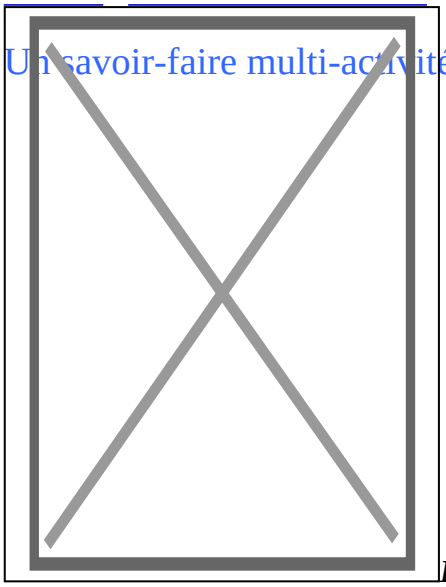
janvier 2010

Géo Equipements

Un savoir-faire multi-activités



Disposant, depuis sa création, d'un savoir-faire dans la réparation des instruments de mesures laser, la société Géo Equipements a entrepris un développement de son activité distribution pour s'imposer dans la commercialisation de matériels pour les professionnels de la construction. Depuis peu, l'entreprise est distributeur de la marque allemande BMI, une nouvelle activité qui lui ouvre les portes de nouveaux marchés et qui entre pleinement dans sa stratégie de développement marquée par l'ouverture prochaine d'une seconde agence à Toulouse.

La société Géo Equipements, anciennement Etablissements Chevallier, a été créée par Alain Chevallier, un ancien technicien topographique qui, en 1993, décide de monter son propre atelier de réparation de matériels de mesure. Au début de son activité, il a la confiance de deux gros clients de son ancien employeur avec lesquels il entretenait des relations suivies pour répondre à leurs problèmes techniques. Petit à petit, sa notoriété grandit et ne pouvant faire face à la demande, il embauche un deuxième technicien puis une secrétaire pour se libérer des tâches administratives. En 1995, l'atelier familial devient trop petit et la société déménage dans des locaux plus vastes dans la zone industrielle des Malines à Lisses (91).

La distribution, l'activité principale

En 1999, Alain Chevallier laisse la direction de son entreprise à sa fille et à son gendre, Marie et Xavier Demessine. Titulaire d'une formation commerciale, ce dernier restructure la société pour développer l'activité distribution. Avant cette reprise, les ventes ne s'effectuaient que sur demande. La société répondait alors aux distributeurs en leur fournissant les marques qu'ils désiraient. Au fil du temps, les fabricants de matériels se sont regroupés, trois marques représentant l'essentiel du marché : Leica, Trimble et Topcon. Pour bénéficier de tarifs compétitifs et, le plus important aux yeux de la nouvelle équipe dirigeante, bénéficier d'une formation continue pour ses techniciens, la société a dû faire un choix. En 2002, elle monte donc un partenariat avec la marque Topcon.

Aujourd'hui, Géo Equipements propose une large gamme qui répond aux demandes de chaque typologie de client. Elle se compose sous la marque Topcon de niveaux laser, de théodolites, de stations de chantier, de lasers de canalisation, de stations de précision, de GPS, de machines de contrôle…. Avec ce partenariat et

une politique de distribution plus soutenue, les ventes ont logiquement progressé. Preuve en est, le chiffre d'affaire de cette activité a peu à peu dépassé celui de la réparation pour atteindre 65% du CA global de l'entreprise.

L'offre se compose également d'une large gamme d'accessoires (trépieds, mires, prismes, cannes, lasermètres…) avec les marques Glunz, Spit, Alan et Midland. Ce rayon, qui ne bénéficiait pas d'une grande exposition, est aujourd'hui de plus en plus demandé par les clients et génère 10% du chiffre d'affaires total de l'entreprise. En effet, il répond parfaitement aux attentes des professionnels, par exemple pour la prise de mesures spécifiques comme la densité ou l'humidité.

En ce qui concerne les outils d'aide à la vente, la société dispose d'un catalogue qui reprend l'ensemble de l'offre ainsi qu'un site Internet institutionnel. Elle s'appuie également sur deux commerciaux, un pour la région Ile-de-France et un pour le national, chargés de visiter les chantiers des clients et d'apporter un discours technique.

La réparation, un savoir-faire

Contrairement à la stratégie suivie dans la vente, Géo Equipements a toujours souhaité garder son indépendance dans la réparation afin de proposer un service multi-marques pour tous les types de machines. Ce service, cœur de métier de la société, représente aujourd'hui 15% du chiffre d'affaires global et emploie quatre techniciens qui ont une formation en optique instrumentale et qui bénéficient du soutien technique des fabricants. Ils assistent ainsi à de nombreuses sessions techniques qui se déroulent directement chez les industriels, comme récemment au sein de l'usine BMI de Hersbruck située à une trentaine de kilomètres de Nuremberg, en Allemagne.

