

Distribution industrielle**Bosch Rexroth France mobilise son réseau**

© S.E.T.E. - Pierre Nicou

Ce n'est pas un hasard si Bosch Rexroth France a organisé, fin 2016, sa nouvelle convention des dirigeants de la distribution à la Tour Eiffel. **Ce monument emblématique représente une belle carte de visite pour l'entreprise qui a participé à la rénovation des ascenseurs de son pilier Ouest.** En outre, le spécialiste du Drive & Control souhaitait « prendre de la hauteur » pour tirer les enseignements des événements qui ont bouleversé la profession au cours de ces dernières années et susciter de nouvelles opportunités de développement associant l'entreprise et l'ensemble de son réseau de distribution. **Avec une ambition forte à la clé : + 20% de croissance d'ici 2020 !**

► **La Tour Eiffel !** Quel meilleur symbole que ce monument pour réunir ses troupes, prendre - littéralement - de la hauteur et réfléchir au devenir de sa profession face aux bouleversements technologiques qui caractérisent notre époque ? Le lieu choisi par Bosch Rexroth France pour organiser sa nouvelle convention des dirigeants de la distribution, fin 2016, présentait également l'avantage d'être particulièrement représentatif de son savoir-faire dans la mesure où l'entreprise a récemment pris en charge la rénovation de la motorisation de l'ascenseur du pilier Ouest. Ce projet, réalisé en étroite collaboration avec les services techniques du monument, a supposé la mise en place d'un système hydraulique permettant le pilotage fin et précis d'un mécanisme qui se doit de fonctionner en toute sécurité, eu égard au nombre important de touristes qui fréquentent la Tour. Présenté lors de la convention, cette réalisation constitue, selon les responsables de Bosch Rexroth France, l'exemple type des défis technologiques que l'entreprise se doit de relever régulièrement pour assurer son avenir.



Bosch Rexroth France a organisé, fin 2016, sa nouvelle convention des dirigeants de la distribution à la Tour Eiffel.



Bosch Rexroth France souhaite étendre son réseau de distribution aux secteurs des engins de construction et des machines agricoles. Un premier accord a d'ailleurs été signé en ce sens avec la société FD Intégrateur (groupe Fluidesign) au cours de la convention...

Fil rouge

« Transformation », « innovation », « digitalisation », « valeur ajoutée », « challenge », ont d'ailleurs constitué quelques-uns des maîtres-mots revenant en boucle les 26 et 27 octobre dernier et servant de véritable fil rouge à la manifestation.

« Il y a dix ans, alors que nous organisons notre première convention de distribution à Avignon, une petite entreprise que personne ne connaissait venait de démarrer. Son nom : Facebook. Peu de temps après, le premier smartphone était lancé... Et maintenant, on ne parle plus que de « digitalisation » et « d'ubérisation », a souligné Michel Baltz. « Aujourd'hui, aucun fournisseur ne peut plus se prétendre incontournable, en déduit le président de Bosch Rexroth France. Nous avons été littéralement « hackés » par des gens que nous n'avions pas vu venir. Il est donc indispensable d'anticiper, dès à présent, l'arrivée de nouveaux concurrents sur nos métiers afin d'organiser, ensemble, la riposte ».

On pourrait se demander pourquoi, dans un tel contexte, Bosch Rexroth France a jugé bon d'or-



Rolf Najork, président du directoire de Bosch Rexroth AG, et Michel Baltz, président de Bosch Rexroth France.

ganiser une nouvelle réunion de distribution aussi « conventionnelle » alors que nous vivons à l'heure des GAFAs (Google, Amazon, Facebook, Apple) ? « Depuis plus de trente ans, nous nous appuyons sur la distribution pour promouvoir nos technologies, répond Michel Baltz. En 2006, la réunion d'Avignon a constitué l'acte fondateur du réseau de "partenaires officiels". Aujourd'hui, je constate que plus de 90% des entreprises concernées à l'époque sont encore présentes ! ». Le président de Bosch Rexroth France se veut donc résolument optimiste. Il y voit la preuve que son entreprise dispose de fortes compétences technologiques que ces fameux GAFAs sont encore loin de maîtriser « car il faut du temps pour les acquérir et les déployer ». Pour autant, il ne s'agit pas de baisser la garde et il est important d'apporter les bonnes réponses face à tous ces changements. D'où l'intérêt, selon lui, de se rassembler dans le cadre de ce qu'il appelle « un éco-système fort, capable de créer de la valeur ajoutée et reconnu en cela par les industriels français. »

