



1

SOKOOL

L'ABRI SANS RAIL POUR LES PARTICULIERS

Deux ans après son rapprochement avec le groupe NextPool, Sokool affirme ses ambitions sur le marché de l'abri de piscine. Thierry Derruaz dresse pour nous le bilan de ces deux années de développement et détaille les perspectives d'évolution pour ce spécialiste de l'abri télescopique sans rail.

Propos recueillis par Benoît Viallon

LAP : EN 2016, SOKOOL REJOIGNAIT NEXTPOOL POUR DONNER NAISSANCE AU GROUPE O2. QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR LES ANNÉES QUI ONT SUIVI LE RAPPROCHEMENT ENTRE CES DEUX ENTITÉS ?

Thierry Derruaz : 2016 a marqué un tournant stratégique, tant pour Sokool que pour NextPool. Par ce rapprochement, les deux entités font cohabiter deux approches fondamentalement différentes : le BtoB et le BtoC. Cela implique des savoir-faire et stratégies particuliers, d'où l'émergence d'un groupe laissant entrevoir la spécificité des deux marques : O2 NextPool-Sokool.

Les équipes NextPool ont porté un regard neuf sur notre manière de fonctionner et identifié des leviers d'amélioration. Le premier d'entre eux a été le passage de deux à une seule usine afin d'optimiser les processus autant

que les coûts de fabrication. Sokool concentre désormais sa production en une seule entité, à Cénac-et-Saint-Julien en Dordogne(24). Le choix de ce site, au détriment de Vourles, a été motivé par le besoin d'agrandir les locaux. Seul Cénac offrait cette possibilité. Malgré les difficultés inhérentes à un changement d'une telle ampleur, la saison 2017 a permis de valider les choix stratégiques que nous avons pris : en 2016, chacune de deux usines a produit entre 400 et 450 abris. En 2017, c'est-à-dire au cœur de la transition, le site de Cénac a vu 920 abris sortir de nos ateliers.

MALGRÉ SON APPARTENANCE AU GROUPE, SOKOOL CONSERVE DONC UNE CERTAINE AUTONOMIE ?

NextPool prône un fonctionnement plus fédérateur qu'intégrateur. Le rapprochement avec Sokool s'inscrit parfaitement dans cette logique. Contrairement aux autres marques

de NextPool, notre positionnement stratégique est depuis toujours la vente d'abris aux particuliers. Cette différence majeure n'a pas été remise en question par notre intégration au groupe O2. En revanche, nous accédons désormais à une force de frappe collective nouvelle : les équipes commerciales NextPool peuvent mettre en avant l'offre d'abris Sokool. Cet effet de synergie est bénéfique pour les trois parties : la visibilité de Sokool est améliorée tandis que le catalogue NextPool est judicieusement complété. Quant au piscinier client NextPool, il accède à panel de solutions élargi.

LE PISCINIER RESTE ET RESTERA UN APPOORTEUR D'AFFAIRES POUR SOKOOL ?

Effectivement : nos revendeurs professionnels ont ainsi l'opportunité de s'appuyer sur l'offre Sokool pour proposer un panel de solutions élargi. L'origine de notre chiffre d'affaires est

SOKOOL EN QUELQUES CHIFFRES



12 millions
de C.A. en 2017



920 abris
produits en 2017



65 employés



15 %
d'objectif de
croissance



12 équipes
de pose

« L'installation d'un abri de piscine a pu être un choix subi par le passé. Mais aujourd'hui, le rapport s'est inversé : l'abri est de plus en plus souvent le facteur déclencheur d'un projet piscine »

aujourd'hui segmentée en trois créneaux relativement égaux : un tiers du C.A. provient des apporteurs d'affaires, un tiers de contacts directs et un tiers est réalisé sur les salons ou les foires. Vue l'émergence grandissante du numérique, un basculement va certainement s'opérer de cette dernière catégorie au profit des contacts direct. Ceux-ci s'opèrent sur notre site internet ou bien dans l'un de nos 12 showrooms répartis en France.

À la différence des foires, le piscinier dispose de nombreux arguments pour ne pas être cannibalisé par la vente en ligne, au premier rang desquels le conseil qu'il est en mesure de fournir au particulier. C'est la raison pour laquelle Sokool met à disposition de ses revendeurs professionnels des outils lui permettant de valoriser à la fois nos produits et son expertise. Aux incontournables totems magasins, plaquettes et affiches, nous leur proposons des supports visuels numériques et des abris d'exposition quand la configuration de leur point de vente le permet.