Il y a deux ans, ce service a subi une restructuration. En effet, il ne fonctionnait auparavant que sur du devisage, même pour de l'entretien ou de la révision de matériel, ce qui ralentissait l'atelier. Aujourd'hui, seule la réparation proprement dite fonctionne encore sur ce principe. En cas d'acceptation du devis, le client récupère sa machine sous dix jours maximum. En revanche, pour la révision, Géo Equipements a mis en place une grille de prix forfaitaires en fonction du type de machine. En effet, selon leur cahier des charges, les constructeurs doivent amener leurs matériels pour une révision annuelle ou après chaque chantier. Grâce aux différents forfaits proposés, ils connaissent à l'avance le coût de l'intervention. Ce service, plus rapide, permet aux clients de récupérer leurs machines dans un délai de trois jours.

La location, une activité complémentaire

Parallèlement à ce service, Géo Equipements a mis en place un service de location dont le but initial consistait au prêt de matériel lorsque celui des clients était en réparation. Peu à peu, cette activité s'est développée et s'est étendue aux autres distributeurs ou aux loueurs pour leur permettre de s'approvisionner en cas de manque de stock. Aujourd'hui, la location représente 20% du chiffre d'affaires global de l'entreprise et comprend les mêmes produits que l'offre présente en distribution. Toutefois, la clientèle diffère et regroupe essentiellement des géomètres ou des chefs de chantier de grands groupes de construction. Pour répondre avec précision à leurs attentes, la société a investi sur du gros matériel positionné haut de gamme, à savoir des lasers (niveaux de chantier et théodolites), des GPS et des stations robotisées. Au final, l'activité location permet de faire connaître la marque Topcon auprès des clients qui peuvent ensuite se tourner vers l'achat de matériels de la marque mais aussi développer une offre plus orientée sur les Travaux Publics (comme le prouve un large choix de lasers de canalisations) et donc d'étendre la notoriété de l'entreprise à d'autres secteurs d'activité que celui de la construction. En ce qui concerne les services, Géo Equipements apporte une grande importance à aller vers le client et à le décharger de tous les inconvénients logistiques, comme l'enlèvement du matériel et la restitution des machines qu'elle prend en charge.

L'opportunité BMI

Outre ces trois activités, Géo Equipements est depuis 2007, distributeur en France de la marque allemande BMI positionnée sur le haut de gamme du marché des instruments de mesure. Créée en 1947, elle bénéficie d'une grande notoriété sur le marché allemand et désire s'établir de façon pérenne sur le marché français où il existe une véritable demande de la part des professionnels. En effet, ces derniers recherchent de plus en plus des produits de fabrication européenne synonyme de qualité et de fiabilité. La marque a ainsi accordé sa confiance à Géo Equipements qui doit trouver des revendeurs dans les négoces, les loueurs, les quincailleries ou encore les fournitures industrielles. Pour l'entreprise, ce nouveau métier, qui a réellement démarré à la fin du premier trimestre 2009, demande de gros efforts en terme de prospection et de suivi des implantations. Pour cela, la société préfère pour le moment se tourner vers des groupements de petites tailles ou vers des indépendants avec lesquels il est plus facile de monter des partenariats concrets. Toutefois, malgré la jeunesse de cette activité et la conjoncture économique, le fournisseur Géo Equipements a obtenu un référencement national chez un loueur qui compte 92 agences sur le territoire. Depuis la signature de l'accord, de nombreuses opérations commerciales se sont déroulées afin de mettre en avant les produits BMI et démocratiser la marque.

L'agence de Toulouse, une marque de confiance

Récemment, Géo Equipements a dû faire face à un dilemme face à la demande de son responsable technique qui souhaite quitter la région pour s'installer à Toulouse. Désireuse de le garder (formé par Alain Chevallier, il est aujourd'hui un élément essentiel de l'entreprise), la société a décidé de lui confier les rênes d'une seconde agence située dans la ville rose, abandonnant quelque peu son savoir-faire technique. En effet, avec ses nouvelles responsabilités, il portera également la casquette de commercial et va tenter de développer le réseau de diffusion de la marque BMI dans une région où il y a moins de concentration de groupes et plus de petits réseaux et d'indépendants. Pour ses débuts dans ce nouveau costume, il sera aidé par son ancien tuteur qui, pour l'occasion, va reprendre du service et apporter toute son expérience.

Nicolas Desbordes