Digitalisation

Pour y arriver, Bosch Rexroth France sait qu'elle peut s'appuyer sur son appartenance au groupe Bosch (400.000 personnes, 70 milliards d'euros de chiffre d'affaires mondial) - dont plusieurs responsables étaient

d'ailleurs partie prenantes à la convention de distribution - et les importants moyens déployés par ce dernier en termes de R&D. « On estime qu'il y a actuellement plus de 6 milliards d'objets connectés dans le monde et ce chiffre devrait atteindre les 20 milliards d'ici 2020 », pronostique Heiko Carrie, président de Robert Bosch (France) SAS. Fort de ces prévisions, Bosch déploie une stratégie « 3S » (Sensor/Software/Services) dans le but de rendre intelligent les produits qu'il développe. Le groupe met d'ailleurs en œuvre ses propres solutions pour procéder à la digitalisation des 250 usines qu'il exploite dans le monde. « Cette démarche vers l'industrie 4.0 devrait dégager des économies de l'ordre du milliard d'euros d'ici 2020 et nous permettre de devenir un acteur majeur de l'industrie du futur », estime Heiko Carrie. En France, les usines Bosch sont devenues « les premiers clients et les meilleurs ambassadeurs » du groupe à cet égard. Quelques 150 clients ont déjà pu découvrir l'industrie 4.0 lors des "Tech Days" organisés il y a un an au sein de l'usine de Rodez. Un événement similaire est prévu prochainement sur un autre site français du groupe.

Présent dans l'Hexagone depuis plus de cent ans, Bosch entend aider sa filiale à atteindre ses objectifs ambitieux. « Le chiffre d'affaires de Bosch Rexroth France - plus de 190 millions

d'euros en 2016 - devrait progresser de 20% à l'horizon 2020, tant en développant ses métiers traditionnels qu'en mettant en œuvre de nouvelles activités », pronostique Heiko Carrie. De nouvelles activités qui supposent « un véritable changement culturel au sein de l'entreprise », renchérit Rolf Najork, président du directoire de Bosch Rexroth AG...

Pilier stratégique

Car, dans ce contexte, tout le monde est appelé à apporter sa pierre à l'édifice, que ce soit en interne ou en collaboration avec les partenaires distributeurs.

« La distribution constitue un des principaux piliers de notre stratégie mondiale », insiste Guillaume Devinck, responsable de la distribution chez Bosch Rexroth France. De fait, quelque 30% du chiffre d'affaires de la division Applications Industrielles de Bosch Rexroth France sont générés par la distribution. Ce canal sera donc largement mis à contribution pour atteindre l'objectif d'accroissement de l'activité de la division à l'horizon 2022.

L'hydraulique mobile sera également pleinement associée à cette évolution puisqu'elle bénéficiera de la mise en place d'un réseau dédié à l'After Market. Bosch Rexroth, qui se dit « convaincu de la valeur que ses clients attachent à la proximité et à la réactivité de ses distributeurs », souhaite aujourd'hui

étendre son réseau de distribution aux secteurs des engins de construction et des machines agricoles. Un premier accord a d'ailleurs été signé en ce sens avec la société FD Intégrateur (groupe Fluidesign) au cours de la convention... D'autres devraient suivre prochainement avec des partenaires à qui il sera proposé « une véritable aventure technologique et humaine », pour reprendre les termes de Richard Brunet, directeur de la division Applications Mobiles de Bosch Rexroth France, qui insiste sur la nécessité de travailler ensemble en direction des utilisateurs finaux ainsi que de renforcer l'axe de la réparation hydraulique avec les spécialistes du secteur.

Composants et systèmes

Au-delà des produits stricto sensu, Bosch Rexroth a bâti sa réputation sur sa capacité à prendre en charge la réalisation de systèmes complets et la responsabilité de projets dans leur ensemble. Ludovic Perrot, directeur de la division Machinery Equipment and Engineering de Bosch Rexroth France distingue trois types de prestations selon qu'il s'agit de sous-ensembles (assemblage de composants de la gamme), de systèmes (études et réalisation de l'ensemble qui va générer un mouvement) ou de projets (gestion d'un ensemble de systèmes, englobant la mécanique, voire le génie civil). Là



« Il est indispensable d'anticiper, dès à présent, l'arrivée de nouveaux concurrents sur nos métiers afin d'organiser, ensemble, la riposte », estime Bosch Rexroth.



La démarche Efficacité Énergétique de Bosch Rexroth est basée sur le concept 4EE : conception du système énergétique, composants économes, fourniture d'énergie à la demande, récupération d'énergie.

encore, la force de frappe de l'entreprise est impressionnante avec quelque 80 experts basés en région parisienne et à l'usine de Vénissieux, spécialisés dans le calcul, le dimensionnement, la simulation, la sécurité (Bosch Rexroth France est centre de compétences en matière de sécurisation des machines) et les applications par métiers (offshore, sidérurgie, presses, assemblages, packaging, etc...). « Cette équipe est susceptible d'être mobilisée à tout instant pour travailler en étroite collaboration avec les distributeurs en fonction des projets de leurs clients », précise Anthony Beneteau, responsable du service Applications, Support technique et Formation clients chez Bosch Rexroth France. Plusieurs exemples viennent illustrer ces propos, qu'il s'agisse de la réalisation d'une machine de poinçonnage en coopération avec la société ACE ou de la conception d'un système de convoyage avec l'entreprise Demolin...

