

NMC qui roule amasse la mousse...

Onze usines, dix-neuf filiales, une joint venture en Asie, mille deux cents travailleurs et des produits distribués dans une centaine de pays, la société NMC à Eynatten, près d'Eupen, est aussi discrète qu'omniprésente. Une double caractéristique, a priori antinomique, mais qui s'explique à la fois par l'efficacité, le dynamisme et la discrétion toute pragmatiques propres aux habitants de ces confins de la Belgique, mais aussi par le fait que NMC est ni plus ni moins que le leader mondial des mousses synthétiques.

Le chemin pour arriver au sommet ne semble pas avoir été trop ardu. Gert Noël fonde sa société de mousses synthétiques, Noël Marquet Cy, en 1950 à Eynatten. L'entreprise, dont les initiales sont à l'origine du nom actuel, grandira par l'innovation et par croissance géographique interne et externe. Les années 2000 accentuent cette montée en puissance: rachat de Cellfoam en Finlande en 2006, création de NMC Poland en 2007, de NMC Suède et Norvège en 2008, de NMC Roumanie en 2009, acquisitions de certaines activités de la société belge Isomo en 2012 et rachat de Sunquist Components en Suède l'an dernier. En Russie (5% du chiffre d'affaires), l'essor de la classe moyenne dope également la demande en produits de décoration de sorte que NMC y a franchi d'un saut le Rubicon et la Volga en 2004. Il exportait déjà en Russie depuis les années 90, mais y dispose depuis 10 ans d'une usine d'une centaine de travailleurs et de 4 lignes d'extrusion servant de base à la production pour le marché de l'ex-Ceï.

Aujourd'hui, l'actionariat de NMC se partage entre la famille Noël (majoritaire), Ackermans & van Haaren (30%) et le management.

Dernier développement en date, un beau pas de samba vers le Brésil avec l'ouverture d'une nouvelle filiale, NMC Deco Industria, en octobre dernier dans la région de Sao Paolo. Nmc y a lancé, en partenariat avec son importateur local de longue date, une ligne d'extrusion pour les applications de décoration intérieure dans un bâtiment de 3.000 m². Il s'agit d'un investissement de plus de 2 millions d'euros qui permettra au groupe de profiter du potentiel de croissance des marchés d'Amérique latine et d'être plus près de ses clients locaux. Dans un premier temps, l'usine emploie 10 personnes qui devraient passer à 15 cette année.

MARCHÉS ET SEGMENTS

Pour des raisons historiques assez logiques, c'est en Belgique que NMC est le mieux implanté avec une part de marché de 75 à 80%. Mais, les marchés belges et européens ayant atteint leur maturité, il convient d'élargir ses horizons, au sens propre comme au sens figuré. D'où le Brésil et le développement constant de nouveaux produits. La R&D s'adapte ainsi 3% du chiffre d'affaires (qui s'est élevé à 195 millions en 2012), emploie 35 personnes et collabore avec des universités et centres de recherche. Il en résulte quelque 100 «nouveaux» produits par an et un bel éventail de brevets.

La gamme des produits et segments de marchés de NMC est à l'image de la polyvalence des applications des mousses synthétiques. C'est-à-dire, plutôt panoramique. Pour structurer les choses, 4 grands domaines sont recensés: l'emballage, les sports et loisirs, l'industrie et la construction & génie civil.

Emballage: profilés d'emballage (Nomatec®) en mousse pour l'industrie automobile, le secteur des sanitaires, les fabricants de meubles, d'articles de sport, de tuyaux, de fenêtres, d'appareils ménagers,... Exemple: les mousses de protection des voitures (Audi notamment) pendant leur transport.

Sports et loisirs: il s'agit ici des mousses techniques Nomatec® et Comfy® qui interviennent dans l'aide à la flottaison, les inserts pour casques et renforts d'épaules, les équipements pour jardins, campings, terrains de sports,... Exemple: les fameux «boudins» ou «frites» multicolores utilisés dans les piscines auxquels s'accrochent les enfants ou les adeptes de l'aquagym. Imagine-t-on que quelque 2,5 millions de ces «boudins» sortent des lignes de l'usine d'Eynatten tous les ans?

Industrie: profilés et composants pour l'isolation, l'acoustique, l'industrie pétrolière et navale,...



Un nouveau show-room qui met en scène les produits «deco» pour les professionnels.



