juillet 2011

Groupe Socoda

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

Socoda

L’expertise, un gage de pérennité

Les 160 adhérents de Groupe Socoda ont repris en 2010 le chemin de la croissance, surtout ceux qui ont su préserver leurs équipes commerciales. Au cours de ces dernières années, le groupe d’indépendants a poursuivi sa stratégie de valorisation de l’expertise de ses points de vente, qui s’exprime à travers différents outils et notamment une nouvelle organisation pour les adhérents Négoce Technique qui composent la branche Industrie.

Être un expert dans son métier... Le message de Claude Stevenoot, directeur de Groupe Socoda est clair : pour se différencier aujourd’hui sur le marché et exister notamment face aux poids lourds de la catégorie, les adhérents de Groupe Socoda doivent entrer dans une démarche de spécialisation, de professionnalisation de leur métier. *« Lorsque le point de vente et ses équipes valorisent leur spécialisation et leur professionnalisation, ils deviennent attirants pour le client qui, alors, se moque de la taille de l’entreprise à partir du moment où il a les services, les prix, les produits* ». Inscrite au cœur de toutes les actions mises en place par le groupe, cette démarche d’expertise s’est donc affirmée ces dernières années et s’est même révélée essentielle pour permettre au réseau de conserver toute sa dynamique, dans un contexte économique fort incertain. « *Après trois années de très forte expansion, l’activité en 2009 a été fortement impactée par la crise économique, obligeant les distributeurs du réseau à freiner leurs achats et réduire leur stock. Le marché du Négoce Technique à l’Industrie, en a ressenti les premiers effets dès l’automne 2008. Dans le même temps, l’obligation de réduction des délais de règlements par l’application de la LME a généré de fortes tensions sur les trésoreries des entreprises, obligeant ces dernières à un fort besoin en fonds de roulement. En tant qu’indépendants, les adhérents de la branche Outils Pro et Industrie sont restés néanmoins « au commerce » et beaucoup plus réactifs à satisfaire les besoins de leurs clients que leurs concurrents, étant moins pénalisés commercialement par des logiques financières drastiques que les groupes de distributio*n ». Si un recul général a été mesuré sur la quasi-totalité des familles de produits, les adhérents, en phase avec la réduction du volume des ventes du marché de la fourniture au bâtiment et à l’Industrie, ont observé une baisse de l’ordre de -13,5 % à fin 2009. Bien que sans réelle visibilité à court et moyen terme, la reprise progressive de l’activité en 2010 a avantagé, selon Claude Stevenoot, ceux qui ont préservé des équipes commerciales pleinement opérationnelles. Globalement, les adhérents Socoda enregistrent en 2010 une évolution de +12,5% de leurs chiffres d’affaires (vs 2009), très nettement supérieure à ceux du marché dans son ensemble, et en particulier dans l’outillage électroportatif et à main, l’EPI et le soudage.

Une dynamique préservée

Concrètement, le nombre d’adhérents Outils Pro et Industrie au 31 décembre 2009 était de 81 entreprises, pour un total de 368 points de vente, en évolution de +3 % par rapport à 2008, en tenant compte des six sorties effectives fin 2009 : les sociétés Cuin (11), Domica (31), Pelouse (11), Mat-Elec (38), Saumur Electro Diesel (49) et Socomenal (67). En revanche, en 2009, quatre adhérents ont rejoint la branche (Defranoux (52) avec deux agences, Ceb – PHI Equipement (25) avec deux agences, QEGS (97) avec un agence et Seca L (74) avec quatre agences.

En 2010, les mouvements d’adhérents se sont soldés par six entrées : Batimag (20) avec neuf agences, Debonix (74) avec une agence, Fimic Dispelor (57) avec une agence, Grande Quincaillerie Forgeronne (88)

avec une agence, Id Soudage (25) avec une agence, Pourroy Soudure (64) avec une agence, Soudage Equipement (67) avec une agence. Deux sorties ont été enregistrées : Mairiaux Distribution (08) et Biquez (80) dont l'agence a été reprise par un autre adhérent, la société Levrat.

Au 31 décembre 2010, le nombre d'adhérents de la branche Outils Pro & Industrie était donc de 86 entreprises, pour un total de 392 points de vente, en évolution de +5,7 % par rapport à 2009.

Spécialisation de la Branche Industrie

Evolution majeure opérée en 2010 pour être fonctionnelle en 2011, la branche Industrie s'est spécialisée de façon à mieux promouvoir le Négoce Technique. « *Dans un contexte de marché de la fourniture à l'industrie en stagnation, voire en décroissance tant en chiffres d'affaires et qu'en nombre de clients industriels, nos perspectives de développement 2011-2012 nous amènent à recentrer les adhérents et les fournisseurs de Négoce Technique au sein de la Branche Industrie qui existe depuis 1992, laissant à la branche Outils Pro, l'apanage de la fourniture industrielle générale* » précise Claude Stevenoot.

