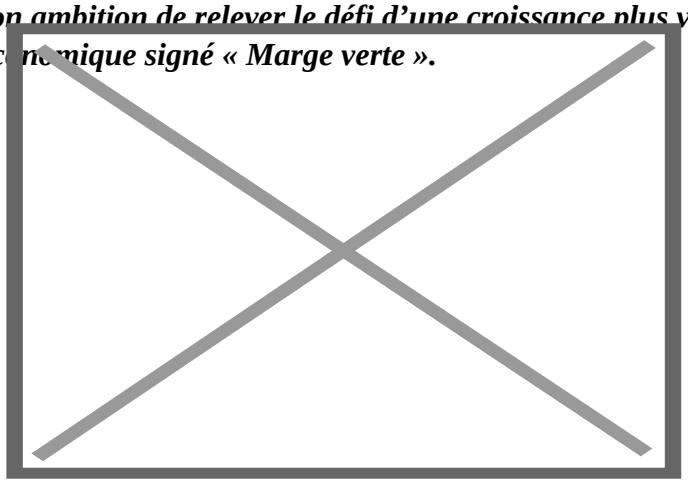
avril 2012

# Groupe Socoda

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

## En plein dans le vert

***La 8e convention Socoda a réuni au Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte plus de 3 000 personnes en deux jours. Chacune sur leur stand, les équipes des 160 adhérents ont reçu les fournisseurs sur fond de business durable. Cette convention a été effectivement l'occasion pour le groupe de réaffirmer son ambition de relever le défi d'une croissance plus verte et de mettre en avant son nouveau modèle économique signé « Marge verte ».***



La 8e Convention Socoda, qui s'est déroulée les 13 et 14 mars au Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte, a été l'occasion de ré-affirmer l'ambition du groupe : être le premier groupement d'entreprises indépendantes 100% responsable à l'horizon 2015. On ne change pas une stratégie porteuse d'avenir. Lors de ces 48 heures, la fameuse équation Economie + Ecologie = Business durable, lancée lors de la précédente Convention en 2010, a donc mis en avant des pistes d'actions bien concrètes. « En lançant cette invitation, en 2010, je me doutais bien que je n'allais pas être accueilli les bras ouverts par l'ensemble des acteurs de nos marchés » rappelle Philippe de Beco, en avant-propos dans son ouvrage la Marge Verte. Ce livre traduit la vision du groupe en matière de Business Durable et sera diffusé dans le réseau pour donner un nouvel élan à une démarche, il est vrai de longue haleine. Plus qu'un recueil de réflexions et d'expériences déjà menées au sein du réseau, il a ainsi pour vocation de prouver qu'il est concrètement possible aujourd'hui de combiner écologie et économie à l'échelle d'un business model repensé.

Clin d'oeil à la Marque jaune, la bande dessinée de Blake et Mortimer, la Marge Verte devient donc le nouvel étendard du groupement pour porter sur le terrain cet engagement. De même que la marque jaune - une lettre grecque entouré d'un cercle dessiné à la craie jaune - signe les actions du fameux Olrik, le logo de la Marge Verte vient signer les actions et initiatives durables de Socoda. Elle sera amenée sans doute à occuper une place de plus en plus centrale dans la communication, associée à la nouvelle mascotte verte. « *La Marge verte, c'est la concrétisation de notre engagement, une manière originale d'affirmer haut et fort qu'il est possible de défendre des valeurs durables tout en continuant à faire du business et donc en dégageant de la marge* ».

**Une marge de développement**

L'ouvrage la Marge Verte reprend les grands axes du Plan de développement 2011-2015, le plan de Business

durable, qui s'appuie sur trois grands piliers : citoyenneté, expertise, innovation. « *Pour nous, aujourd'hui, la distribution doit remplir trois fonctions : elle doit être citoyenne, elle doit être experte, elle doit être innovante. Le business durable c'est un état d'esprit, un comportement, une source de croissance tout en maîtrisant notre impact sur la planète* » explique Philippe de Beco en précisant toutefois : « *Le mot le plus important, c'est business* ».

