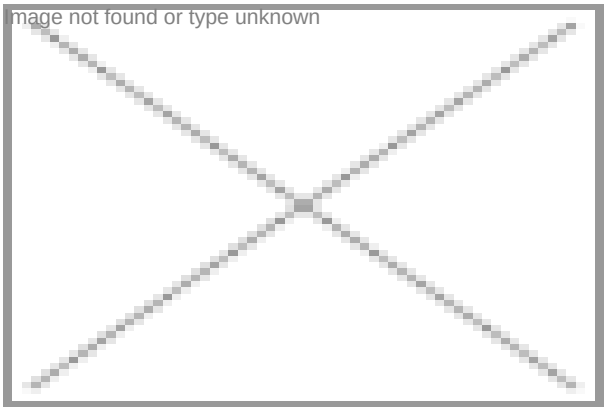
Reportages point de vente - décembre 2010

ID Soudage (Roche lez Baupré - 25)

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

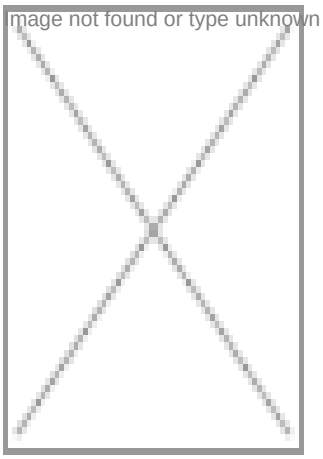
Le distributeur franc-comtois a trouvé ses marques



Créé en 2005, ID Soudage se positionne aujourd'hui comme l'un des spécialistes de l'univers du soudage en Franche-Comté en s'appuyant notamment sur la mise en avant de marques fortes, commercialisées parfois exclusivement. Depuis cette année, le distributeur a également développé un pôle EPI et rejoint le réseau Socoda, dans le but d'améliorer encore son positionnement et sa réactivité sur son marché, à travers notamment un renforcement de ses actions marketing.

L'enseigne ID Soudage apparaît bien visible sur le bâtiment flambant neuf de 5 00 m2, en bordure de la Route nationale 83 qui relie Belfort (Territoire de Belfort) et Lons-le-Saunier (Jura), à Roche-lez-Beaupré, tout près de Besançon (Doubs).

ID comme Innovation et Développement. On pourrait dire aussi comme Initiative Donard. ID Soudage a en effet été créée en 2005 par Nicolas Donard, alors âgé de 25 ans. Et ce n'est pas la reprise d'une affaire familiale qui a motivé le jeune chef d'entreprise mais l'entrée en scène de plusieurs facteurs conjugués à une farouche envie d'entreprendre.
« J'ai toujours eu envie de créer ma propre entreprise. Et l'opportunité a fait que j'ai pu démarrer rapidement » confirme-t-il.



Titulaire d'un BTS technico-commercial en génie mécanique et électrotechnique, le jeune homme fait ses premiers pas dans l'univers professionnel d'abord dans l'industrie, chez un fabricant de machines spécialisées notamment dans le traitement des métaux puis dans la distribution, chez un grand groupe de fournitures industrielles. C'est là que survient l'opportunité de devenir représentant exclusif de la marque Kemppi en Franche-Comté. Une carte

que saisit Nicolas Donard, qui créée alors son entreprise, en association avec un autre jeune, Antony Jeantet, lui particulièrement au fait de l'aspect technique des équipements pour la soudure. Depuis, ID Soudage est devenu Kemppi Premium Dealer, un label attribué par la marque à ses distributeurs répondant à tous ses critères en terme de SAV, tenue d'un stock de pièces détachées, démonstrations sur site... En tant que responsable technique de l'entreprise, Antony Jeantet entretient notamment tout le parc des postes à soudure Kemppi pour la Franche Comté et plus globalement tous les équipements installés par ID Soudage. Aujourd'hui, cette activité maintenance-réparation représente 15% du chiffre d'affaires de l'entreprise, un poids d'autant plus intéressant qu'il s'agit de marge nette.

Défendre nos marques

Des deux fondateurs d'origine, l'entreprise s'appuie désormais sur sept personnes et affiche une activité en progression continue de l'ordre de 30% depuis sa création. Sauf en 2009 où, contexte économique oblige, le développement n'a été que de 15% pour atteindre 1,1 million d'euros de chiffre d'affaires (pour 4,5 salariés). ID Soudage a, il est vrai, étoffé peu à peu sa palette de produits et son équipe pour devenir un véritable spécialiste du soudage capable de présenter une offre complète, du matériel à la maintenance. A la carte Kemppi se sont donc ajoutées d'autres cartes : Pferd (abrasifs), Le Lorrain (soudure flamme), FSH (métaux d'apport), Hypertherm (coupage plasma), Binzel (torches), Beta Tools (outils à main), Metabo (électroportatif)...
« En Franche-Comté, nous avons aussi la chance de pouvoir travailler avec des entreprises locales sur la brasure, les électrodes enrobées, les pinces de masse... Cela nous donne une grande réactivité ». ID Soudage référence également des marques complémentaires à l'activité du travail des métaux comme Fischer pour la fixation, Yale en levage...

