

lundi, 28 septembre 2009 07:40



L'esthétisme n'est pas incompatible avec la norme. Dans le domaine des panneaux de signalisation verticale, marché de 380 millions d'euros, il a fait son apparition dans les critères de choix et a incité l'entreprise Lacroix, nouveau leader du secteur, à moderniser ses gammes.

En zone urbaine, difficile de ne pas tomber sur un panneau. Ils foisonnent autour de nous : les panneaux de police (stop, interdiction de stationner, limitation de vitesse...), les directionnels (lieux, administrations, balisage touristique...), la signalétique (rues, commerces...), sans oublier les « temporaires » occasionnés par les chantiers. En moyenne, on estime à 28 le nombre de panneaux par kilomètre en ville, rien que pour la signalisation dite de police ! Le marché pèse d'ailleurs environ 380 millions d'euros. Des produits strictement encadrés par la réglementation, voire « super normés » (taille, type, gabarit...). Ce qui pourrait expliquer, dans certaines consultations, l'omnipotence du critère prix, comme à La Garde, où la commune a choisi de lui attribuer 60%, flanqué d'un 20% pour l'éventuelle remise par rapport au prix public. D'autres acheteurs mettent un point d'honneur à privilégier la qualité technique : la robustesse et la résistance aux chocs - car les panneaux sont parfois martyrisés par des citoyens peu scrupuleux - et la tenue dans le temps. Il faut avouer que si leur remplacement est recommandé tous les dix ou douze ans, les panneaux restent plutôt en place une vingtaine d'année. Selon Landry Chiron, responsable marketing chez Lacroix Signalisation, les mœurs sont en train d'évoluer. Les départements, les établissements intercommunaux et les communes, qui forment le gros du bataillon des acheteurs de signalisation, prennent en compte progressivement l'esthétisme des objets, leur ergonomie, ainsi que leur manipulation, autrement dit leur facilité de pose et de dépose.

Un sous-critère dans le meilleur des cas



« Nous constatons ce changement depuis trois ans. La tendance est vraiment là. Dans les cœurs de ville, le panneau devient un élément à part entière du mobilier urbain », assure le responsable marketing de l'entreprise nantaise. Néanmoins, l'inclination reste difficile à mesurer car le critère design n'apparaît pas forcément en première ligne. Il demeure dans le meilleur des cas un sous-critère. La « compatibilité et esthétique des matériels » était l'un des 6 sous-critères de la valeur technique du lot « « signalisation directionnelle » d'un marché passé à l'automne 2008 par Salon-de-Provence. On le retrouve aussi au détour des cahiers des charges. Au printemps dernier, on pouvait lire dans le CCTP de la communauté d'agglomération du pays carcassonnais qu'une « attention toute particulière » serait « apportée sur l'esthétique et la

fonctionnalité des panneaux, accessoires et mobiliers urbains. » Du coup, Lacroix Signalisation, nouveau leader du secteur de la signalisation verticale avec 25% des parts du marché devant l'enseigne historique Girod, n'a pas lésiné et a dépensé plus de 4 millions d'euros pour moderniser ses gammes. L'investissement comme réponse à un marché « chahuté ». « Nous réalisons la moitié du CA sur des produits qui ont moins de 5 ans », précise, non sans fierté, Pascal Rouchet, président de l'entreprise installée à Saint-Herblain (40 000 références produits). En raison de la récession, les donneurs d'ordre publics ont joué la prudence. Et les challengers locaux mettent la pression sur les prix. Lacroix, après avoir relooké sa ligne panneaux de police (Lx3) en 2008, est passée à sa petite sœur, la signalisation directionnelle, en travaillant particulièrement la finition.

Essor du développement durable

En attente de certification, présentée officiellement lors du prochain Salon des maires en novembre, la Dx3 est conçue dans un profilé aluminium cintré avec une tôle prise en feuillure et sertie, un profil d'entourage en alu comprenant le rail de fixation intégré, et proposée avec plusieurs options permettant la personnalisation : jonc de couleur, laquage, dos fermé pour obtenir un caisson. Autre élément amené à prendre de l'importance dans le choix du fournisseur : le développement durable. Dans la Marne, le conseil général a intégré, dans la valeur technique de

l'offre (60%), outre la qualité des produits, « la démarche environnementale du candidat ». En janvier, la ville d'Orléans a affiché sa volonté avec un 30% accordé à la « qualité environnementale des produits utilisés », soit le même poids que celui accordé à la valeur technique. Lacroix l'a bien compris et se prépare d'ores et déjà aux éventuelles demandes de « bilan carbone ». Les modes de fabrication de la nouvelle gamme ont notamment permis de supprimer le passage des panneaux dans des bains chimiques. La société utilise le thermo laquage et applique désormais pour la majeure partie de sa production de la peinture en poudre époxy sans solvants. Mais le développement durable ne se limite pas à l'éco-conception, au recyclage de l'aluminium ou au traitement des déchets, explique en substance Pascal Rouchet : l'un de ses clients, la Loire-Atlantique, lui a demandé de confier, dans les clauses d'exécution du marché, un nombre d'heures de travail à des populations déconnectées du monde du travail.

Jean-Marc Binot © achatpublic.info
