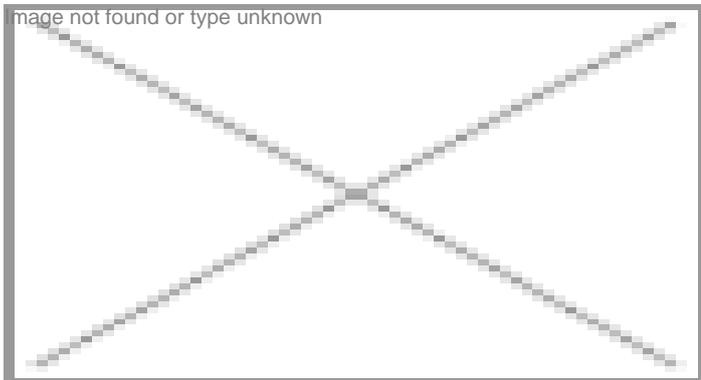


Bosch Rexroth

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Organismes professionnels](#)

?Le négoce technique à l'heure de l'Industrie 4.0

Depuis 2006, Bosch Rexroth organise sa Convention des dirigeants de la distribution pour partager avec eux sa vision et sa stratégie pour l'avenir. Un temps d'échanges, placé cette année sous les auspices de l'Industrie du futur et de la digitalisation des activités, qui a incité fabricant et distributeurs à réfléchir sur l'évolution de leurs rôles réciproques dans un monde en pleine mutation.



Les 26 et 27 octobre dernier, Bosch Rexroth a réuni ses distributeurs lors de sa convention annuelle des dirigeants de la distribution. Le spécialiste mondial des applications mobiles, de l'ingénierie, des équipements industriels, de l'automatisation et des énergies renouvelables avait choisi le cadre de la Tour Eiffel, un lieu emblématique et porteur de sens pour l'entreprise. Bosch Rexroth a en effet rénové la motorisation de l'ascenseur ouest de la

dame de fer. Le fabricant a conçu un système hydraulique capable de monter l'ascenseur du rez-de chaussée au 2e étage. « Le deuxième symbole de ce lieu, c'est prendre de la hauteur pour échanger sur notre vision stratégique, sur l'avenir et prendre du temps. Nous voulons cette convention comme un temps d'échanges avec les distributeurs qui sont un pilier essentiel de notre développement » souligne Michel Baltz, président de Bosch Rexroth France.

La thématique choisie est bien d'actualité. Comment les uns et les autres, dans leurs entreprises, sont-ils impactés par l'accélération de la digitalisation et des échanges numériques ? Des opportunités peuvent-elles naître de cette révolution ? Depuis la première convention du fabricant, en 2006, nombre de bouleversements sont il est vrai survenus, la crise économique certes, mais aussi des révolutions technologiques. Pour preuve, en 2006, Facebook balbutiait. Et le premier smartphone a été lancé en 2007 ! « Nous prenons conscience que plus aucun fournisseur ne peut aujourd'hui prétendre être incontournable. Nous pouvons être contrés par des gens que nous ne voyons pas venir, peut-être parce qu'ils n'existent pas encore... Au temps des Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple), nous existons toujours car nos fondamentaux sont très forts. La performance de nos produits et notre accompagnement technique et humain demandent un investissement sur le long terme que ne maîtrisent pas encore les Gafa. Plutôt que dire adaptons-nous à ces changements, utilisons cette rupture des nouvelles technologies comme un levier pour renforcer nos fondamentaux ! »

Un acteur majeur de l'Industrie du futur

Heiko Carrie, président de Bosch France, estime effectivement que cette accélération peut créer les opportunités de croissance des dix prochaines années. « Le numérique bouleverse notre offre, notre schéma de vente, notre relation avec nos clients. La digitalisation pourrait générer un milliard d'euros d'économie dans nos 250 usines dans le monde d'ici 2020. » Le groupe développe

concrètement sur ses sites son expérience en solutions de gestion de la production en série, customisation, service client, maintenance prédictive, gestion des stocks ou conception d'objets connectés. En France, le fabricant est déjà un acteur majeur de l'Industrie du futur et est tout aussi impliqué, en Allemagne, dans le projet Industrie 4.0. qui vise à mettre en place des usines intelligentes basant leur performances sur des ressources interconnectées et communicantes et l'analyse de bases de données « Nous sommes également un industriel confronté au défi de la compétitivité de ses sites en France » précise Heiko Carrie en rappelant que le groupe Bosch est le premier employeur industriel allemand dans l'Hexagone, avec 8 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 3 milliards d'euros. « C'est à ce titre que nous souhaitons fédérer les industriels français autour de l'Industrie du Futur en les invitant à découvrir comment, dans nos usines, nous avons utilisé les différentes briques technologiques à notre disposition pour inventer des solutions connectées qui répondent à des objectifs précis. Nous avons fait le choix de partager notre vision, nos savoir-faire et notre retour d'expérience pour favoriser l'échange d'idées et les partenariats, afin d'accélérer le renouveau de l'industrie en France.» En développant la connectivité dans l'ensemble de ses process, Bosch estime pouvoir, à terme, augmenter sa productivité de 30%. « Et nous voulons augmenter notre chiffre d'affaires de 20% d'ici 2020, une croissance portée par les métiers traditionnels du groupe et par l'apport d'activités nouvelles. » A noter que dans le livre blanc qu'il a écrit sur ce thème – « L'usine connectée, prêt ? », le groupe...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la
revue](#)