

HYDRAULIQUE

STAUFF France, l'évolution continue

STAUFF, groupe familial allemand dirigé par la famille Menshen, a été fondé en 1930 par Walter Stauffenberg, et racheté en 1964 par Arnold Menshen. **La filiale française, basée à Vineuil (Loir-et-Cher), a quarante ans cette année. L'heure d'un bilan, après plusieurs années consacrées à son repositionnement et la modernisation du site, menée tambour battant depuis 2013. Objectif à horizon 2023 : 12 M€ de chiffre d'affaires.**



Le site STAUFF de Vineuil (Loir-et-Cher) a été modernisé de fond en comble en 2015.

Titulaire d'un master en économie, Alexander Melikyan a débuté sa carrière professionnelle en 2004 chez STAUFF, au siège allemand de Werdohl-Ehrenfeld. Plus tard, il sera chargé de créer la filiale russe en 2005, à Moscou, et assumera également la responsabilité des pays de l'ex Union Soviétique, notamment le Kazakhstan et le Bélarus. À 45 ans, il dirige la filiale française depuis septembre 2013 : « la France possède de mon point de vue un potentiel inexploité en termes industriels pour une entreprise comme STAUFF. »

Ce potentiel, il aura à cœur de le développer dès sa prise de fonction, en repositionnant l'activité et en modernisant radicalement le site de Vineuil (Loir-et-Cher), au cœur

“ L'année 2015 a été une année charnière dans la mise en oeuvre de la nouvelle stratégie de STAUFF France. Tous les services de STAUFF France ont été réétudiés et optimisés.

des châteaux de la Loire. C'est la quatrième filiale créée à l'étranger par le groupe, après les Etats-Unis, la Grande-Bretagne et l'Australie.

« Ces dernières années, la venue de plusieurs nouveaux collaborateurs nous a permis de renforcer notre équipe. Spécialisés et compétents, ceux-ci bénéficient de l'expérience et des connaissances de leurs collègues présents depuis de nombreuses années. »

STAUFF met un point d'honneur à instaurer des pratiques de travail propices à une atmosphère sereine et positive : « Notre structure horizontale nous permet de développer la communication au sein de tous nos services et de créer des cercles de travail. Avoir une petite équipe de 20 personnes nous



Le système de stockage automatique Kardex, un carrousel vertical, est prévu pour stocker 2 000 références.

permet d'avoir des discussions ouvertes et d'avancer. Un vrai plus » ajoute Alexander Melikyan.

SAP Business One, nouvel ERP

En 2008, STAUFF France s'équipe d'un nouvel ERP, SAP Business One. Un outil performant dédié aux PME qui remplace Prolog, installé en 1990. Alexander Melikyan a cherché avant tout à optimiser la solution logicielle. Restait à mettre en place une interface avec la solution SAP existant en Allemagne. C'est chose faite depuis l'adoption d'Office 365 en 2019. STAUFF France a pu optimiser les processus et les procédures internes. L'entreprise est parvenue, par souci écologique, à éliminer presque complètement le papier.

2015, année charnière

L'année 2015 a été une année charnière dans la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de STAUFF France. Tous les services de STAUFF France ont été réétudiés et optimisés : achats, marketing, commercial, informatique, fabrication, logistique. En fabrication, par exemple, la stratégie a été revue. Les produits pour lesquels le seuil de rentabilité n'était pas assez haut, ont été

remplacés par ceux à forte valeur ajoutée pour le client. « Nous sommes passés d'une production de composants individuels à la fabrication de composants plus complexes, plus appropriés et en parfaite harmonie avec la nouvelle philosophie de STAUFF et le concept de STAUFF LINE.

Pour la mise en œuvre de STAUFF LINE, nous avons dû entièrement transformer et moderniser notre site de Vineuil. Nous avons doublé la superficie de stockage qui est passée à 1 800 m² et le magasin, l'atelier ainsi que les 350 m² de bureaux ont été rénovés » explique le DG. Cette rénovation a pris en compte non seulement le bâti (huisseries, bardage extérieur) mais aussi l'équipement informatique ou le mobilier de bureau. « Il me semblait important d'offrir à l'équipe une infrastructure et des outils permettant de travailler dans de bonnes conditions » justifie le DG.

Logistique et stratégie commerciale en ordre de marche

La logistique est complètement revue : les flux internes sont repensés. La capacité d'accueil des camions sur le site est passée de 1 à 5, la capacité de stockage des produits destinés à l'assemblage est multipliée par

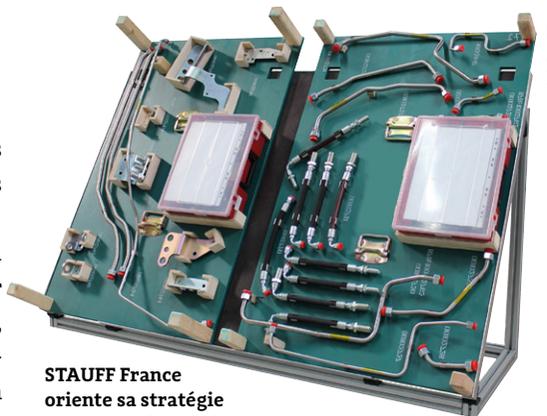
STAUFF France en quelques dates

- 1980 : création de la filiale STAUFF France
- 1988 : début de la commercialisation des brides
- 1989 : début de la commercialisation des raccords hydrauliques. Ces produits complètent la gamme de produits classiques comme les colliers, les accessoires hydrauliques et les prises de pression.
- 1990 : lancement de la production des brides en France. Cela a permis de démarrer les premiers contrats avec des constructeurs majeurs de l'époque : Ecomat et PPM.
- 1997 : naissance du site internet ; communication par emails pour tous les collaborateurs dès 1998.
- 2000 : doublement de la superficie des bureaux.
- 2008 : SAP Business One
- 2013 : changement de direction
- 2015 : lancement de STAUFF LINE
- 2019 : Office 365, Kardex, production de flexibles

trois. Cela passe par l'aménagement des voies d'accès, le changement des portails d'accès.