Avant tout, la stratégie de ID Soudage repose sur des choix. « Le but n'est pas de faire un copié-collé de ce qui se fait ailleurs. Cette stratégie ne pourrait s'effectuer qu'au détriment des prix et des marges. Nous voulons donc ne pas multiplier les fournisseurs sur une même ligne de produits. Notre démarche n'est pas de vendre les marques que veulent les clients mais de défendre les marques que nous proposons». Et si Nicolas Donard reconnaît perdre certains marchés, attirés avant tout par les prix, son entreprise gagne de cette stratégie un positionnement bien différencié et une véritable image dans une région où opèrent déjà plusieurs distributeurs spécialisés, tant indépendants qu'intégrés. « Le client nous perçoit aussi à travers les marques que nous avons poussées chez lui. Par ailleurs, nos fournisseurs sont de vrais partenaires. Nous partageons ensemble par exemple les informations que nous avons sur nos secteurs ».

Côté clients, cette démarche de différenciation contribue sans nul doute à ouvrir les portes de grands donneurs d'ordre, comme les ateliers municipaux de la ville de Besançon. « Mais nous n'oublions pas que notre principal client, c'est l'artisan. Ce qui nous permet de nous adresser à un nombre important de clients. Aucun ne dépasse plus de 8% de notre chiffre d'affaires. C'est important pour nous, nous n'avons ainsi aucune dépendance à un client en particulier ».

Nicolas Donard gère directement les achats et les grands comptes pour l'activivité soudage, appuyé par deux technico-commerciaux qui se répartissent le nord de la Franche-Comté, avec notamment son pôle automobile de Sochaux-Montbéliard-Belfort, et la partie médiane de la région, qui inclut Besançon et tout son pôle micro-technique. Pour l'instant, ID Soudage ne couvre pas encore le sud de la Franche-Comté, au-delà de Dole et jusqu'à Lons-le-Saunier.
« Mais cela fait partie des objectifs de développement à court terme »

2010, un nouveau cap

L'année 2010 marque incontestablement un tournant dans le développement de l'entreprise.

Depuis le début de l’année, ID Soudage a mis en place un pôle EPI animé par deux jeunes femmes, spécialistes de ce marché. « La crise arrivant, j’ai eu envie de créer un pôle différent mais cohérent avec notre cœur de métier, la soudure, pour absorber une perte éventuelle sur notre activité principale. Nous travaillons avec des ateliers de soudage où les personnes sont obligées de se protéger. Nous avions donc une demande pour de l’EPI. Cela nous permet également de proposer plus de services par rapport à notre activité principale,explique Nicolas Donard.
« Mais l’EPI est un vrai métier, avec de nombreuses références. Nos deux spécialistes gèrent donc de façon autonome ce pôle, en terme d’achats, de suivi commercial terrain, de mises en place des stocks, de gestion des expéditions... » ID Soudage est ainsi devenu l'un des seuls, sinon le seul distributeur de la région à proposer un rayon de protection spécialisée pour le soudeur. L’objectif est que l’EPI représente un chiffre d’affaires de 500 000 à 600 000 euros fin 2011. Déjà en 2010, cette activité représentera 25% du chiffre d’affaires global qui devrait atteindre 1,6 million d’euros, renouant donc avec une progression de l’ordre de 35%. Toujours dans dans cette idée de diversifier ses sources de chiffre d’affaires, ID Soudage démarre une activité de distribution de gaz, externalisée toutefois.

Cette extension de son savoir-faire et donc de ses équipes a incité le distributeur à déménager pour s’installer dans des locaux plus spacieux, à Roche-lez-Beaupré, à proximité du lieu d’origine.
« Nous avons eu la volonté de ne pas nous implanter au milieu de tout le monde à Besançon mais à quelques kilomètres de là sur une zone d’activité en plein développement et sur un axe routier important. C’est aussi plus pratique et plus facile d’accès pour nos clients ».

Si le nouveau point de vente dispose de 500 m2 au sol, auxquels s’ajoutent 120 m2 en mezzanine, il a d’emblée été conçu pour être évolutif. Déjà, 120 m2 supplémentaires sont annoncés, en mezzanine, à la fois pour des bureaux, des archives, du stockage... A l’entrée, un vaste espace a été consacré au showroom qui présente l’offre des différents partenaires.
« Le but du showroom est de donner à nos clients un aperçu de ce que l’on fait. Ce n’est pas un libre-service consacré à la vente ».

