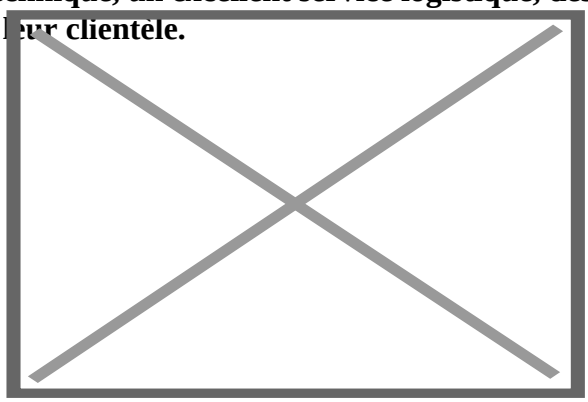
avril 2014

Tesa

Accueil / BBI / Produits / Adhésifs

Le technicien de l’adhésif

Leader sur le marché européen de l’adhésif, tesa développe une offre complète répondant aux besoins spécifiques du grand public et de l’industrie. Déployant un marketing de plus en plus orienté client, la marque cherche également à accompagner au mieux ses distributeurs en leur apportant un support technique, un excellent service logistique, des outils d’aide à la vente et un assortiment produits adapté à leur clientèle.



Le premier fabricant européen de rubans adhésifs, qui se positionne également à la seconde place mondiale, affirme sa volonté de se développer de plus en plus sur des solutions techniques en accompagnant les distributeurs dans cette démarche. Depuis 75 ans, tesa concentre ses forces sur une expertise unique, l’adhésif, sur laquelle repose la totalité d’un chiffre d’affaires, qui a atteint un peu plus d’un milliard d’euros en 2013. « tesa est un spécialiste de l’adhésif, avec des gammes très larges et de plus en plus techniques » explique Jérôme Zamberlan, Directeur des ventes Industrie de tesa en France.

Pour le fabricant allemand, société du groupe Beiersdorf, le ruban adhésif se décline en plusieurs gammes. Allant du fameux ruban adhésif d’emballage jusqu’aux solutions techniques telles que la fixation permanente (par exemple, pour l’industrie et la construction, en passant par l’électronique utilisée pour fixer la dalle des tablettes numériques). 75% de ses ventes sont ainsi orientées sur l’industrie et 25% sur le grand public.

Une répartition à laquelle n’échappe pas la filiale française du groupe qui, en juin 2013 a déménagé de Savigny-le-Temple à Lieusaint, en Seine-et-Marne, pour faire face à sa croissance. En cinq ans, tesa France est passée d’une trentaine à une cinquantaine de personnes et réalise aujourd’hui un chiffre d’affaires de 30 millions d’euros.
Une organisation orientée client

S’adressant à des cibles variées et aux exigences très différentes, tesa France s’appuie sur deux branches bien distinctes. Le pôle Grand Public & Artisans qui s’adresse aux enseignes du secteur grand public (GSA, GSB, papeteries) ainsi qu’aux distributeurs professionnels ayant une approche libre-service comme les négoces en matériaux, grossistes en décoration ou quincaillerie. Le second pôle s’adresse, quant à lui, aux marchés phares de l’industrie (l’automobile, l’électronique, l’impression) et deux nouveaux secteurs, créés cette année : les transports (aérien, ferroviaire, maritime) et le Bâtiment (portes, fenêtres, cloisons...). Le pôle industrie est organisé autour d’une équipe dédiée d’une part, à la spécification auprès des donneurs d’ordres, et d’autre part, au réseau de distribution généraliste et spécialiste. « Depuis quatre ans, tesa travaille au

lancement de produits techniques à forte valeur ajoutée qui nous ont permis d'attaquer certains marchés comme ceux du bâtiment » poursuit Jérôme Zamberlan.

Une marque forte

Au-delà de son expertise technique, l'autre atout du groupe repose sur la notoriété de la marque tesa, mondialement reconnue par les industriels pour la qualité de ses adhésifs. Cette marque véhicule une gamme complète de quelque 7 000 références permettant aux distributeurs de s'appuyer sur un fournisseur unique en mesure de couvrir toutes les applications, y compris les demandes spécifiques et techniques d'un industriel.

Depuis quelques années, la marque a fait également évoluer son marketing produit vers un marketing client qui lui permet de mieux répondre aux demandes de ses partenaires. « Avec la distribution technique, nous avons une approche solution et application adhésive qui répond aux besoins spécifiques des clients. En ce qui concerne la distribution plus généraliste, nous travaillons davantage l'assortiment produit. »

Des assortiments ciblés

Pour accompagner le développement de ses distributeurs partenaires sur le marché des adhésifs, tesa propose des assortiments adaptés pour répondre à leurs besoins. Ceci permet aux distributeurs de disposer de produits standards et disponibles, à forte rotation. Ainsi, les grands comptes de la fourniture industrielle et de la distribution multi-canal disposent d'une offre centrée sur 32 produits, « une base pour conquérir leurs marchés », alors que la distribution technique dispose d'une offre beaucoup plus étendue.

Cette offre s'appuie sur une bonne organisation logistique et une gestion des stocks éprouvée avec un taux de service proche de 98%. Pour répondre aux attentes des distributeurs soucieux de rationaliser leurs stocks, l'entreprise propose ainsi des délais de livraison très courts évitant tout risque de rupture.

Développer les ventes

tesa propose également à ses distributeurs un accompagnement au lancement des nouveaux produits, un support technique et des formations, in situ ou en ligne (force de vente, service technique et télévendeurs). « Nous avons vocation à donner les moyens aux distributeurs qui vendent de l'adhésif d'être plus techniques. Cela leur permet aussi de se démarquer de leurs concurrents » confirme Jérôme Zamberlan.

De même, la marque développe différents outils de vente comme les catalogues, des plaquettes de présentation produits ou des guides de choix adaptés à chaque marché. Les références produits ont ainsi laissé place à des appellations liées à des applications, agrémentées de visuels, plus parlants lors de préconisation par des distributeurs: « Avant, nous étions tournés produit. Aujourd'hui, nous sommes véritablement orientés solutions et applications. »

Innovation permanente

Situé à proximité de l'usine de Hambourg, l'un des six sites de production tesa à l'échelle du monde, le laboratoire de recherche et développement travaille constamment sur la mise au point de nouvelles technologies.

Soixante dix brevets sont déposés en moyenne par an, aussi bien sur le lancement de solutions sans solvant en adéquation avec les attentes du marché, tant que sur l'amélioration des performances des produits dans le but d'aider les clients à augmenter leur efficacité en production ou apporter de la valeur ajoutée à leurs produits finaux.

Plusieurs produits phares sont directement issus de cette démarche : La gamme d'adhésifs double-face pour

de la fixation structurelle dans le bâtiment ou l'automobile et la famille de double face extra fin (5 µm) pour l'électronique. « De plus en plus, nous évoluons vers des produits qui ne relèvent plus de la commodité mais de la fixation. L'objectif est de faire évoluer les mentalités sur l'utilisation de l'adhésif en remplacement des fixations mécaniques ».

Agnès Richard