Représentant un chiffre d'affaires cumulé de près de 135 millions d'euros, les adhérents de la branche Industrie regroupent 25 entreprises, pour un total de 105 agences. Le plan d'offre de cette branche se concentre dorénavant sur neuf familles de produits : Transmission de puissance pneumatique, Transmission de puissance mécanique, Transmission de puissance hydraulique, Robinetterie industrielle, Plastiques techniques et industriels, Tuyaux – Raccords – Colliers – Etanchéité, Outils coupants – Enlèvement de métal – Machines outils, Automatisme et Air comprimé. Cette nouvelle organisation, recentrée au travers de commissions marchés/produits spécifiques, permettra d'entreprendre un développement des référencements de la branche Industrie en terme d'accords nationaux sur les cartes leaders, mais aussi de mettre en place des actions d'achats groupés. « *Notre volonté est de promouvoir la force des distributeurs du Négoce Technique à travers des valeurs désertées par les grands groupes intégrés : proximité, expertise, réactivité, défense des marques, fidéliser la clientèle déjà acquise et trouver de nouvelles cibles et afficher la nouvelle stratégie Grands Comptes de Groupe Socoda* ».

Depuis fin 1999, une cellule grands comptes de trois personnes a effectivement été mise en place, permettant de traiter les grands donneurs d'ordre de façon centralisée, avec un seul point de commande, de livraison et de facturation. La logistique est, elle, gérée par les agences.

Déploiement des labels pour la branche Outils Pro

La branche Outils Pro n'est pas en reste. En 2011, elle regroupe donc 78 entreprises, pour un total de 367 agences, en incluant l'arrivée récente de la société A2F Rhône Alpes (42). Le plan d'offre de cette branche se compose de dix-sept familles de produits de fournitures industrielles générales et de quincaillerie.

Pour valoriser leur savoir-faire, les adhérents Outils Pro ont la possibilité de déployer plusieurs labels. Créé en 2007, le Label « Spécialistes Soudage » est attribué en 2011 à trente entreprises adhérentes, développant cette spécialité sur un total de 82 agences. Quatre nouveaux adhérents ont effectivement été labélisés en 2010, venant ainsi compléter le maillage de ce réseau de spécialistes à forte technicité : Id Soudage (25), Pourroy Soudure (64), Soudage Equipement (67) et Defranoux (52).

De même, le label « Spécialistes EPI », créé en 2004, est attribué en 2011 à vingt sept entreprises développant cette spécialité sur un total de 112 agences. Chacun de ces deux labels bénéficie par ailleurs d'un site internet dédié, www.specialistes-epi.fr et www.specialistes-soudage.fr, attestant auprès des clients professionnels de la compétence confirmée et de l'engagement des distributeurs labélisés dans ces deux activités. Ils présentent également l'actualité du réseau telle que la présence des adhérents Socoda labélisés aux salons régionaux Preventica 2011 en EPI ou sur les salons régionaux Sepem Industries pour le soudage.

Mise en place d'animateurs régions

L'objectif est également de favoriser l'utilisation au sein du réseau des différents outils proposés par la centrale. « *La concrétisation des actions Socoda au sein du Réseau passe par la formation au marketing. En effet, Socoda capitalise sur l'ensemble de ses outils et accompagne ses adhérents au travers de sessions de formation afin que chacun puisse définir une stratégie efficace et son plan marketing* ».

Dans ce but, en 2010, trois animateurs Régions (Nord-Est, Nord-Ouest, Sud) ont été mis en place afin de favoriser les échanges d'informations entre la centrale et les adhérents, ainsi qu'avec leurs hommes-clés (achats, vente, chefs d'agences). Leur mission est de communiquer, informer, accompagner sur le terrain les plans d'actions, méthodes, outils, élaborés par la centrale, afin que les adhérents et leurs équipes se les approprient et les utilisent dans des conditions optimales. « *N'étant pas une enseigne intégrée, la force de conviction prime sur la directivité. Ces dernières années, nous avons avancé très vite sur les outils de marketing et de communication avec le risque que se crée un décalage entre la centrale et le terrain. Les animateurs régions permettent de descendre l'information de la centrale vers les entreprises mais aussi de remonter les attentes de nos adhérents et de leurs clients vers la centrale* ».

