juillet 2012

Groupe Fair

Un périmètre élargi

Pour le groupement français spécialiste de la transmission de puissance, le millésime 2011 fut très bon puisque le chiffre d'affaires cumulé des dix adhérents de Groupe Fair a enregistré une progression à deux chiffres pour s'établir à la fin de l'année à 300 Me. En ce qui concerne l'année en cours, le président du groupement André Lopez évoque une année de consolidation, l'état actuel du marché permettant difficilement d'envisager une croissance soutenue en 2012.

Les créations d'agences qu'André Lopez, le président du groupement, et Sylvie Pierotti, responsable du développement de Groupe Fair, annonçaient il y a un an comme étant à l'étude se sont concrétisées et le périmètre du réseau s'est élargi durant la seconde partie de l'année 2011 de cinq agences créées par des adhérents dans différentes régions de France, renforçant ainsi la couverture du territoire par le réseau de négociants stockistes de proximité leaders sur leurs marchés. Depuis le début de l'année 2012, un 92ème point de vente est venu renforcer le réseau et Groupe Fair poursuit ainsi son maillage du territoire selon une stratégie privilégiant une croissance interne régulière. On précisera d'ailleurs que, depuis la création de groupement en 1993 et même au plus fort des crises qui ont pu survenir, le réseau de Groupe Fair n'a connu aucune fermeture d'agence.

Membre d'un réseau européen

Dans sa volonté d'étendre le soutien qu'il apporte à sa clientèle d'industries multi-sites hors des frontières du pays, Groupe Fair a initié One (www.one-mrosupply.com), le premier réseau européen de négoce technique spécialisé dans la transmission de puissance. Accompagnant dans différentes régions d'Europe des industries généralement déjà clientes de ses différents membres, ce réseau qui a d'abord rayonné sur la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Espagne et le Portugal, a ensuite étendu son périmètre d'action à l'Italie et, tout récemment, à la Pologne.

20% du CA avec la clientèle multi-sites

Concernant la clientèle multi-sites de Groupe Fair, on précisera que celle-ci est en progression régulière et qu'elle génère aujourd'hui environ 20% du CA du groupement. *« Cette position ne traduit pas une stratégie particulièrement volontariste de Groupe Fair vers les grands comptes de l'industrie* », commente André Lopez, « *Elle tient plutôt à la présence historique des adhérents du groupement auprès de ces entreprises et à la qualité de service différencié que nous sommes en mesure de leur apporter* ».

Mise en place d'un web-shop

Désireux de répondre au souhait d'une partie de sa clientèle de disposer d'un accès privatif au site internet du groupement, Groupe Fair a récemment finalisé la mise en place d'un web-shop qui permet de passer une commande et de la suivre jusqu'à son paiement, cet outil de passation de commande étant actuellement en phase de montée en puissance sur l'ensemble du réseau. « *Les membres de Fair poursuivent sereinement dans le domaine des outils électroniques, comme dans d'autres, leur réflexion commune pour être toujours en phase avec les attentes de la clientèle* » explique André Lopez qui se plaît à préciser que *« la stratégie de Groupe Fair est avant tout dictée par le marché et non uniquement par des objectifs financiers* ».