Cette démarche volontariste, plus ou moins affirmée, n'a peut-être pas été au coeur de tous les échanges que les 160 adhérents ont eu, sur leur stand, avec les fournisseurs lors de cette convention. Néanmoins, tous ont été invités à signer la nouvelle charte d'engagement, à la suite de Philippe de Beco et Maud Fontenoy, présidente de la Fondation éponyme dont Groupe Socoda est membre fondateur et dont la mission est de promouvoir des actions en faveur de la protection du littoral et l'aide aux enfants malades. Rappelons que ce partenariat a été mis en oeuvre dans le plan de développement durable 2005-2010 (emploi solidaire, maillage territorial et mécénat).

La précédente charte avait suscité l'adhésion de 140 adhérents sur un total de 150 à l'époque. Pour les adhérents, la nouvelle charte prend la forme de 18 engagements optionnels permettant de réduire l'impact de l'activité sur l'environnement, chacun à son niveau. En signant, l'adhérent s'engage à réaliser ceux qu'il est en mesure d'appliquer : participation au développement du tissu économique et associatif local, formation des collaborateurs à l'éco-conduite, réalisation du bilan carbone et réduction des émissions de CO2, préférence à choisir des prestataires régionaux à qualité et compétences égales, déploiement de solutions éco-responsables dans la plupart des familles de produits... Cette charte sera affichée dans les points de vente tandis que les trois animateurs réseaux seront chargés de suivre les adhérents et de les inciter à tenir leurs engagements. « En quelques années, l'état d'esprit a complètement changé. Aujourd'hui, le développement durable est appliqué dans nos entreprises. Il nous semble que le concept de Business durable est très bien accueilli, par les adhérents comme par les fournisseurs. Pour la simple et bonne raison qu'il démontre que chacun, à son niveau, a la possibilité et le devoir de s'impliquer et repense la façon de concevoir, créer et distribuer les produits de façon durable. Mais il y a un réel manque d'information chez certains adhérents et artisans, c'est pour cette raison que nous avons lancé une Charte Eco-responsable ainsi qu'un guide d'aide à l'éco-responsabilité pour que l'ensemble de la filière ait toutes les cartes en main » souligne Claude Stevenoot, directeur de Groupe Socoda.

**L'implication de la filière**

Disponible en avril, le Guide Eco-Responsable, nouveau guide thématique, sera diffusé pour son premier tirage à 50 000 exemplaires. Sa vocation est d'expliquer aux adhérents et aux clients comment mieux vendre les produits concernés, les avantages pour les clients... *« Les clients de nos adhérents doivent rentrer eux aussi dans cette démarche. Ce guide est fait pour les éduquer et faire en sorte qu'ils pratiquent également un business durable. C'est une démarche à valeur ajoutée* ».

Si la mise en avant dans les agences de produits et services éco-responsables fait partie de la charte éco-responsable, cette démarche n'est pas toujours facile à mettre en oeuvre en amont. « *Sur 650 000 références, il est difficile de vérifier les déclarations des fournisseurs. Nous sommes tous dans une démarche volontariste, dans du déclaratif* » reconnaît Claude Stevenoot.

Néanmoins, les sacres Socoda ont accordé une large part à des produits respectueux de l'environnement (voir encadré). De même, le premier guide éco-responsable lancé en 2010 autour de 1â€¯100 produits avec la volonté de laisser aux adhérents le soin de construire leur propre catalogue par métier a été suivi par 35 à 40 adhérents. Pour la deuxième édition, cette sélection intègre des innovations qui répondent à des critères plus sélectifs en matière de développement durable. Certains de ces produits éco-responsables pourront également être mis en avant lors des différentes opérations commerciales, comme celle des Experts par exemple. Là encore, les initiatives des adhérents peuvent permettre de faire la différence sur le marché. François Coutant, gérant de Legoueix, adhérent Socoda d'Ile de France n'envisage-t-il pas de fêter le 150e anniversaire de la

société en lançant une opération avec 150 produits verts ?

