mars 2018

Orexad - Brammer

Construction d’un nouveau leader en France

En septembre dernier, le fonds de private equity Advent International, qui détenait déjà Brammer, a finalisé l’acquisition d’IPH dans l’objectif de créer un leader européen de la distribution de fournitures industrielles en Europe. Le nouvel ensemble IPH-Brammer réalise un chiffre d’affaires de près de 2,2 milliards d’euros dans 23 pays européens, dont la France où se concentre environ 40% de son activité. Pierre Vanstoflegatte, président d’Orexad-Brammer, nous explique comment, dans l’Hexagone, se passe ce rapprochement entre le numéro 1 et le numéro 6 des acteurs intégrés qui, ensemble, ont l’ambition de construire une nouvelle entreprise, un moteur du changement du monde de la distribution industrielle.

La fusion entre IPH et Brammer n’est pas la reprise traditionnelle d’une société par une autre mais le regroupement de deux entreprises appartenant au même actionnaire, le fonds Advent International.

BBI : Comment se traduit en France ce rapprochement entre Orexad et Brammer, deux acteurs principaux du marché de la fourniture industrielle ?

Pierre Vanstoflegatte : Il s’agit effectivement de fabriquer une nouvelle entreprise. C’est une étape majeure du processus de concentration du marché, amorcé par IPH depuis quelques années, puisqu’en France, il s’agit du rapprochement entre les numéros un et six du marché, parmi les distributeurs intégrés. L’enjeu est d’associer des forces complémentaires pour construire un acteur plus puissant. Vis-à-vis de ses clients, Orexad a plutôt une image de multispécialiste car nous avons agrégé beaucoup de gammes de produits, des EPI à la transmission. De son côté, Brammer a plutôt une image de spécialiste, avec son recentrage sur la transmission dont il est la référence en France. Concrètement, nous allons mettre en place deux réseaux commerciaux distincts, qui communiquent ensemble. Nous allons ainsi décliner sur deux marques, une offre de généraliste et une offre de spécialiste. Nous avons le sentiment que cela correspond bien aux attentes de nos clients. Une partie d’entre eux veut globaliser ses achats pour disposer de plus de produits possibles dans un même panier, d’autres préfèrent des hyperspécialistes. Nous allons donc gérer cette double attente avec deux réseaux et deux marques.

BBI : Les deux structures vont donc rester en place ?

PV : L’ambition est bien de conserver deux entités distinctes, sous une même holding, même si nous regardons évidemment comment mutualiser certaines fonctions supports, comme la logistique ou les achats. Nous sommes en train de construire une seule et même équipe de direction pour l’ensemble, avec la volonté de mélanger les équipes de façon à créer une nouvelle entreprise. Le but n’est pas d’avoir un quota chez l’un et chez l’autre. Il s’agit pour chacun de choisir de s’engager ou pas dans le nouveau projet d’entreprise. Des choix individuels peuvent donc entrer en jeu.

Néanmoins, à terme, nous aurons donc toujours deux réseaux. Nous avons le sentiment que si on fusionnait le tout, il serait difficile de garder une identité d’expert dans un réseau de généraliste.

Cette stratégie est déjà opérationnelle. Le réseau commercial Brammer gère logiquement l’offre typée à 100% transmission, avec une équipe commerciale, des agences sur le terrain et une direction centrale. Parallèlement, le réseau Orexad propose une offre plus généraliste et des spécialités en outils coupants, en soudage, avec également ses propres équipes... Aujourd’hui, nous nous appuyons bien sur deux réseaux distincts physiquement, en termes de signalétiques et d’offres.

BBI : Des agences Orexad très orientées transmission pourraient basculer Brammer ?

PV : Cela fait partie des réflexions. Tout n’est pas arbitré, de même pour les pôles d’expertise Orexad en moto-réducteurs ou en hydraulique.

Ces dix-huit derniers mois, Orexad a fait beaucoup d’acquisitions d’entreprises de 3 à 5 millions d’euros, à...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue