produits disponibles dans chacun des pays, afin d'obtenir des résultats optimaux, surtout étant donné le froid nordique qu'il y fait, au vrai sens du terme. La mousse polaire greenteQ est donc disponible aux sociétés étrangères non seulement en allemand et en anglais, mais également en russe et en polonais.



Interview avec : Jens Rothemund, Directeur de VBH à Pékin

« Nous lançons de nouvelles tendances en Chine »

Jens Rothemund travaille pour VBH depuis douze ans, et a ainsi appris comment fonctionne le commerce des ferrures de bâtiment. À la recherche de nouveaux défis et de marchés intéressants, il est passé directeur à Canton, en Chine, en 2009. De plus, il est responsable des activités de VBH à Pékin depuis le printemps 2011. Son travail : Créer de nouvelles tendances en Chine au moyen de ferrures de qualité.

Monsieur Rothemund, quels sont les thèmes principaux de VBH en Chine ?

En Chine, la priorité absolue est d'avoir une qualité maximale. Cela signifie que notre objectif premier est de commercialiser en Chine, avec nos partenaires, tous exclusivement allemands (Winkhaus, Dr. Hahn, Hautau, Sikkens, ainsi que notre marque greenteQ), des ferrures de haute qualité, afin de créer de nouvelles tendances et solutions, en particulier dans les domaines de l'isolation et de la protection thermique. En collaboration avec nos partenaires, nous nous engageons à fournir une qualité supérieure. En Chine, cette promesse est connue sous le nom de « Make the Difference ». Ce concept allie les standards allemands aux exigences les plus sévères pour le marché chinois.



Pourquoi misez-vous autant sur les produits allemands ? Est-ce vraiment ce dont le marché chinois a besoin ?

C'est justement si l'on considère les nouvelles lois chinoises en matière de coefficient de transmission de chaleur et les possibilités d'économie d'énergie que l'on s'aperçoit que le temps est venu pour la Chine de s'approvisionner en produits de qualité importés d'Allemagne. Pour pouvoir répondre aux exigences, ces systèmes s'imposent.

Seuls le développement technologique qui a eu lieu en continu pendant des décennies, ainsi que les processus de production les plus modernes de nos fournisseurs sont en mesure de garantir une qualité maximale et constante. De cette manière, nous créons avec nos produits un standard de qualité supérieure. De plus, VBH combine les connaissances et les possibilités s'appliquant à des systèmes de fenêtres complets, allant de la simple ferrure aux revêtements en bois, aux joints et aux accessoires de montage. Conformément à la devise VBH « Simplement tout. Tout simplement ». Et contrairement à nos confrères, nous sommes les seuls à proposer des solutions complètes en Chine, qui sont importées à 100 %.

Les clients chinois croient souvent qu'il est moins cher d'acheter chez un fabricant. En Europe, on considère cela comme une erreur. Comment jugez-vous cela pour VBH Pékin ?

Effectivement, nous avons souvent à faire à cette idée reçue. En général, les gens ne tiennent pas compte du fait que les achats de grandes quantités et l'internationalisation de VBH permettent d'obtenir un prix d'achat plus intéressant. De plus, en tant que négociant, VBH réunit un système complet, ce qui a pour avantage qu'un seul interlocuteur est nécessaire pour toutes les questions : que la demande concerne un devis, une livraison ou un conseil, chez nous, vous obtenez tout auprès de la même personne. Mais en Chine, nous n'agissons pas que comme simple négociant : nous complétons également les produits de nos fournisseurs par des produits de base de notre marque greenteQ. Notre propre centre de test et de technologie nous permet de développer en permanence nos produits greenteQ et de créer, ici aussi, de nouvelles tendances. Ce n'est pas sans raison que presque tous les produits sont certifiés EN et sont soumis à un contrôle permanent. En Chine aussi, cela est bien vu.



VBH au salon fenestration 2011

La qualité s'impose, même en Chine

« Make the difference », telle est la devise de l'initiative marketing commune de Hautau, Dr. Hahn, Sikkens, Winkhaus et de la marque greenteQ de VBH. L'objectif est de faire avancer le commerce chinois des produits de haute qualité. Les facteurs prometteurs sont la qualité supérieure et la capacité d'innovation des fabricants de renom, associé au savoir-faire de VBH en matière de distribution.

L'initiative marketing a été inaugurée en Chine dès 2010 lors du salon Fenestration qui s'est tenu à Pékin. La deuxième présence sur un salon a eu lieu début novembre. 410 exposants, et env. 45 000 visiteurs se sont rendus au salon, dont plus de 90 % étaient chinois. Ainsi, en comparaison avec l'année précédente, le nombre de visiteurs a considérablement augmenté. Winkhaus et Hautau ont présenté un impressionnant éventail de produits destinés au marché chinois, toujours entourés de visiteurs professionnels très intéressés. Le Dr. Hahn a présenté d'élégantes ferrures de portes et Sikkens, qui connaît déjà un certain succès sur le marché chinois, a fait des démonstrations de technique des surfaces pour diverses applications.

