juillet 2010

Groupe Fair

Un business model efficace

Basé sur une adaptation permanente aux besoins de ses clients industriels, un accompagnement complet de ces derniers à travers des stocks et des services de proximité, la compétence d'équipes motivées et la mutualisation des expériences réussies de ses membres - des PME familiales formant un réseau très homogène - le mode de fonctionnement de Groupe Fair lui a permis de terminer l'année 2009 avec un recul nettement inférieur à celui de l'ensemble du marché sur lequel il est positionné. Leader du marché français de la transmission de puissance avec 30% de parts de marché, Groupe Fair dont le périmètre du réseau est demeuré stable à dix adhérents représentant quatre-vingt quatre points de vente répartis sur l'ensemble du territoire métropolitain a terminé l'année 2009 avec un chiffre d'affaires global de 234 M€ traduisant une baisse de 13% alors que celle de l'ensemble de la profession était estimée à 20%. Ce recul global traduit des performances contrastées dans les différentes régions, les adhérents du Nord et de l'Est du pays où sont implantés de nombreux clients multi-sites relevant d'une industrie lourde qui a fortement diminué ses investissements (les achats en biens d'investissement génèrent en moyenne le quart du chiffre d'affaires des adhérents Fair) ayant plus souffert que ceux des autres régions.

Préservation de l'expertise du réseau

Aucun plan social ni fermeture d'agence n'est intervenu au sein du groupement au cours des dix-huit derniers mois et les investissements prévus, telle la mise en place d'un centre de montage de moto-réducteurs chez un adhérent du Sud-Ouest, ont été maintenus. Selon André Amrouni (société Efrapo), le président de Groupe Fair qui vient tout juste d'achever son mandat de dix-huit mois pour passer le relais à André Lopez (société CIR),

« *Cette stabilité du réseau à une période difficile traduit une volonté de privilégier la préservation de l'outil de travail et le maintien des équipes en place plutôt que la rentabilité à tout prix. Je précise à cet égard que l'aspect humain est essentiel aux yeux des entreprises du groupement pour lesquelles les collaborateurs ne constituent pas une variable d'ajustement* ». Et le tout nouveau président du groupement, André Lopez, de poursuivre : « *Nous avons choisi de conserver intact tout ce qui fait notre force pour rester fidèles à notre engagement de répondre à l'ensemble des besoins de nos clients relatifs à leur outil de production, ce qui nous a permis de conquérir des parts de marché* ».

Réflexion stratégique

Bien que le premier semestre 2010 se soit traduit pour Fair par une nette remontée de son chiffre d'affaires (de l'ordre de dix points) par rapport au premier semestre 2009, le groupement est conscient d'évoluer dans un environnement macro-économique où la croissance sera difficile à réaliser même si ses atouts lui permettent de profiter de certaines opportunités comme le transfert de compétences de certains fournisseurs et clients enclins à exporter leur expertise dans les régions du monde en fort développement économique. Pour continuer à fournir des réponses adaptées aux besoins en évolution de ses clients, Groupe Fair a récemment engagé une large réflexion. Menée par l'ensemble des adhérents avec l'aide d'un cabinet spécialisé, cette dernière vise à définir les grandes orientations stratégiques du groupement pour les années à venir, sans toutefois remettre aucunement en cause les fondamentaux du modèle sur lequel le groupement s'est développé depuis sa création et qui s'est avéré efficace dans les périodes de croissance comme dans celles de crise. Parmi les divers aspects sur lesquels porte cette réflexion stratégique, on peut évoquer le recrutement de nouveaux membres ou le développement durable, un sujet de préoccupation grandissant pour

une partie de sa clientèle auquel le groupement accorde une importance croissante tant d'un point de vue commercial que d'un point de vue éthique. Aux yeux des responsables de Groupe Fair, le développement durable peut en effet constituer pour le groupement le vecteur d'une réelle valeur ajoutée comme ce dernier l'a déjà montré à travers la mise en place de services comme la rénovation des roulements ou la récupération des flexibles souillés.

Instigateur d'un réseau européen

Dans l'objectif de construire un réseau flexible et adaptable en mesure d'accompagner les grands donneurs d'ordre dans les différentes régions d'Europe, Groupe Fair s'est rapproché depuis déjà plusieurs années de structures étrangères dont la spécialisation est similaire à la sienne. Cette démarche s'est concrétisée par la création de One, réseau européen de négoce technique spécialisé dans la transmission de puissance. Rayonnant aujourd'hui sur la France, l'Allemagne, la Grande Bretagne et la péninsule ibérique, cette nouvelle structure bâtie sur le modèle de Fair, le plus mature de ses quatre membres fondateurs, pourrait s'élargir assez vite. Parmi les faits ayant marqué l'actualité récente du groupement Fair, il faut également mentionner l'arrivée dans l'équipe permanente du groupement, aux côtés de la responsable du développement Sylvie Pierotti, d'un collaborateur dédié au développement des solutions de commerce électronique du groupement qui est engagé dans cette voie depuis le début des années 2000.