C'EST D'AUTANT PLUS JUSTIFIÉ QUE LA SPÉCIFICITÉ DES ABRIS SOKOOL NÉCESSITE D'ÊTRE MONTRÉE OU DU MOINS EXPLICITÉE...

Depuis plus de quinze ans en effet, la force de nos abris réside dans ce qui ne se voit pas ! Toutes nos gammes s'articulent autour d'un principe unique : la télescopie sans rails au sol. Avec ce parti pris, l'objectif pour Sokool est de proposer des abris s'intégrant aisément, tant visuellement que techniquement. Pour que cela puisse se faire sans impacter l'ergonomie et la facilité d'utilisation, chaque module de l'abri est monté sur des roulettes en téflon qui permettent de compenser, dans une certaine mesure, les irrégularités de la plage. Surtout, nous avons développé un système d'autoguidage ingénieux. Alors



« Offrir du sur-mesure au prix du standard : bien plus qu'un défi, c'est notre stratégie. Ce haut degré de personnalisation est un moyen de différenciation. »



que les dispositifs classiques s'appuient sur un guidage latéral, double ou unique, nous avons mis au point un procédé central, positionné au niveau du faîtage de chacun des modules. Avec un guidage unique positionné à l'aplomb de l'abri, le risque de voir les modules dévier de leur trajectoire idoine est sensiblement limité. Dès lors, une personne seule peut manipuler la structure sans difficulté aucune. Autre avantage : notre dispositif d'autoguidage sans rail nous permet d'adapter la télescopie aux besoins du client en optant soit pour un déploiement classique (le module le plus haut restant fixe), soit pour un coulissement inversé.

CE DEGRÉ DE PERSONNALISATION C'EST AUSSI UNE MARQUE DE FABRIQUE DE SOKOOL ?

Nous avons depuis toujours proposé des solutions sur mesure pour offrir un abri qui soit en adéquation parfaite avec les attentes de l'utilisateur comme avec les contraintes d'intégration. La télescopie classique ou inversée en est un exemple. Mais plus largement, Sokool offre un très large choix, tant dans les couleurs que dans les dimensions. Cela

s'explique par notre expertise dans la menuiserie aluminium. Nous avons développé différents types de profils pour couvrir différentes largeurs de piscine. Concrètement : plus la largeur est importante, plus la section d'arceau du profilé aluminium sera conséquente. L'attention que nous portons à l'intégration de l'abri se manifeste également par les motorisations que nous proposons. Toutes sont alimentées par l'énergie solaire. Outre l'aspect écologique et économique, l'intérêt du dispositif réside dans sa rapidité d'installation puisque aucun raccordement électrique n'est requis. Quant à l'implantation de la motorisation, elle peut s'envisager à l'extérieur ou bien à l'intérieur de l'abri, de manière plus longiligne et discrète, au niveau d'une traverse basse. La motorisation peut indifféremment porter sur le module le plus bas ou le plus haut : tout est possible.

COMMENT JUGEZ-VOUS LE MARCHÉ DE L'ABRI EN FRANCE AUJOURD'HUI ?

Jusqu'à présent, nous considérons que les débouchés pour le neuf et pour la

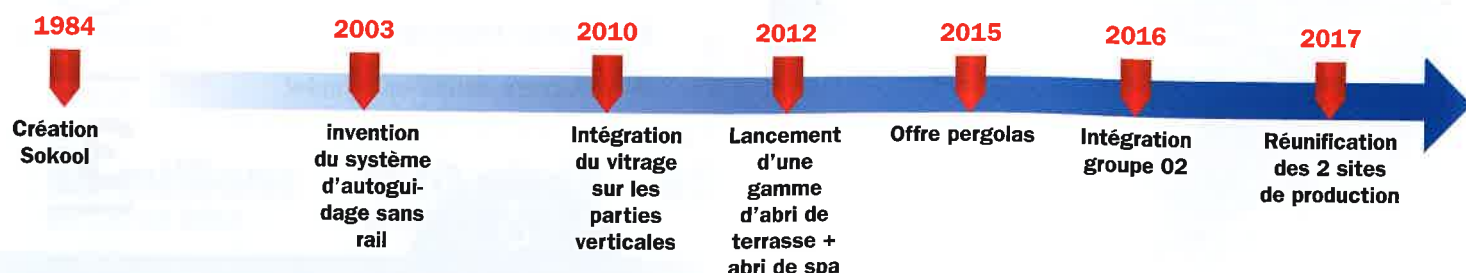
renovation se partageaient équitablement le marché de l'abri de piscine en France. La tendance actuelle marque cependant une très nette inflexion en faveur de la construction : aujourd'hui, notre production est installée à 70 % sur des piscines neuves.

