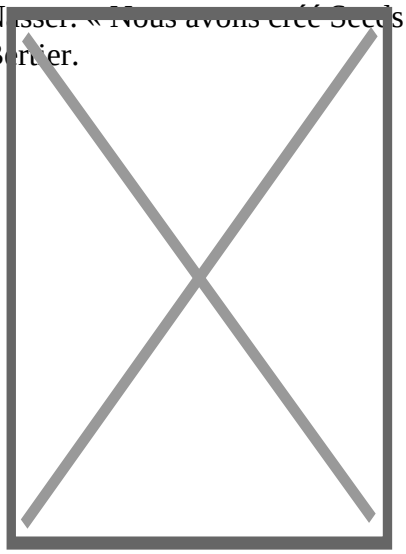
janvier 2012

Seeds Industry

Faire croître la graine du Premium

Créée en 2008 par Nicolas Nasser et Erick Bertier, Seeds rassemble plusieurs marques premium, positionnées dans l'univers de l'équipement et de la protection individuelle. Travaillant sur la sélection des produits, sur la synergie de ces marques entre elles, assurant un stock en France et un service de qualité basé notamment des expéditions panachées, Seeds donne les moyens aux distributeurs de développer une niche de marché à fort potentiel.

Seeds, c'est d'abord une histoire de rencontres, à commencer par celle entre Nicolas Nasser et Erick Bertier, les deux fondateurs de cette jeune entreprise bordelaise. Pour ces deux-là, l'histoire a démarré il y a plusieurs années, les deux amis ayant appris à s'apprécier au gré de leurs carrières professionnelles. C'est donc ensemble qu'ils se lancent dans l'aventure de l'entreprenariat, en 2008, lorsque l'idée de créer Seeds devient une évidence, tant pour répondre à leurs aspirations personnelles que pour satisfaire des besoins identifiés sur le marché du vêtement de travail. Le nom Seeds n'est autre que l'acronyme de Safety Equipment Europe Distribution et évoque bien entendu le mot anglais seeds, autrement dit... graine. « L'idée initiale était de travailler avec des marques inexistantes sur le marché français et de les faire grandir » explique Nicolas Nasser. « Nous avons créé Seeds pour avoir la liberté de faire de vrais choix, nos propres choix » ajoute Erick Bertier.



Un pool de marques premium

Leurs choix s'orientent immédiatement vers la niche du haut de gamme, quasiment inexistante sur le marché français, contrairement à la situation en Scandinavie ou en Amérique du Nord. « *Les artisans, les TPE sont à la recherche d'équipements qualitatifs. Pour un distributeur, ce segment est aujourd'hui une réelle opportunité de chiffre d'affaires et de marge additionnels. Certains ont du mal à aller vers le haut de gamme car leur réflexe premier vise les prix et les volumes. Le haut de gamme est une niche sur laquelle ils peinent à optimiser leurs coûts d'acquisition et leurs stocks* » poursuit Erick Bertier.

Seeds repose donc sur un concept de pool de plusieurs marques premium (vêtements, chaussures, accessoires), dont l'offre est stockée en France, permettant au distributeur de bénéficier d'une seule facturation et la possibilité d'expéditions panachant les produits de ces différentes marques. Cette démarche

est évidemment indissociable de la qualité du partenariat noué avec les fournisseurs, ce qui suppose, là encore, des rencontres, des coups de cœur, de la confiance. « *Nous travaillons sur le long terme. Nous recherchons des marques premium, qui n'ont pas forcément une grande notoriété mais qui sont spécialistes de leur catégorie. Surtout, nous nous mettons à la place de l'utilisateur final. Nous vendons les marques et les produits que l'on aime* » souligne Nicolas Nasser.

Un rôle de sélectionneur

Dès sa création, Seeds devient distributeur exclusif pour la France de Carhartt, marque pour laquelle Nicolas Nasser était jusqu'alors agent. « Carhartt, c'est un état d'esprit, des tissus de haute qualité, des finitions soignées. C'est du vêtement de travail que l'artisan est heureux de porter... Pour développer cette marque, il était indispensable de disposer d'un stock en France et de pouvoir bénéficier de la synergie d'autres marques premium ».

Actuellement, l'entreprise bordelaise travaille donc avec huit marques. Si Carhartt est la seule à officier dans l'univers du vêtement, Seeds a fait le choix de s'appuyer sur plusieurs partenaires en ce qui concerne les chaussures : CAT, Grisport, Red Brick, Crocs et Baffin dont le dénominateur commun est la qualité de fabrication et le confort. Fidèle à ses valeurs de respect et de fidélité vis-à-vis de ses partenaires, l'entreprise bordelaise ne représente aucune marque concurrente mais joue la carte de la complémentarité, en s'appuyant sur les forces de chacune : endurance pour CAT, look randonnée et sport pour Grisport, tendance pour Red Brick, grand froid pour Baffin, légèreté pour Crocs... « *Nous ne sommes pas qu'un simple porte-drapeau de nos fournisseurs. Nous estimons qu'en terme de services, la sélection du produit est essentielle. Nous essayons ainsi d'avoir les meilleures références pour chacune des marques. Notre valeur ajoutée, c'est d'offrir à nos distributeurs la meilleure offre de marques niches haut de gamme. Nous essayons de couvrir l'ensemble de leurs besoins sur ce segment* ». Seeds prolonge d'ailleurs son rôle en assurant une veille de marché afin de proposer une offre évolutive en phase avec les attentes des distributeurs et de leurs clients utilisateurs.