VBH a profité de ce salon pour présenter une vue d'ensemble des produits greenteQ. Le produit phare était le greenteQ Vario 3 Band, dont la présentation, qui consistait en un montage de fenêtre, a également attiré grand nombre de curieux.

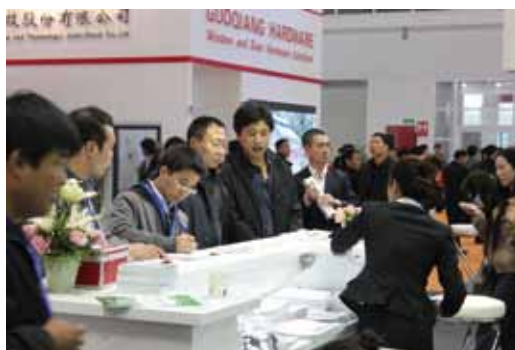
La conjoncture chinoise en légère surchauffe

Actuellement, l'environnement économique chinois est marqué par deux tendances différentes. D'une part, la croissance qui dure depuis plusieurs années est en train de ralentir suite aux incertitudes dues à l'économie mondiale et aux marchés financiers, ainsi qu'à la croissance jusque-là presque trop rapide du marché national du bâtiment. Par endroits, la conjoncture est en surchauffe, et certains acheteurs immobiliers ont surestimés leurs possibilités. C'est pourquoi le gouvernement chinois a, en avril 2010, pris des mesures visant à réduire les prix de l'immobilier. Ces mesures comptent une hausse des versements anticipés, une limitation du nombre de logements possédés par personne, la mise en place d'une taxe immobilière, et



Un fabricant de fenêtres en plein Pékin, en-dessous un véhicule de livraison. Et pourtant c'est trompeur : La Chine n'est pas moyenâgeuse : elle est à la fois traditionnelle et ultra-moderne.

Impressions du salon





L'équipe de VBH Pékin et les représentants de chacune des marques, qui représentent ensemble l'initiative marketing « Make the difference », se rassemblent pour une photo de groupe sur le stand de l'exposition.

la construction d'habitations sociales. Selon toute vraisemblance, le gouvernement central devra néanmoins assouplir ces mesures, car la baisse des prix risquerait de nuire à la croissance économique. Selon un rapport de l'université Renmin de Pékin, en raison de la politique de sévérité du gouvernement central, les prix, les achats et les investissements immobiliers vont connaître une baisse lors du premier trimestre de l'année prochaine. Les données actuelles indiquent que dès octobre, la moitié des grandes villes enregistrerait une baisse des prix des constructions neuves, et surtout dans les quatre métropoles de Pékin, Shanghai, Canton et Shenzhen. C'est pourquoi ce rapport prévoit un changement de direction pour le troisième trimestre 2012. Les limitations de crédit imposées au marché de l'immobilier

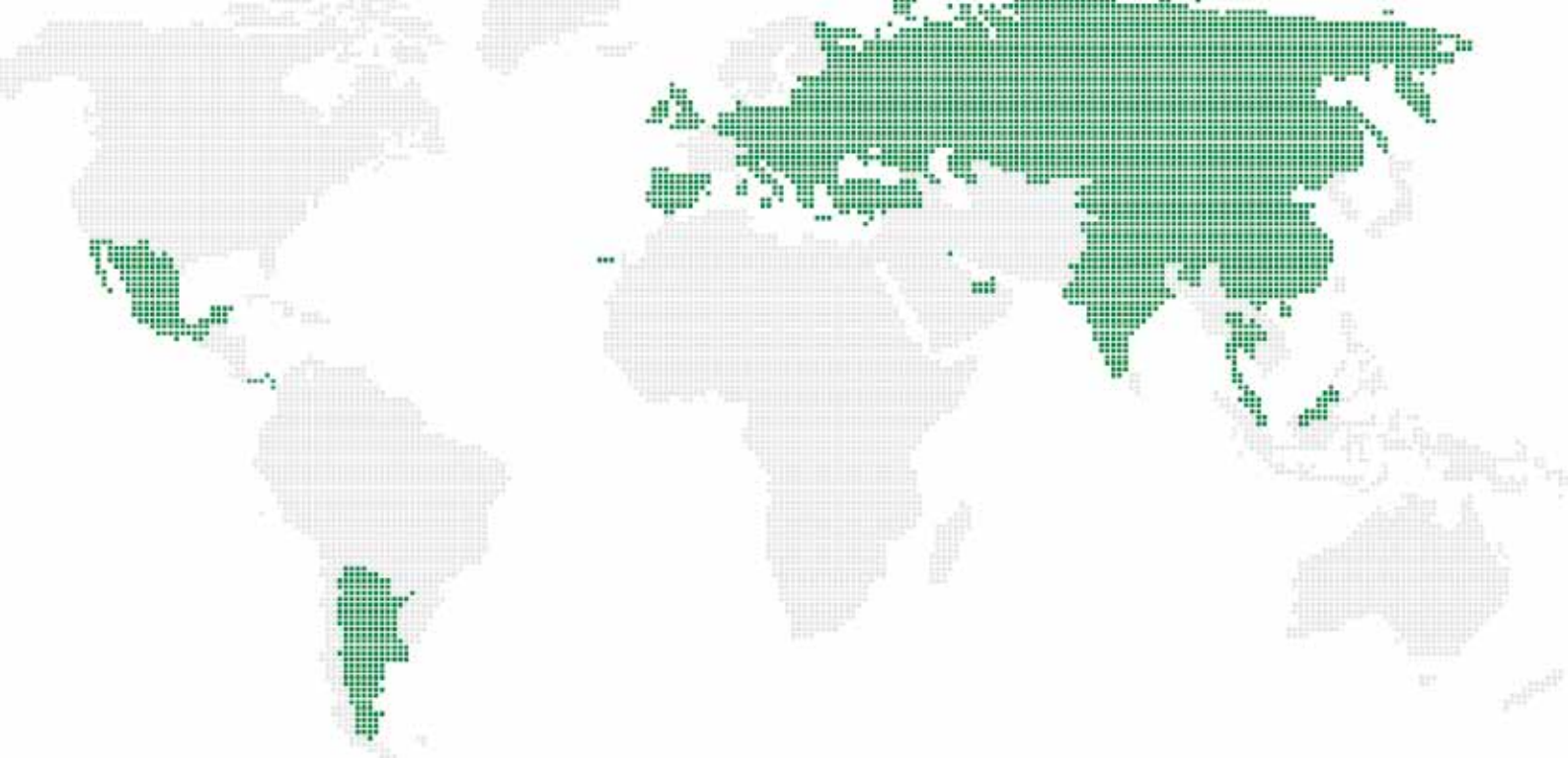
devraient alors retomber. Ces exemples illustrent bien les défis auxquels doivent s'attendre les entreprises européennes s'implantant en Chine.