Adhésion à Groupe Socoda

Autre évolution majeure de l’année 2010, ID Soudage a rejoint en mai Socoda, un groupement auquel adhéraient déjà d’autres distributeurs indépendants que connaît bien Nicolas Donard. Même s’il ne porte pas encore les couleurs du réseau – ce n’est qu’une question de temps – , le point de vente dispose du Label Soudage mis en place par Groupe Socoda pour donner plus de visibilité à ses adhérents spécialisés et affirmer leur expertise dans le paysage concurrentiel.
« Il nous fallait d’autres armes pour nous permettre de mieux nous positionner en terme de prix chez nos clients. Mais mon souhait n’est pas d’être absorbé dans un groupe. Chez Socoda, on reste chez nous. On a le choix ou pas d’adhérer à un plan». Cela tombe bien, la majorité des fournisseurs référencés par ID Soudage le sont aussi par Socoda. « Nous obtenons donc de meilleures conditions, notamment les BFA auxquels nous n’avions pas droit auparavant, sans avoir à changer de cartes. Mais ce n’est pas parce qu’un fournisseur n’est pas référencé par Socoda que ID Soudage s’arrêtera de travailler avec lui ».

Outre les conditions négociées, les animations marketing proposées par Socoda ont particulièrement séduit les dirigeants d’ID Soudage dont les opérations de communication se bornaient jusqu’alors à quelques supports faits maison et à un site internet, conçu pour être une vitrine de l’entreprise. « Pour 2011, nous allons réussir à structurer un plan de communication sur l’année » se félicite Nicolas Donard qui s’apprête à suivre une session de formation mise en place par Socoda pour donner aux adhérents les moyens de maîtriser pleinement les outils de communication qui leur sont proposés. Il compte également s’appuyer sur les catalogues Soudage

et EPI de Socoda, également personnalisés à l’image de son point de vente.

Par ailleurs, le site internet de l’entreprise vient d’être modernisé. Conçu donc pour mettre en avant le savoir-faire du distributeur, il propose des liens avec les catalogues des fournisseurs référencés, les catalogues de Socoda, met en avant les promotions et présente le point de vente. Sur la page d’accueil, ID Soudage présente également des nouveautés qu’il a choisies de mettre en avant, avec des vidéos de démonstration. Si ce site qui apparaît en bonne place dans les moteurs de recherche, grâce à la référence Kemppi, n’est pas marchand, il sera relié à la boutique en ligne de Socoda. « Nous ne traitons que les demandes locales Si nous réussissons à mettre en place un plan de vente en ligne, nous le positionnerons plutôt comme un service à nos clients, notamment en ce qui concerne les accessoires de soudage ».

Une gestion commerciale pointue

Dernière échéance avant la fin de l’année, la mise en place d’un nouveau système informatique qui permettra de traiter automatiquement les réapprovisionnements, les commandes...
« Le but est d’intégrer une gestion commerciale pointue, personnalisée en fonction de chaque client. Nous avons fait le choix d’effectuer des investissements importants à un moment difficile. Mais nous devrions en sortir plus fort lorsque la crise économique sera passée ».

Si ID Soudage n’a cessé de progresser depuis sa création, Nicolas Donard n’entend pas s’arrêter en si bon chemin. Parmi les points à améliorer dans l’avenir, il souhaiterait mettre l’accent sur la logistique, notamment sur les expéditions pour gagner encore en réactivité. Une huitième personne va d’ailleurs arriver sous peu pour s’occuper de la préparation des commandes et plus globalement de la gestion des flux dans l’entreprise. « En nous appuyant toujours sur des marques fortes, notre volonté est également de continuer à progresser techniquement pour apporter des réponses toujours mieux adaptées à nos clients ».
Agnès Richard

Un bâtiment évolutif

Disposant de 500 m2 au sol, le bâtiment de ID Soudage s’ouvre sur un show-room qui donne un aperçu de l’offre des différents fournisseurs et sur un grand bureau administratif organisé en open space de façon à favoriser les échanges d’information entre les membre de l’équipe. En mezzanine, 120 m2 sont réservés à l’EPI avec des cabines d’essayage.

Au rez-de chaussée, derrière le show-room, la zone réservée au stockage représente un bon quart de la surface. « Nous sommes des spécialistes du soudage. Donc notre volonté est d’avoir un stock important et permanent en pièces détachées, métaux d’apports, abrasifs et outils coupants, y compris le mouton à cinq pattes » précise Nicolas Donard.

A côté du stock, la salle de préparation des commandes est accessible directement aux livreurs le matin, sans que ces derniers aient besoin de pénétrer dans le point de vente. L’après-midi, c’est au tour des expéditions de prendre possession de cette pièce. « Nous effectuons les expéditions pour nos clients sous 24 heures ». Une moyenne de 100 à 200 colis sont expédiés par mois, via messagerie essentiellement.

Antre d’Antony Jeantet, l’atelier maintenance et réparation reflète le positionnement de spécialiste du distributeur. Cet espace comprend également une zone d’essais pour les postes à soudure, avec une table à aspiration. « Cette possibilité de réaliser des essais est souvent un argument pour nos clients ».