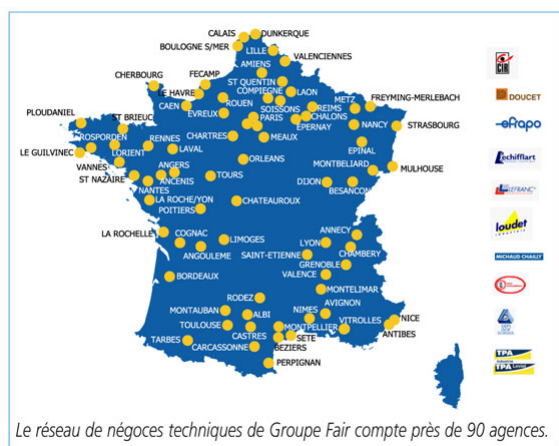


# Groupe Fair

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Fair](#)

## Un modèle qui fonctionne très bien

Unique réseau national spécialisé dans la transmission de puissance, Groupe Fair souffle cette année ses dix-huit bougies. Au cours de ses (presque) deux décennies d'existence, le business modèle très pragmatique sur lequel s'est construit le groupement a prouvé toute sa pertinence, quel que soit l'environnement économique. Ayant traversé la crise en conservant intacts les outils de son développement, Groupe Fair a renoué avec la croissance en 2010 et les résultats enregistrés durant les premiers mois de l'année laissent présager un bon millésime 2011.



Groupe Fair regroupe 10 adhérents et se déploie sur

le territoire national à travers un réseau qui comptait 86 points de vente à la fin de l'année 2010, soit deux agences de plus qu'en 2009, deux adhérents ayant réalisé chacun une création dans le courant de l'année dernière. De nouvelles créations d'agences sont à l'étude et le réseau devrait dépasser les 90 unités d'ici la fin de l'année.

Entièrement tourné vers la satisfaction des besoins de sa clientèle, essentiellement dans le domaine de la maintenance industrielle qui génère environ 80% du chiffre d'affaires cumulé de Groupe Fair (270 Me en 2010), le groupement qui rassemble des PME dirigées par des actionnaires pratiquant leur métier de spécialiste de la transmission de puissance depuis de longues années se caractérise par une forte homogénéité. L'une des autres caractéristiques de ce réseau est un pragmatisme fort qui lui permet de s'adapter en permanence à l'évolution des attentes de ses clients.

### Résistance à la crise et reprise de la croissance

Le modèle sur lequel s'est bâti Groupe Fair a prouvé son bien-fondé depuis la création du groupement, y compris durant la crise que le marché a récemment connue. En effet, Groupe Fair a traversé cette période en conservant l'intégralité de ses équipes et sans baisser aucunement son niveau de stock, réparti de manière permanente dans ses dix plates formes régionales et les 86 agences pour répondre aux besoins de ses clients locaux. On soulignera ici que les deux points qui viennent d'être cités constituent les principaux outils de différenciation du réseau de négociants stockistes régionaux qu'est Groupe Fair.

La stratégie adoptée pour se tenir prêts à un redémarrage dès les prémices de la reprise était la bonne comme l'a prouvé la progression de 15% enregistrée sur l'ensemble du réseau en 2010 par rapport à l'année précédente. «En 2010, nous sommes revenus au chiffre d'affaires que nous avons réalisé en 2008 et les cinq premiers mois de 2011 traduisent déjà une progression de 16% par rapport à 2010. L'année en cours devrait donc se traduire par un très bon chiffre d'affaires, sans doute sensiblement supérieur à celui de 2008 qui fut une année de référence eu égard au volume des affaires traitées sur l'ensemble de notre marché » se félicite André Lopez, actuel président du groupement.

### Un partenariat étroit avec les industries multi-sites

Groupe Fair réalise plus de 20% de son chiffre d'affaires auprès des "industries multi-sites", une dénomination qui caractérise mieux que celle de clients grands comptes les entreprises avec lesquelles le groupement conclut des accords-cadres. Selon André Lopez, la bonne performance du groupement dans ce domaine tient en partie à la présence de longue date des adhérents du groupement auprès de ces industries. Le président de Groupe Fair met également l'accent sur la qualité de service des membres du groupement et leur forte réactivité, des notions difficilement mesurables à travers la réponse à un appel d'offres mais de plus en plus souvent prises en compte par les responsables des achats des entreprises, conscients du fait qu'il s'agit là de composants critiques susceptibles, en cas de manquement, d'alourdir sensiblement les coûts. Il insiste également sur le rôle de stockistes des adhérents de Groupe Fair «la sécurisation de l'approvisionnement de nos clients industriels qui réduisent de plus en plus leurs stocks étant à nos yeux un enjeu majeur dans une logique de réel partenariat ».

### L'échelle européenne

A travers son rapprochement avec plusieurs groupements étrangers exerçant un métier similaire au sien, Groupe Fair a témoigné au cours des années passées de sa volonté d'étendre son soutien à sa clientèle d'industries multi-sites hors des frontières du pays. Cette démarche s'est traduite par la création de One ([www.one-mrosupply.com](http://www.one-mrosupply.com)), premier réseau européen de négoce technique spécialisé dans la transmission de puissance. Rayonnant d'abord sur la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Espagne et le Portugal, la zone d'influence de One s'est récemment étendue à l'Italie et devrait prochainement concerner de nouvelles régions.

### Garder le cap

Pour continuer à apporter des réponses pertinentes aux attentes en évolution de ses clients, Groupe Fair a engagé il y a quelques mois une large réflexion sur ses orientations stratégiques pour les années à venir. Interrogé sur l'objectif majeur que poursuit le groupement, son président indique que ce dernier consiste à «renforcer régulièrement son offre en valeur ajoutée, ce qui passe notamment par des investissements consentis dans la formation des équipes, la compétence technique étant l'un des principaux outils de différenciation de Groupe Fair ».

Dominique Totin

