juillet 2012

Brammer

Accueil / BBI / Distribution / Brammer

De nouveaux piliers de croissance

Avec des ventes en hausse de plus de 14% en 2011, Brammer France doit notamment sa dynamique au renforcement de sa stratégie grands comptes et au développement de nouvelles gammes comme les EPI. Ces piliers de croissance permettent à l'entreprise de maintenir sa progression en début d'année.

En 2011, le chiffre d'affaires de Brammer France s'est établi autour de 102 millions d'euros, ce qui traduit en hausse de 14,2%. « *Notre progression étant plus rapide que celle du marché, nous avons gagné de la part de marché. Il s'agit uniquement d'une croissance organique puisque Brammer France n'a pas réalisé d'acquisition en 2011* » précise Julien Monteiro, directeur général de Brammer France. La filiale française du distributeur britannique s'appuie toujours sur trente quatre agences.

Cette dynamique est liée bien entendu à la reprise globale de l'activité économique l'an dernier et plus particulièrement à la bonne santé du secteur automobile, marché sur lequel Brammer France a amélioré ses positions. D'ailleurs l'entreprise a obtenu en mars 2011 le prix spécial des Trophées Fournisseurs PSA, reconnaissance des performances de Brammer en termes de qualité de service, de respect des délais, etc.

Des piliers de croissance

Surtout, une des clés de la croissance de Brammer France repose sur les grands comptes, dont l'activité a gagné en 2011 près de 20%. « *Nous déployons notamment en France les grands contrats européens signés par la structure européenne de Brammer. Ce déploiement grands comptes est un des piliers de la stratégie de Brammer* ».

Les grands comptes font effectivement partie des piliers de croissance, terme que le groupe utilise pour désigner ses principaux axes d'évolution. Le renforcement des « Insite », autrement dit une personne de Brammer implantée chez le client gérant son activité pièces de rechange des outils de production, s'inscrit dans cette démarche.

Autre source de développement, le lancement de nouvelles gammes de produits en outillage et EPI a porté ses fruits. Brammer a remporté plusieurs appels d'offres et ceci devrait se poursuivre en 2012. Rappelons qu'à l'automne 2011, Brammer a acquis la société Buck & Hickman, le distributeur britannique d'outillage et de produits de maintenance générale (EPI...). « *Aujourd'hui, nous déployons le savoir-faire de Buck & Hickman sur le reste de l'Europe, notamment en France. Cela renforce la crédibilité de l'entreprise sur ces marchés* ». Cette acquisition a impliqué la nomination d'un directeur général Maintenance en charge notamment du déploiement de la gamme EPI en Europe, en la personne de Philippe Hervieux qui fut le directeur général de la filiale française depuis sa création. Il a été remplacé à ce poste fin 2011 par Julien Monteiro.

Une organisation renforcée

Pour faire face à son évolution, l'entreprise s'est structurée autour de nouveaux services disposant d'une organisation propre, comme par exemple le e-commerce ou encore les EPI qui devraient disposer en France d'une organisation comparable à celle qui est mise en place en Europe.

De son côté, le commerce électronique dispose aujourd'hui d'une équipe dédiée qui, le cas échéant, peut

s’appuyer sur la force de vente pour répondre à des attentes plus techniques ou à un besoin de visite sur site. Mis en place depuis le début de l’année, le site marchand propose en libre-accès, via un login utilisateur, tout le catalogue du distributeur, soit environ 400 000 articles. « *Pour l’instant, ce site est plutôt utilisé par les grands comptes. Mais il est ouvert à tous nos clients* ». Affirmant ses ambitions sur le commerce en ligne, Brammer France estime que cette activité pourrait peser entre 7 et 10% de son chiffre d’affaires d’ici la fin de l’année.

De nouvelles approches du commerce

Le distributeur travaille également sur de nouveaux projets qui devraient voir le jour à l’automne 2012. Parmi ces derniers, l’implantation d’un réseau de distributeurs automatiques en entreprise est lancée sur le plan européen. Concernant les différents marchés sur lesquels opère Brammer, plus précisément les consommables (pièces détachées, EPI…), ce nouveau concept de gestion des stocks devrait générer une économie pour le client et une plus grande productivité puisqu’il s’appuie sur un code personnalisé pour chaque utilisateur, générant donc un suivi et un contrôle des coûts automatiques. « *C’est une nouvelle manière, très répandue aux États-Unis, de servir les clients. Cela amène une gestion du magasin complètement externalisée. Et le stock est à notre charge, tant qu’il n’a pas été acheté* » explique Julien Monteiro.

Ces différents piliers de croissance permettent donc à Brammer France de maintenir sa croissance malgré le ralentissement de l’activité en avril dans certains secteurs comme l’automobile ou le bâtiment. « *Nous avons enregistré une croissance à deux chiffres sur le premier trimestre. L’instabilité autour de l’euro est certes bien présente, mais l’agro-alimentaire fonctionne toujours bien, comme la chimie. Nous avons la chance d’être sur différents marchés, donc nous pouvons compenser. Néanmoins, nous sommes bien conscients que si nous n’avions pas fait évoluer la base de notre activité, cette dernière tendrait à s’essouffler* ».