Des actions commerciales structurantes

Les actions commerciales et communication de Groupe Socoda sont regroupées dans le PAAC (Plan d'Actions et d'Animations Commerciales), s'appuyant sur trois piliers : opérations commerciales structurantes, réagir en 24 heures, animation d'enseigne. L'objectif du PAAC 2009/2011 est de développer le chiffre d'affaires, d'augmenter la marge et de mettre en avant les métiers des distributeurs, à travers différentes actions : les Journées 360°, Les Experts, le Flash Info…

Nationale, l'opération promotionnelle « Les Journées 360° » regroupe les branches Outils Pro, Industrie, Electricité et Sanitaire-Chauffage, avec des conditions tarifaires exceptionnelles. Elle est personnalisée pour chaque adhérent du réseau en fonction de son plan de vente et ses objectifs de communication et assure donc la satisfaction du client.

Par ailleurs, le réseau Socoda reconduit, tous les ans, ses opérations « Les Experts » destinées aux métiers Electricité, Sanitaire-Chauffage, Décoration, Outils Pro et Industrie. Toute l'année est ainsi ponctuée par la sortie des Experts présentant des offres de produits montrant le savoir-faire des distributeurs du groupe. « *Ces outils de communication visent à augmenter l'impact des opérations sur le terrain en fidélisant les clients et en séduisant de nouveaux. Les opérations Les Experts visent donc à renforcer la relation fournisseurs-adhérents-clients grâce à des offres techniques et novatrices qui répondent aux objectifs de ces trois partenaires* ».

Quant au Flash Info, il permet de promouvoir des produits d'un ou plusieurs fournisseurs, sur un format A4 recto/verso. « *Ce document a de forts avantages concurrentiels puisqu'il permet d'être plus réactif au niveau local et de dynamiser ses ventes* ».

L'ensemble des actions s'appuie sur des outils efficaces et une base de données structurée. Les fondements de cette base de données reposent sur une gestion des tarifs, visuels et argumentaires produits de l'ensemble des fournisseurs référencés. Ensuite, selon les actions nécessaires, les produits sont organisés en fonction du 20/80 et d'un rubriquage famille et sous-famille. Cette structuration des produits alliée à des outils de mise en page automatique des catalogues permet à Groupe Socoda de lancer une collection de thématiques : Equipement et Protection Individuelle, Transmission de Puissance Mécanique, Appareillage Habitat Tertiaire, Courants Faibles et VDI…. Chaque adhérent peut ainsi créer son catalogue à l'aide des pages pré montées, classées par famille de produits et par fournisseur. Les thématiques permettent de mettre en avant un plan d'offre structuré, cohérent par rapport aux besoins des clients professionnels.

Groupe Socoda a également travaillé sur l'ergonomie d'un site e-commerce, dont les adhérents ont la liberté de contenu. Une dizaine d'entre eux sont déjà engagés dans la démarche, une vingtaine d'autres s'y intéressant de près. « *Pour moi, le e-commerce, ce n'est pas mettre en ligne son plan de stock pour en faire une vitrine générale. Cela ne provoque pas de commandes. L'approche qui vise à construire un catalogue électronique avec les références, les visuels et la tarification, pour un client donné qui y accède avec un mot de passe, me semble plus dynamique et complémentaire à l'activité de nos points de vente. Un site marchand est fait pour avoir des commandes, c'est un mode économique différent* ».

Le développement durable, une valeur intrinsèque

Difficile de parler de Groupe Socoda sans aborder la question du développement durable qui aujourd'hui fait partie des fondamentaux du groupe. Dès la fin d'année 2010, Philippe de Beco présentait aux adhérents et aux fournisseurs le plan de Business Durable Socoda en ces termes : « *la distribution sera citoyenne, c'est-à-dire engagée concrètement pour l'équité entre les hommes et responsable envers son environnement qu'il soit économique ou naturel ; elle sera experte de ses métiers et de ceux de ses clients ; elle sera innovante au travers de la formation et de l'accompagnement des clients dans leurs usages* ».

Aujourd'hui, la volonté du groupe est d'agir très opérationnellement en ce sens : création d'une charte éco-responsable pour les adhérents, d'un guide thématique pour les clients ou encore intensification de la sortie de catalogues de produits Eco-responsables, implantation de bornes électriques... Cette démarche passe également par un renforcement de la labellisation d'activités spécialisées des adhérents et de la fidélisation client, notamment en ce qui concerne la maîtrise des technologies d'avenir (domotique, ENR, efficacité énergétique…). Ou encore en favorisant le développement des PME innovantes. Au-delà des bonnes intentions, des actions sont concrètement mises en place comme le suivi méticuleux de la bonne application par le millier de fournisseurs référencés Socoda du règlement européen Reach relatif aux produits chimiques, l'étude de la dématérialisation des factures, la proposition de commande groupée pour des sacs de caisse en papier kraft en remplacement des sacs plastiques, la participation active à la mise sur pied de l'éco-organisme qui sera chargé au 1er janvier 2012 de la collecte et du traitement des DDS, la convention de partenariat avec Corépile pour la collecte et le recyclage des piles et batteries, à laquelle pratiquement tous les adhérents distribuant ces articles ont souscrit, de même que la Convention de partenariat avec Récylum pour la collecte et le recyclages des sources lumineuses... Incitant les adhérents à collecter le maximum de sources lumineuses, le challenge « Récylum », organisé depuis 2009, sera d'ailleurs reconduit en 2011. Par ailleurs, en 2009, le bilan carbone du siège de Groupe Socoda a été réalisé, démarche suivie par une soixantaine d'adhérents lors du premier semestre 2010. « *L'intérêt pour les entreprises est de se rendre compte qu'il existe d'autres façons de pratiquer, en matière de consommations énergétiques, de transport, etc. C'est un changement d'état d'esprit* » estime Claude Stevenoot.