*Agnès Richard*

**Une croissance à deux chiffres**

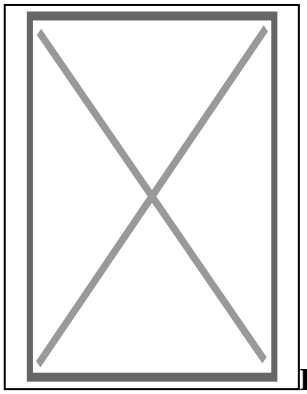
Affichant un chiffre d'affaires de 2,8 milliards d'euros, en croissance à deux chiffres, Groupe Socoda avec ses 160 adhérents et ses 650 points de vente, affiche une évolution positive sur l'ensemble de ses sept départements. Seul le sanitaire-chauffage est stable sur un marché global en hausse de 3%. Le secteur Electricité qui intervient sur un marché annoncé en croissance de 5% affiche ainsi une hausse de chiffre d'affaires de 8,5%, la Décoration se situe à +12% (marché à +8%), la branche Outils-Pro est à +10,5% (marché à +7%) et le négoce technique à +17,8% dans un contexte global évalué à +11%. De son côté, en volume, la sidérurgie annonce un gain de 7% sur un marché étal. « Fin 2011, nous avons retrouvé le niveau de 2008 » explique Philippe de Beco. Et l'année 2012 a bien démarré, avec un mois de janvier jugé excellent suivi d'un février moyen. Mars se révèle toutefois plus difficile, évolution surtout liée à l'activité Bâtiment.

***Addok : une alliance fertile***

*La centrale Addok, détenue par Socoda et Cofaq, a réalisé un chiffre d'affaires achats de 220 millions d'euros pour 150 fournisseurs. « Notre alliance est fertile, nous prévoyons d'autres actions ensemble » explique Philippe de Beco.*

*Ainsi, les deux groupements sont en train de mettre sur pied un système pour que tout adhérent en phase de transmission d'entreprise puisse la céder en priorité aux adhérents de son groupe ou à ceux de l'autre groupe.*

*Par ailleurs, Cofaq et Socoda envisagent également de faire des achats groupés qui pourraient aller jusqu'à concevoir ensemble une MDD.*



**La Marge Verte : Quand l'écologie rencontre l'économie**

Philippe de Beco, Président de Groupe Socoda, publie un ouvrage militant adressé à tous les acteurs de bonne volonté qui souhaitent combiner écologie et économie au sein d'un modèle économique entièrement repensé. En introduction de cet ouvrage dont la préface est signée de la navigatrice Maud Fontenoy, son auteur livre une véritable profession de foi à travers ces mots : « *Parce que le climat de défaitisme et de dépression ambiante n'est pas supportable, nous affirmons haut et fort qu'un autre modèle économique est possible. Oui, il est possible d'être chef d'entreprise et écolo-compatible. Oui, il est possible de repenser en profondeur notre activité sans nuire à notre productivité. Oui, il est possible d'intégrer le développement durable à notre modèle économique, bref, de faire du « vert » et du « durable » tout en pérennisant et en développant nos entreprises* ».

Distribué gratuitement dans l'ensemble du réseau Socoda, « La Marge Verte » est également disponible en

téléchargement gratuit sur www.lamargeverte.com et peut être obtenu en version papier sur simple demande auprès de Groupe Socoda.

**Sacres 2012**

Depuis 2004, les Sacres Socoda récompensent, à travers le vote des adhérents, les produits les plus innovants des secteurs du bâtiment et de l'industrie. Cette année, les produits sacrés seront mis en avant à travers une opération spéciale qui sera diffusée dans tout le réseau.

**Catégorie Aciers**. La société JK Technic est récompensée pour son caillebotis polyester moulé réalisé en résine armée de fibre de verre. Moulé sous forme de panneaux, il a une excellente résistance à la corrosion notamment aux agressions chimiques.

**Catégorie Décoration**. Duralex Peinture reçoit le sacre pour sa peinture DXElectro, électro-magnétique, anti basse et haute fréquence.

**Catégorie Electricité**. Le sacre est décerné à Schneider Electric pour la borne de recharge pour véhicule électrique résidentiel EV Link.

**Catégorie Industrie**. Gardner Denver est récompensé pour son compresseur à vitesse variable « tout en un ».

**Catégorie Outils Pro**. Le sacre revient à Tubesca pour l'échafaudage télescopique X'Tenso Tower.

**Catégorie Sanitaire Chauffage**. Hansgrohe est sacré pour le mitigeur thermostatique de douche Ecostat Select.

**Catégorie Business Durable**. La récompense revient à Friedland pour le détecteur de présence sans fil et sans piles Sensolux.