Plusieurs raisons à cela. Tout d'abord, c'est statistique : le nombre de piscines existantes pas encore dotées d'un système de sécurité et dont les propriétaires sont susceptibles d'être intéressés par un abri est limité. D'année en année, à mesure que le taux d'équipement augmente, le vivier de bassins restant s'amenuise.

Second élément d'explication : alors que la loi de 2003 l'avait érigée en thématique, voire en problématique centrale d'un projet piscine, la sécurité n'est plus au centre des débats. Non pas qu'elle soit négligée, mais étant donné que la présence d'un dispositif est devenue immuable, elle nécessite d'autres arguments d'arbitrages. En cela, l'abri constitue une solution plus globale : c'est un équipement qui permet d'utiliser plus souvent et plus longtemps sa piscine. Une eau plus propre, plus chaude : en plus de la sécurité, cette combinaison constitue aux yeux des propriétaires la garantie de rentabiliser leur investissement plaisir. Cela explique l'engouement pour les abris bas et semi-hauts qui offrent la possibilité de profiter de sa piscine sans enlever l'abri. Mais cet argument est surtout valable pour les porteurs de projets, beaucoup moins pour ceux qui sont déjà propriétaires.

POURTANT, LE PARC EXISTANT OFFRE TOUJOURS DE BELLES OPPORTUNITÉS...

Si nous touchons de moins en moins de piscines à équiper, le chiffre d'affaires de Sokool progresse en revanche fortement



sur le parc d'abris existant. Il s'agit alors plus de renouvellement que de rénovation.

Cette tendance au renouvellement s'explique par le fait qu'une part non négligeable du parc d'abris a aujourd'hui une dizaine d'années. Les propriétaires ont désormais la possibilité de faire évoluer leur abri vers quelque chose de plus ergonomique. C'est ainsi que nous sommes fréquemment sollicités pour l'installation d'une motorisation, ce qui n'est pas étonnant sachant que 70 % de nos abris neufs sont livrés dans leur version manuelle. Cette montée en gamme peut également être l'occasion de s'orienter vers une structure d'abri plus haute, et donc plus confortable.

Un autre facteur conjoncturel explique également cette part grandissante du renouvellement dans notre activité : les phénomènes climatiques extrêmes. Les épisodes venteux violents ou les précipitations exceptionnelles (de neige ou de grêle) peuvent occasionner des dégâts considérables sur des équipements dont la qualité ou le verrouillage peuvent être sujets à caution. Dans ce cas, étant donné l'importance que revêt cet équipement de sécurité, les compagnies d'assurances sont enclines à changer la totalité de l'abri. La fiabilité des abris Sokool joue alors en notre faveur : alors que la norme impose un niveau de résistance de 45 kg au m², nos structures sont conçues pour supporter une charge de 65 à 85 kg au m². Au final, la recrudescence des aléas climatiques de forte intensité draine 20 % de nos clients annuels.

QUELLES SONT LES AMBITIONS DE SOKOOL POUR LES SAISONS À VENIR ?

La saison 2018 peine à démarrer : à cause des intempéries, nombre d'abris que nous avons fabriqués ne sont pas encore livrés car les chantiers n'ont pas suffisamment avancé. Malgré tout, notre carnet de commandes nous incite à un optimisme raisonnable. Nous visons pour cette année une croissance de 15 %, et plus largement, un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros en 2020, contre 12 millions réalisés en 2017. Cela implique évidemment une capacité de production accrue, l'objectif étant de fabriquer 1 300 à 1 500 pièces par an, contre un peu plus de 900 actuellement.

Notre développement se traduit également par un renouvellement de nos gammes. Nous mettons en particulier l'accent sur le design de la gamme basse angulaire. Avec l'avènement des configurations petits bassins/petits terrains, l'intégration visuelle est devenue primordiale. Nous faisons donc évoluer nos abris vers une géométrie plus fluide, plus discrète.

Dernier axe de développement enfin : notre présence à l'export. Sokool est déjà implantée en Suisse, avec une société propre, et en Belgique par l'intermédiaire d'un importateur. Depuis 2017, nous sommes également présents en Allemagne et en Angleterre grâce à un partenariat noué avec SCP Europe, acteur historique sur ces marchés. Cette expérience est allée au-delà de nos attentes respectives pour ces deux pays : la télescopie sans rail, technologie nouvelle, y est fortement appréciée.

1. Thierry Derruaz, directeur commercial Sokool
2. Abri extra bas Kandis
3. Abri mi-haut Cassiopée