juillet 2010

IPH

Accueil / BBI / Distribution / Orexad

Une année 2009 riche en enseignements



Année de crise pour la fourniture industrielle, l'année 2009 permis au groupe IPH, holding de tête des réseaux Orexad et Anfidis de valider ses orientations stratégiques et d'accélérer son adaptation aux contraintes du marché. Comme le souligne Pierre Pouletty, président du directoire d'IPH, quelques convictions majeures sont devenues des certitudes.

De l'importance des partenariats

La première d'entre elles est l'importance du partenariat noué avec les fournisseurs qui doit être maintenu et amplifié. En la matière, cette démarche suivie par IPH n'est pas une nouveauté en soi mais l'année 2009 a clairement montré l'obligation de recentrer les achats sur les fournisseurs stratégiques, parmi les quelque 8 000 en relation avec le groupe. IPH donne ainsi la priorité aux sociétés qui s'engagent à ses côtés et mettent en œuvre des actions commerciales communes, développent conjointement des outils marketing, proposent des formations techniques, accompagnent le distributeur auprès de ses clients. Tout ce travail renforce les échanges entre les équipes sur le terrain, ce qui permet de mieux construire les affaires et in fine de générer une plus forte valeur ajoutée.

Concernant ce travail en partenariat, qui s'impose de plus en plus, l'évolution progressive constatée durant l'année 2009 a été l'augmentation du taux d'achat chez les fournisseurs stratégiques. Le groupe IPH a effet mis les moyens à la fois humains et techniques pour atteindre ce résultat. Ainsi, trois personnes sensibilisent en permanence le réseau au suivi du référencement avec les partenaires. Elles sont entièrement dédiées à cette tâche, travail d'argumentation et didactique puisqu'il faut convaincre plutôt qu'imposer. Par ailleurs, au niveau des offres commerciales, IPH a mis en place des moyens informatiques qui permettent de repérer les offres des fournisseurs partenaires afin d'inciter les agences à travailler avec eux.

Toute cette démarche de partenariat est liée à des objectifs et la fidélité aux partenaires est un indicateur important qui est suivi d'une façon attentive au niveau de la direction.

La logistique, les grands comptes, les hommes…

Outre le partenariat avec les fournisseurs, d'autres notions majeures ont montré toute leur importance au cours de l'année passée au sein du groupe IPH, à savoir la logistique, les grands comptes et les hommes.

La logistique est le service dont le prix représente un tiers de la base de coût d'un produit (hors prix d'achat). Orexad dispose d'une plate-forme centrale à Ploisy ouverte au second semestre 2008 essentiellement destinée aux approvisionnements par gros volumes, aux produits du catalogue Anti-Stress et aux produits à faible rotation, ainsi que de quatre autres plates-formes régionales, Anfidis ayant pour sa part l'usage de six centres régionaux. Dans l'avenir, les investissements vont se poursuivre autour des plates-formes régionales et du

site de Ploisy pour continuer à améliorer le service client.

Concernant les grands comptes, IPH possède une compétence reconnue et a étendu son action en étoffant ses équipes et en mettant en place des process plus aboutis qui facilitent le suivi des contrats sur le terrain. Ces contrats grands comptes sont négociés par des équipes coordonnées pour Anfidis, Orexad et parfois pour IPH dans son ensemble, cela dépend du contexte et du client – il y a également des contrats pour Biesheuvel (filiale au Pays-Bas) – tandis que les équipes de déploiement sont propres à chaque enseigne. La part des grands comptes dans le chiffre d'affaires d'IPH augmente d'années en années, même en 2009 où leur décroissance a été nettement inférieure à celle des autres clients.

Enfin, les hommes constituant la première richesse de l'entreprise. IPH n'a pas diminué le rythme des formations commerciales, de management et techniques. Au-delà de la formation, comme le souligne Pierre Pouletty, les équipes ont fait face et fait preuve d'agilité d'esprit et d'adaptation par rapport au contexte nouveau.

Supports commerciaux

En terme de marketing, les deux réseaux Orexad et Anfidis mettent en place leurs propres actions, avec un positionnement différent qui illustre la personnalité de chaque enseigne.

Le réseau Orexad édite trois à quatre fois l'an les promotions tarifaires « Les bons plans » et une à deux fois par an des supports métier « Les Solutions Expert » sur des domaines comme l'usinage, la transmission, les EPI etc. Il dispose également d'un catalogue EPI, baptisé « Prêt à Protéger » et du catalogue général Anti-Stress positionné sur une offre générale de maintenance. Ce dernier document est adapté aux Pays-Bas pour la filiale Biesheuvel dans une version caractérisée par la présence d'une partie négoce technique très importante.

Pour Anfidis, il y existe des catalogues promotionnels par enseigne mais aussi par ligne de produits. Ce réseau profitera aussi en octobre de la réédition de son catalogue général, dont l'offre contient les gammes techniques et est donc plus large que l'Anti-Stress Orexad.

A ces publications s'ajoutent des documentations métiers et des supports construits en collaboration avec des fournisseurs.

Reprise des acquisitions

Après une année 2009 difficile, le groupe IPH a prévu pour 2010 une année avec une activité étale – il a tout de même enregistré une légère croissance lors du premier semestre. Toutefois, malgré la conjoncture, le groupe de distribution tient à relancer le processus d'acquisitions, en France où il estime sa part de marché à 10% (sur les ventes directes et indirectes) et à l'international. L'année dernière, toutes les opérations de croissance externes avaient été gelées, à l'exception du rachat de la société D'Hont en Belgique, distributeur spécialisé dans la transmission (CA 7 M€).