

n°43

Novembre/Décembre 2012

Bimestriel 15 €

Le magazine

# Béton[s]

www.acpresse.fr

EN COUVERTURE

## Chapes et sols décoratifs

Page 28



Acteurs

Romain Ricciotti  
l'ingénierie béton

20



Technique & Architecture

Le laboratoire  
de l'Ifstar

36



En région...

Focus sur  
l'Île-de-France – Nord

45



Christophe Nicolas et Claire Lagrange, frère et sœur, à la tête des Clôtures Nicolas.

## Clôtures Nicolas Une belle histoire de famille

Clôtures Nicolas, leader du secteur de la clôture en béton en France, fête, cette année, ses 40 ans. Rencontre avec Claire Lagrange, directrice générale, qui a repris le flambeau de ses parents en compagnie de son frère, Christophe Nicolas, président de l'entreprise.

**Béton[s] le Magazine :** *Pouvez-vous nous résumer en quelques mots ces quarante années de clôtures béton ?*

**Claire Lagrange :** Clôtures Nicolas a été créée, il y a quarante ans, par mes parents qui sont partis de rien. Pour la petite histoire, ils ont commencé par arracher les pommes de terre qu'il y avait sur le terrain où l'usine est encore située aujourd'hui. Au départ, ils fabriquaient tout type de produits en béton, sur un marché régional, la société étant installée à Rosoy-en-Multien, dans l'Oise. En 1997, nous avons repris l'entreprise avec mon frère Christophe. Je m'occupe de la partie administrative, il est responsable de la partie production et développement. Mais toutes nos décisions stratégiques sont communes. C'est ensemble que nous avons décidé de nous recentrer uniquement sur la clôture pour en devenir le leader national. Notre volonté était de faire oublier le côté triste de la clôture béton.

**BLM :** *Vous avez toujours voulu reprendre l'entreprise ?*

**C. L. :** Mon frère a toujours eu pour ambition de succéder à mes parents, il a fait des études d'ingénieur dans ce sens. Moi, j'ai voulu prendre une autre voie en choisissant le commerce. Mais j'ai rapidement rejoint mon frère dans son projet. Notre volonté était de garder l'entreprise dans la famille, mais aussi de garder son ambiance... familiale. Au cours des années 2000, nous avons eu une croissance à deux chiffres chaque année, mais nos salariés sont restés très proches et très importants pour nous. Nous formons une équipe. La plupart d'entre eux habitent à moins de 20 km de l'usine. Certains sont là depuis 40 ans, ils ont commencé avec mes parents. Et puis, nous essayons de mettre en place un management participatif : nous les consultons et nous leur donnons des missions, en les laissant libres dans leur façon de remplir leurs objectifs. Cela les responsabilise et leur donne le sentiment de réellement participer à la société. En plus, d'un point de vue technique, ce sont eux les mieux placés pour savoir ce qu'il faut améliorer. Mes parents étaient plus directifs, du

coup au début, ils se sont un peu demandés pourquoi nous leur demandions conseil ou pourquoi nous leur expliquions nos investissements. Désormais, ils sont le cœur de notre management.

**BLM :** *Votre usine est toujours celle construite par vos parents...*

**C. L. :** Oui. L'usine construite par mes parents est toujours en fonctionnement. Même si nous avons changé les machines, le hangar est le même. Nous avons juste traversé la route pour ouvrir une 2<sup>e</sup> usine. Cela fait aussi partie de notre proximité avec nos ouvriers. Être ancré à un endroit, cela rassure. Au début de la récente crise, nous avons fait une petite réunion pour expliquer la situation de l'entreprise et nous nous sommes rendu compte que les ouvriers n'avaient aucune crainte. Ils ont bien compris que c'est notre patrimoine familial et que cela a beaucoup d'importance pour nous. Notre vie est construite autour.

**BLM :** *Mais quand on est leader national, on ne cherche pas à s'étendre à l'étranger ?*

**C. L. :** On commence à exporter en Europe. En Allemagne surtout et un peu au Benelux, en Suisse et en Suède. Il y a de gros marchés en Europe de l'Est et dans les Balkans. Mais doubler en un an le chiffre d'affaires, sans pouvoir suivre derrière, ne nous intéresse pas. Nous allons faire comme toujours : à notre rythme. L'export, c'est un peu l'effet "boule de neige" : nous travaillons pour un client, il en parle à un autre et ainsi de suite. Ces clients veulent du haut de gamme "made in France", ça tombe bien, c'est exactement ce que nous faisons avec le Modula, un panneau en Béfup, imprimé sur les deux faces. De toutes les façons, lorsqu'en 2011, nous avons ouvert la 2<sup>e</sup> usine pour ce module, nous avons prévu trois fois plus que nos besoins en capacité de production. Nous avons donc encore une marge de progression.

Propos recueillis par Yann Butillon