La qualité arrive

Mais il existe également une tendance tout à fait différente : la demande en produits de qualité supérieure. Car en Chine aussi, le bruit court que « bon marché » peut vite devenir très cher et que la capacité d'innovation européenne (et en particulier allemande), associée à la longue durée de vie des produits, est tout à fait judicieuse. Ainsi, la tendance générale se dirige précisément là où VBH et ses partenaires industriels se sont positionnés. Le défi consiste à faire accepter aux clients chinois le supplément de prix pour les différences de qualité. Toutefois, la réussite que connaît l'industrie

automobile en Chine prouve bien que les Chinois ont déjà compris le rapport entre un prix élevé et une qualité supérieure. Le bilan commun que font Jens Rothmund, directeur de VBH Pékin, et Markus Röser, directeur du Category Management depuis des années, et désormais également directeur de la zone Asie-Pacifique, ainsi que les membres de Make the Difference, est donc positif : ils ont tous vu la présence de VBH sur le salon comme un point positif.





VBH en Allemagne
www.vbh.de
www.esco-online.de

VBH en Argentine
www.vbh-holding.com

VBH en Belgique
www.vbh.be

VBH en Bosnie-
Herzégovine
www.vbh.ba

VBH en Bulgarie
www.vbh.bg

VBH en Chine
www.vbh.com.cn

VBH en Estonie
www.vbh.ee

VBH en Grèce
www.vbh.com.gr

VBH en Grande-Bretagne
www.vbhgb.com

VBH en Inde
www.vbh.in

VBH en Irlande
www.vbh.ie

VBH en Italie
www.vbh.it
www.cdagroup.com

VBH au Kazakhstan
www.vbh.kz

VBH au Kosovo
www.vbh-kosovo.de

VBH en Croatie
www.vbh.hr

VBH au Koweït
www.vbh.com.kw

VBH en Lettonie
www.vbh.lv

VBH en Lituanie
www.vbh.lt

VBH en Malaisie
www.vbh.com.my

VBH au Mexique
www.vbh.com.mx

VBH au Monténégro
www.vbh.co.me

VBH aux Pays-Bas
www.vbh-nl.com

VBH en Autriche
www.evg.at

VBH en Pologne
www.vbh.pl
www.esco.com.pl

VBH au Portugal
www.vbh.com.es

VBH en Roumanie
www.vbh.ro

VBH en Russie
www.vbh.ru

VBH en Serbie
www.vbh.rs

VBH à Singapour
www.vbh.com.sg

VBH en Slovaquie
www.vbhslovakia.sk

VBH en Slovénie
www.vbhtrgovina.si

VBH en Espagne
www.vbh.com.es

VBH en Thaïlande
www.vbh.co.th

VBH en République tchèque
www.vbh.cz

VBH en Turquie
www.vbh.com.tr

VBH en Ukraine
www.vbh.ua

VBH en Hongrie
www.vbh.hu

VBH au Vietnam
www.vbh-vn.com

VBH aux EAU
www.vbhme.com

VBH en Biélorussie
www.vbh.by

VBH à Chypre
www.vbh.com.cy



Simplement tout.

Tout simplement.