juillet 2012

Groupe IPH

Accueil / BBI / Distribution / Orexad

Numéro deux européen

En 2011, le groupe IPH a poursuivi sa croissance en France et en Europe, soutenu par la reprise du marché et par des investissements visant à améliorer constamment la performance technique de ses équipes et son service au client. Le groupe a également poursuivi sa stratégie de croissance externe en France, notamment en Europe où il se hisse désormais à la seconde place du marché.

En 2011, le groupe IPH a réalisé un chiffre d'affaires global de 895 millions d'euros à travers 250 points de vente. La part de l'hexagone reste essentielle puisque les ventes du leader du marché français de la fourniture industrielle ont atteint 650 millions d'euros pour 214 points de vente en comptant les membres du réseau Orexad affiliés qui ne portent pas l'enseigne. Le réseau Orexad a pour sa part réalisé un chiffre d'affaires de 450 millions d'euros et 200 millions d'euros pour Anfidis, soit des croissances respectives de 12% et 8%. Orexad a notamment étendu son maillage qui s'appuie aujourd'hui sur 160 agences contre 145 en 2010. De son côté, Anfidis dispose de 54 agences.

Comme la plupart des acteurs du marché de la fourniture industrielle, les différentes enseignes du groupe ont profité de la croissance du marché en 2011. « *De plus, nous recueillons les fruits des investissements réalisés depuis plusieurs années sur nos métiers – transmission, usinage et nos métiers plus généralistes en fournitures industrielles – ainsi qu'en termes de ressources humaines. Il s'agit d'éléments clés de notre stratégie, donnant à nos équipes et à nos agences les moyens d'apporter les services dont nos clients, de la PME au grand groupe multinational, ont besoin chaque jour* » explique Pierre Pouletty, président du directoire d'IPH.

Investissements en ressources humaines

IPH mise effectivement plus que jamais sur la qualité de ses ressources humaines. Cela passe d'abord par la valorisation de la culture de chaque réseau et une forte autonomie locale afin de définir des plans d'actions les plus adaptés à ses clients. « *Le client est au centre de nos préoccupations. On dit parfois dans le groupe que nos équipes se surinvestissent pour résoudre les problèmes du client. Selon moi, c'est notre marque de fabrique, c'est notre force et je suis très vigilant pour que le client reste au centre de notre organisation* ».

Par ailleurs, le renforcement des compétences des équipes est considéré comme un atout essentiel pour accompagner le développement des différents réseaux. Orexad a ainsi récemment initié un programme de développement de ses ressources humaines, le projet Campus Orexad qui vise à former des apprentis pour les intégrer durablement au sein des équipes. En 2011, Campus Orexad a ainsi intégré trente jeunes diplômés de l'enseignement technique pour les accompagner dans leurs nouvelles fonctions de vendeurs de produits techniques à destination d'une clientèle de professionnels. En 2012, Orexad accueillera une nouvelle promotion de soixante apprentis avec pour objectif de les former aux spécificités du métier d'expert de la distribution de fournitures industrielles et de les intégrer durablement en CDI à l'issue de la formation. Quant au programme Vivier, il intègre depuis 2011 des jeunes managers à potentiel destinés à terme à des postes de directions opérationnelles ou fonctionnelles.

Satisfaire le client

Par ailleurs, le groupe continue à investir dans son outil logistique, autre paramètre déterminant pour satisfaire ses clients, quels que soient les produits distribués. Il s'appuie aujourd'hui sur une dizaine de

plates-formes, dont celle de Ploisy située à côté de Soissons qui, avec ses 20 000 m2, devrait être amenée à jouer dans le futur un rôle européen pour répondre aux besoins d'achats en gros volume au sein du groupe. Par ailleurs, le groupe travaille au développement d'un nouvel entrepôt sur la région lyonnaise. Le catalogue Orexad compte il est vrai 950 000 articles référencés. 750 000 colis sont acheminés chaque année vers les clients. Depuis janvier 2012, www.orexad.com propose en outre aux clients du groupe une offre en ligne de 45 000 articles disponibles en 24/48h pour leurs besoins quotidiens en maintenance.

Seconde place européenne

Parmi les événement majeurs de l'année 2011, concrétisé en janvier 2012, le groupe a accéléré sa stratégie de croissance externe en Europe en acquérant Zitec Industrietechnik et Wilhelm Jung en Allemagne, deux distributeurs techniques spécialisés dans le métier de la transmission mécanique représentant ensemble un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros. « *Pour nous, c'est une étape importante, qui nous permet de prendre la seconde place du marché européen. IPH peut maintenant servir ses clients internationaux en s'appuyant sur un réseau de tout premier plan et renforcer ses positions dans le domaine de la transmission mécanique, premier métier du groupe* ». La France n'est pas exclue de cette stratégie de croissance externe. Des projets d'acquisitions devraient aboutir sur 2012.