Le positionnement complémentaire des produits de l'offre Seeds permet également à chaque fabricant de bénéficier de la synergie des autres marques. Le distributeur qui est intéressé par les chaussures peut ainsi s'approvisionner en vêtements, bénéficier d'une seule facturation et d'une expédition unique.

Du B to B au détail

Le service est une autre composante essentielle de la démarche de Nicolas Nasser et Erick Bertier. Dans ce contexte, pas question de passer sous silence une autre rencontre : depuis 2009, Seeds a choisi de travailler avec CA Logistiques, entreprise dirigée par Stéphane Van Overstracten (voir encadré). « *Nous sommes réalistes. Nous avons choisi d'externaliser les métiers que les autres savent mieux faire que nous* » confient les deux associés. C'est le cas de la comptabilité et donc de la logistique. « *Cela nous donne une souplesse de fonctionnement et nous permet notamment de gérer plus facilement les différents niveaux d'activité ». 70% des ventes sont effectivement concentrées sur la période septembre-mars. « Par ailleurs, nous avons eu des progressions de chiffre d'affaires importantes. Ce n'est pas toujours facile à gérer en terme de stocks* ».

L'état d'esprit de Stéphane Van Overstracten est proche de celui des créateurs de Seeds. *« CA Logistiques a été créée dans l'idée de mutualiser les activités logistiques de clients ayant des activités différentes, en B to B et B to C* » explique-t-il. 80% des clients de CA Logistiques exerce en B to C, ce qui exige une réactivité importante, un sens du détail, une capacité d'envoi à l'unité... Ce savoir-faire est évidemment précieux pour une entreprise comme Seeds qui, bien que positionnée uniquement en B to B, livre aussi bien par palettes qu'à l'unité. « *Seeds, c'est aussi du B to B au détail. Nous adaptons les forces de la livraison B to C à la livraison B to B* » explique Stéphane Van Overstracten. « *Nous travaillons également dans le domaine de la pharmacie pour lequel nous expédions 300 à 400 commandes par jour sur un assortiment de 8 000 références. Dans tous les cas, nous mettons en place des solutions adaptées pour favoriser le développement*

de nos clients. Nous sommes des partenaires àpart entière et nous faisons partie intégrante de leur activité. D'ailleurs, tout leur actif est chez nous... ».

Une qualité de service différenciatrice

Si CA Logistiques gère au total 92 000 références pour 25 clients. Seeds représente environ 1 200 références actives et ses expéditions sont en constante augmentation, +40% en 2011 et plus encore en 2012. « *La particularité de Seeds, c'est le franco très bas et la diversité des produits qui composent la commande. Cela suppose de trouver le bon emballage, avec le bon calage, le bon suremballage...* ». Grâce à son partenaire logistique, l'entreprise a les moyens de profiter de l'expérience d'autres secteurs d'activité et de bénéficier d'effets de volumes. Expédiant plus de 12 000 commandes par mois en B to C, CA Logistiques permet ainsi à son client B to B de bénéficier, pour un coût identique, de sa large palette de transporteurs, y compris les messageries express adaptées à des envois de petites quantités. « *Nous regroupons plusieurs marques haut de gamme, c'est plus facile à gérer pour le distributeur mais bien entendu, nous ne livrons pas uniquement ces produits de niche par palette...* » ajoute Nicolas Nasser.

Le savoir-faire de ce partenaire donne les moyens à Seeds de proposer un excellent service à ses distributeurs. 95% des clients disposent d'une livraison complète en moins de dix jours, sachant que ce délai se résume souvent à 3-4 jours. « *Ce savoir-faire nous permet de nous différencier sur le marché. Nous proposons plusieurs marques haut de gamme, avec un excellent taux de disponibilité et de rapidité de livraison. Nous représentons uniquement des marques premium. La régularité de la qualité de service est donc primordiale* » apprécie Nicolas Nasser. « *Cette solution est appréciée de nos clients,* confirme Erick Bertier. *Mais cette qualité de service et cette souplesse de livraison incitent parfois les distributeurs à ne plus stocker les gammes en magasin. Or, nos produits ont besoin d'être montrés, vus, touchés dans le point de vente* ».

Un potentiel de développement important

La relation de Seeds avec les distributeurs obéit à cette même logique de confiance et de fidélité. Œuvrant pour la pérennité de l'implantation des marques qu'elle représente, Seeds optimise la distribution par zone géographique pour éviter toute concurrence nuisible aux prix et aux marges.