À l'intérieur du site, l'espace de travail avant sur 1500 m² a été optimisé pour tenir sur 600 m². Sur les 900 m² ainsi libérés, 500 m² ont accueilli en 2015 les tubes hydrauliques, complétant du même coup la gamme proposée. En 2019, la cellule de production des flexibles équipés est mise en place. Le système de stockage automatique Kardex, un carrousel vertical, est installé pour stocker 2000 références. Le stockage dynamique (*first in, first out*) est mis en place pour les flexibles hydrauliques. Les principes du Kanban sont mis en œuvre pour de la livraison en « juste à temps ».

En projet : la mise en place d'un stockage automatique pour les palettes, d'ici à 2022. Sur le plan commercial, le directeur général procède à l'embauche de trois technico-commerciaux supplémentaires. Ils sont bien sûr formés en permanence pour coller au plus près à la demande et à l'évolution des gammes. 2015 est d'ailleurs l'année du lancement de la propre gamme STAUFF de raccords hydrauliques, qui fait partie de la stratégie STAUFF LINE. L'objectif affiché est de déployer la marque STAUFF autant que possible auprès des constructeurs. Le service marketing est créé cette même année.



STAUFF France oriente sa stratégie commerciale vers les constructeurs, qui représentent actuellement près de 60% de son CA.

En 2016 a lieu le rachat de VOSWINKEL, dernier fabricant indépendant de coupleurs rapides et embouts de flexibles. De quoi compléter idéalement les gammes proposées par STAUFF. Un rachat d'autant plus cohérent que VOSWINKEL se situe à seulement 40 mn de voiture du siège allemand.

Très présent dans le mobile

STAUFF France oriente sa stratégie commerciale vers les constructeurs, qui représentent actuellement près de 60% de son CA, 40% pour les distributeurs. La tendance s'est inversée sous l'impulsion d'Alexander Melikyan. Les constructeurs d'engins mobiles (BTP, agricole) représentent environ 50% du CA. Les distributeurs, eux, sont distingués par rang : 1, 2 et 3, comme il existe des rangs de sous-traitance. Très présent dans le mobile depuis 30 ans (les premiers contrats datent de 1990 avec Ecomat et

PPM à l'époque). STAUFF cible également les équipements stationnaires (applications industrielles), les équipements spéciaux (off-shore, naval et ferroviaire) avec des solutions individuelles, sur mesure. STAUFF France propose du conseil technique et réalise également de l'assemblage (de flexibles ou de tubes cintrés, par exemple), du kitting (mise en kits) de la distribution.

Objectif : 12 M€ de CA en 2023

« Malgré une année 2020 particulièrement difficile, nous ferons tout pour remonter la pente et conserver notre équipe » souligne Alexander Melikyan, qui annonce l'objectif d'atteindre 12 M€ de chiffre d'affaires d'ici à 2023 en s'appuyant sur l'histoire de l'entre-



Alexander Melikyan a pris ses fonctions chez STAUFF France en 2013, après plusieurs années à développer la filiale russe du groupe.

STAUFF LINE, au cœur de la nouvelle stratégie commerciale

STAUFF LINE ce sont d'abord des composants de connectique hydraulique (colliers, raccords, brides, embouts de flexibles, coupleurs rapides, vannes, flexible équipés, tubes cintrés), qui assure la maîtrise totale de l'offre : solutions spécifiques ou optimisation, notamment.

C'est également un service de conception des conduites hydrauliques, de fabrication des kits. STAUFF a mis en place des services supplémentaires : un webshop, des plans 2D/3D en ligne, une cross-référence en ligne (service permettant de retrouver des références entre fournisseurs) ainsi que des différents outils/logiciels : la digitalisation est en marche.

La période 2015 - 2018 a permis tout

particulièrement la réalisation de cette nouvelle stratégie STAUFF LINE avec le lancement de la gamme STAUFF CONNECT (raccords hydrauliques STAUFF), l'acquisition de VOSWINKEL (embouts de flexibles et coupleurs rapides hydrauliques). C'est également la période de la réorganisation du réseau de distribution et développement des partenariats. STAUFF s'oriente vers les constructeurs et multiplie les collaborations intensives avec des bureaux d'études, ingénieurs, concepteurs. STAUFF LINE System Partner concept permet de nouer des partenariats avec des sociétés locales dans toute la France afin de proposer le service optimal aux clients - constructeurs.

prise, de ses collaborateurs et de leurs compétences, un outil de travail dernier cri et des partenariats solides. Il ajoute : « Notre concept STAUFF LINE est très apprécié par nos clients constructeurs car il leur permet de bénéficier d'une large gamme de produits tout en réduisant le nombre de fournisseurs ; d'un haut niveau de qualité des composants et des services et d'une garantie globale STAUFF. »

Pour l'heure, la production allemande « fonctionne à 100%, l'activité de STAUFF France suit. Les signes donnés par nos clients constructeurs sont positifs : plusieurs réouvertures de sites sont annoncées » se réjouit Alexander Melikyan. « Par ailleurs, STAUFF Line, avec ses 95% de composants fabriqués en Allemagne à partir de matière première européenne, est une réponse idéale à la situation actuelle mondiale qui va conduire nous, les européens, à revoir nos modes de consommation et la stratégie d'externalisation des capacités industrielles, pour relocaliser la production en Europe et en France notamment » conclut-il. ■