Le plan social n'est pas oublié avec, pour les initiatives les plus récentes, une formation des adhérents concernant la marche à suivre en ce qui concerne l'application des lois Handicap et Senior, ou encore sur la certification « ISO 26000 » relative à la RSE (Responsabilité sociétale des entreprises).

Maillage Territorial : Corners EPI et Electricité

Directement relié à la notion de développement durable, le déploiement des corners EPI et Electricité s'inscrivent dans le cadre du plan de Business Durable 2011-2015 et du maillage territorial. Les phases de tests en 2010 se sont en effet révélées très concluantes, les niveaux de CA avec des marges additionnelles étant au rendez-vous pour les adhérents qui ont intégré dans leur point de vente ces corners complémentaires à leur activité principale. « *A travers le maillage territorial et le concept innovant et exclusif des Corners, l'objectif de Groupe Socoda est d'étendre les compétences de ses adhérents et d'augmenter la fidélisation de leurs clients en proposant une offre de produits pertinente, complémentaire et adaptée à leur métier, packagée tout en un et intitulée « Secteur Pro ». L'idée est de garder le client captif et fidèle en évitant qu'il ne fasse ses achats complémentaires ailleurs !* » L'objectif du groupement à court terme est de développer

d’autres corners pour d’autres métiers/produits, afin que les clients s’approvisionnent toujours plus facilement chez les adhérents Socoda et non à la concurrence.

Agnès Richard

Addok, synergie et addition de puissances d’achat

Première plate-forme de référencement pour le négoce indépendant sur le secteur de la fourniture industrielle, Addok réunit Socoda et Cofaq, qui en sont les actionnaires à parité depuis 2008.

L’objectif affiché de la centrale Addok est de capitaliser sur les synergies des deux groupements pour gagner en puissance d’achats, peser sur les marchés et les fournisseurs industriels en amont, et se démarquer toujours plus de la concurrence des grands groupes intégrés. D’ailleurs, depuis le 1er janvier, les adhérents Socoda ont accès à la plateforme Hex-Appro de Cofaq. 90 ouvertures de compte sont déjà enregistrées.

Avec 160 fournisseurs partenaires qui contribuent à la stratégie d’approvisionnement des deux associés, Addok représente un chiffre d’achat réparti équitablement entre Groupe Socoda et Cofaq.

International : Euro Craft et Imelco

Créée en 1995 à l’initiative de Groupe Socoda et du groupe allemand E/D/E, la société Eurocraft est une structure de coopération tournée vers les marchés professionnels de distribution de fournitures au bâtiment et à l’industrie. Elle est composée de six partenaires européens, qui mènent une stratégie d’achats commune auprès de fournisseurs européens référencés : Groupe SOCODA, pour la France, E/D/E, pour l’Allemagne, Luna, pour la Suède et les pays scandinaves, Necomij, pour les Pays-Bas et la Belgique, Cecofersa, pour l’Espagne et le Portugal, THS Tools, pour le Royaume-Uni.

Cette structure est animée et coordonnée par un manager achat Europe basé à paris. Eurocraft réalise un chiffre d’affaires cumulé de plus de 9,5 milliards d’euros.

De son côté, Imelco, fondé par Groupe Socoda, Eltkontor et Emma, fête en 2011 ses 20 ans. Elle représente la première force européenne indépendante de distribution en matériels électriques, avec 6 milliards d’euros de chiffre d’affaires cumulé et 16% du marché européen.

Basé à bruxelles, ce groupement s’est agrandi début 2010 avec l’affiliation du groupe Gemcell, nouveau membre en Australie, et réunit à présent 12 partenaires dans 17 pays, engagés dans la voie d’une coopération durable : Socoda Electricité (France), Imagro (Pays-Bas), Mitegro (Allemagne), Inter Elektro (Pologne), Anew (Grande-Bretagne), Grudilec (Espagne), Elex Italia (Italie), Mentavill (Hongrie), Ahlsell (Suède), Gibed (Belgique), Electroclub (Espagne), Gemcell (Australie).