En cours de développement, l'entreprise est présente dans tout l'hexagone, mais bien entendu pas partout avec la même densité. Son objectif est de travailler avec les leaders par segment de marché. « *Nous avons le portefeuille de fabricants qui nous convient et les moyens de bien servir nos clients, avec un pool de marques fortes, des produits bien sélectionnés, stockés en France... Nous visons donc une implantation optimale par segment, dans toutes les villes de France* » souligne Erick Bertier. L'entreprise vise deux segments de marché en priorité : l'outdoor et le BTP. Pour accompagner ses distributeurs, elle édite un catalogue général, reprenant les produits en stock, avec une mise en page conforme à son image premium : couverture noire, format poche, un produit par page... Elle met également à leur disposition un présentoir Carhartt et un présentoir Seeds multiproduits. « *Et nous sommes prêts à nous engager avec nos distributeurs en créant des displays personnalisés, adaptés aux contraintes de surface et au merchandising* ».

Depuis fin 2010, Seeds permet aussi au distributeur de télécharger les fiches techniques de ses produits, via son site internet (www.seedsindustry.com). Les produits sont mis à jour en temps réel. Par ailleurs, sur le salon Expoprotection, l'entreprise a mis en scène son assortiment sur son stand, comme s'il était présenté en magasin, de façon à montrer au distributeur l'intérêt de présenter une gamme premium complète. « *Les artisans et les TPE, PME/PMI sont sensibles à la qualité du produit, à sa durée de vie, à son style mais restent peu visités par les distributeurs EPI. Donc potentiellement, le développement de ces produits est très important, le niveau de marge élevé, la conquête de nouveaux clients facilitée* ».

Agnès Richard

Huit marques premium réunies

Vêtement de travail :
- Carhartt : cette entreprise américaine créée en 1889 poursuit son développement en restant fidèle aux valeurs de son fondateur : des matières durables (fibres coton...), des finitions renforcées... La marque fabrique des vêtements de travail qui se distinguent par leur coupe confortable et fonctionnelle, et par leur longévité inégalée. Ils peuvent être portés pendant et en dehors du travail.

Chaussures :
- CAT est le leader mondial des équipements industriels lourds depuis plus de 100 ans. Cat Footwear fabrique des chaussures à partir de ces mêmes valeurs. La marque décline une gamme complète de chaussures destinées aux professionnels, de qualité, qui résistent à l'épreuve du temps.
- Grisport : l'entreprise italienne a apporté à l'univers de la sécurité tout son savoir-faire en terme de confort, issu de son expérience en matière de chaussures de randonnée et de loisirs.
- Redbrick : la marque marie la carte du look sportif avec un style bien dans l'air du temps, tout en répondant à toutes les exigences des normes européennes (EN 20345) côté sécurité.
- Baffin est le leader mondial de la chaussure de grand froid. Depuis plus de 100 ans, Baffin est à l'avant-garde des dernières technologies, et propose une gamme de bottes avec des performances techniques exceptionnelles, tout en restant légères et confortables.
- Crocs : célèbres pour le matériau révolutionnaire qui les compose, une résine à cellules fermées, ces chaussures offrent un grand confort d'utilisation et permettent de réduire la fatigue en position debout.

Accessoires :
Kuny's Leather : depuis plus de 20 ans, cette entreprise fabrique des produits innovants, de qualité et abordables destinés à faciliter le travail des professionnels. Les trousses à outils souples, caisses à outils, sacs, et gants ont été élaborés dans les meilleurs matériaux (Cordura® 1000 Denier Dupont, Nylon balistique 1680D, Polyester 600D, cuirs pleine fleur, fils Nylon #207, attaches métalliques haut de gamme).
Duray : cette société canadienne conçoit et fabrique une variété de chaussettes en pure laine vierge ou en mélange de fibres techniques, destinées au monde du travail.

La logistique, un facteur de compétitivité

CA Logistiques a été créée par Stéphane Van Overstracten pour proposer à des entreprises d'horizons divers les services d'une plate-forme externalisée. La société fournit une prestation sur mesure à ses clients quel que soit leur secteur d'activité et permet à tous de bénéficier de l'expérience des autres tout en leur proposant des outils modernes de gestion de leurs stocks (traitement en temps réel des commandes, retour temps réel des informations, gamme complète de transporteurs disponibles, gestion des fluctuations...).

CA Logistiques travaille avec 25 clients dont 90% sont implantés en Gironde. « Externaliser la logistique est entré dans les mœurs. Mais le choix des entreprises se porte surtout sur un prestataire situé à proximité de son entreprise ». Fort de son savoir-faire en matière de gestion des flux e-commerce, Stéphane Van Overstracten vient de créer l'association ecom33.org, regroupant les e-commerçants girondins, et vise à favoriser les échanges entre eux.