Construction & génie civil. La gamme est vaste: joints de dilatation pour la construction routière, profilés de rembourrage pour l'isolation d'entrepôts, éléments isolants pour tunnels, produits d'isolation pour le secteur Hvac et solaire (Climaflex® et Insul-Tube®), pour murs et chapes (Noma®),... Il faut aussi y ajouter le Nomawood®, un synthétique pour la réalisation de terrasses ou de persiennes par exemple, résistant à l'eau et à l'humidité et ne requérant que peu d'entretien.

Mais NMC joue également la carte design et architecture d'intérieur avec une série de moulures, plinthes, rosaces, colonnes, cimaises, poutres ou pilastres en polystyrène et polyuréthane (Arstyl®, Wallstyl®, Nomastyl®, Decoflair®). Quant au Domostyl®, il entend embellir les façades tout en se combinant avec les systèmes composites d'isolation thermique. Enfin, NMC conçoit aussi des produits sur mesure comme des éléments pour les boutiques Tommy Hilfiger, un pare-soleil spécial pour un bâtiment en Inde ou un lion doré de 3 mètres de haut pour la Metro-Goldwyn-Meyer.

Dans le créneau «déco», NMC s'emploie à dépolir l'image, parfois désuète, des moulures, plinthes et autres rosaces. C'est pour cette raison que l'entreprise a investi 250.000 euros dans un nouveau show-room de 200 m² à Eynatten. Ses produits y sont mis en scène dans un esprit lounge et dans des applications pratiques, contemporaines et design, dans lesquelles une rosace, par exemple, n'est pas condamnée à se retrouver au plafond. Ce show-room est destiné aux grossistes, distributeurs, architectes d'intérieur et peintres qui viennent également y suivre des formations dans un atelier attenant.

Avec quelque 400 produits différents, il s'agit également de bien cibler sa clientèle. Ici aussi, 4 grands axes ont été tracés. Architecture & Design, d'abord, où les clients ont par exemple pour noms Akzo Nobel, SigmaKalon, Tollens,... Isolation ensuite avec Rehau, Buderus, Uponor,... Suivent les mousses techniques avec Audi, VW, Renault, Velux, Schüco et le do-it-yourself avec Brico, Obi, Leroy Merlin, Gamma.

TECHNIQUE ET LOGISTIQUE

L'usine d'Eynatten totalise 230.000 m², dont 145.000 m² d'entrepôt, elle compte 75 machines de moussage et produit quotidiennement 30 à 40 produits différents. Elle est certifiée Iso 9001 tout comme les autres usines du groupe. Les livraisons sont assurées dans les 48 heures, la logistique étant une des équations les plus ardues à résoudre.

La ligne de polyuréthane, d'où sortent les moulures par exemple, se déroule en 4 étapes selon un processus chimique: le moussage (résultant, en gros, du chauffage de granulats, de gaz liquide et d'additifs), le fraisage (pour une découpe lisse et nette), la pose d'un primaire dans une cabine de peinture pour faciliter le travail ultérieur des peintres et, en finale, le contrôle qualité avec l'emballage. Ces 4 étapes requièrent assez bien de main-d'œuvre et de matières premières de sorte qu'elles concernent des produits haut de gamme, mais non moins compétitifs car NMC peut exciper un délai de durcissement de la mousse de 4 minutes à peine, contre 25 minutes avec d'autres procédés.

Quant à la ligne de polystyrène haute densité, elle est plus spécifique et requiert davantage de précision ainsi qu'un outillage plus complexe. Il en sort des produits de couverture et pour des applications extérieures. Les mousses utilisées dans la production de NMC sont à base de thermoplastiques (Xpe, Xpp, Xps, Eps, Xplo), de duroplastiques (Pur) et d'élastomères (Nbr).

Malgré la stagnation générale du contexte économique et de la demande, NMC devrait afficher une hausse de 7% de son chiffre d'affaires en 2013. Une progression rendue possible par des acquisitions stratégiques et par l'augmentation des prix de vente. Le résultat d'exploitation s'est, lui, élevé à 13,8 millions d'euros, soit un accroissement de 18,6% par rapport à 2011. Néanmoins, l'entreprise demeure très prudente et ne souhaite pas se risquer aux pronostics pour 2014. Bref, elle poursuit sa route et son adaptation aux évolutions continues des marchés, le tout en réussissant à allier savoir-faire technologique et artistique et sans se faire mousser...

Françoise Genicot



Des champs d'applications très étendus, alliant savoir-faire technique et artistique.