« Croissance partagée »

C'est sur cette base que Bosch Rexroth France a mis à profit la nouvelle convention pour proposer une charte de la distribution à ses partenaires. Intitulé « Pour une croissance partagée », le document s'attache à mettre en avant les capacités d'un groupe qui dispose de près de 2.000 experts dans 80 pays permettant d'intervenir sur les machines de ses clients dans le cadre d'une approche multi-technologique combinant hydraulique, élec-

tro-mécanique, mécatronique, électronique et informatique industrielle. Au-delà, Bosch Rexroth propose à ses distributeurs « d'ouvrir ensemble de nouvelles voies » en termes de connectivité (fourniture de solutions indus-

trie 4.0), de sécurité (approche « Safety on Board » qui permet aux clients de sécuriser leurs machines) ou d'efficacité énergétique (sur la base du concept 4EE : conception du système énergétique, composants économes, fourniture d'énergie à la demande, récupération d'énergie). Elle met également à leur disposition des outils performants pour la configuration en ligne, la communication et la passation de commandes simplifiée (EDI, eShop)...

En contrepartie, le partenaire officiel Bosch Rexroth se doit d'agir en pleine transparence et apporter « compétences et valeur ajoutée » grâce à un service de qualité et de proximité. Cette démarche suppose également une

mise à niveau régulière de ses équipes en utilisant notamment l'outil de formation mis à leur disposition par l'entreprise via sa « Sales Academy » ou ses modules de e-learning en hydraulique.

Visibilité

« Si l'innovation et l'expertise constituent nos moteurs, la digitalisation sera notre accélérateur. Et une digitalisation réussie doit l'être avec nos partenaires », affirme Guillaume Devinck. A l'appui de ses dires, le responsable distribution de Bosch Rexroth France fait remarquer que, selon une étude récente, « 89% des recherches de fournisseurs en B to B commencent sur internet tandis que 57% du processus d'achat sont engagés avant le premier contact avec les vendeurs ». A partir de là, en conclut-il, « le challenge consiste à mettre en œuvre tous les moyens pour accroître la visibilité de notre marque ».

C'est ainsi, par exemple, qu'un nouveau catalogue produits a été mis en ligne en novembre dernier. En outre, Bosch Rexroth met à la disposition de ses clients une cinquantaine de configurateurs pour les aider à définir le composant dont ils ont précisément besoin. « Cette démarche a constitué un travail important », insiste Guillaume Devinck. A titre d'exemple, l'élaboration du configurateur de modules linéaires a rendu nécessaire le mixage d'au moins 18.000 références !

Bosch Rexroth propose aussi plus de 50 outils en ligne (eTools), dont 15 outils de conception et 6 applications mobiles (Fit4Filter, Fit4Ergonomics, Fit4Silence...) aux bureaux d'études de ses clients dans le but de réduire la part importante représentée par l'engineering dans le coût final d'un produit. L'entreprise a également conçu une plateforme de co-développement sur internet ainsi que des applications sur smartphones sur des sujets aussi pointus que le niveau de bruit ou l'ergonomie des postes de travail. La parution de livres



Le projet "Tour Eiffel", un challenge d'envergure pour Bosch Rexroth : conserver le principe de l'ascenseur d'origine, imaginé par Gustave Eiffel, tout en intégrant les contraintes de sécurité et de confort actuelles et les dernières technologies en matière d'économie d'énergie.

blancs intitulés « Le vérin » et « L'usine connectée » vient compléter cet ensemble. Au cours de la convention, les responsables de Bosch Rexroth France ont particulièrement insisté sur l'importance de la mise en ligne de cette palette de conseils et d'informations, dans la mesure où, selon Guillaume Devinck, « quelque 60% des demandes générées sur internet finissent par être rétrocédées au réseau de distribution ».

Connectivité

« Nos clients nous parlent de plus en plus de l'industrie 4.0 et tous nos produits sont maintenant développés sous l'angle de la connectivité », constate, quant à lui, Laurent Klein, directeur de la division Factory Automation chez Bosch Rexroth France. En



Bosch Rexroth France a mis à profit la nouvelle convention pour proposer à ses partenaires une charte de la distribution intitulée « Pour une croissance partagée ».

témoigne le nouveau catalogue de l'entreprise où les produits connectés sont distingués par le logo i4.0.

« Bosch a développé une double

compétence en tant que fournisseur de composants 4.0 et qu'utilisateur de produits connectés au sein de ses 250 usines », renchérit Pascal Laurin, respon-

sable Business Development et co-pilote du projet Industrie 4.0 pour Robert Bosch France. A ce titre, l'objectif est de décloisonner les développements et d'optimiser les synergies entre le groupe et sa filiale.

Dans ce contexte, les responsables de Bosch Rexroth incitent leurs partenaires distributeurs à « ne pas avoir peur d'aller vers l'industrie 4.0 ». « La distribution constitue un maillon indispensable de la chaîne », insiste Pascal Laurin. « De nombreuses demandes relatives à ce sujet émanent des utilisateurs dont, par définition, les distributeurs sont proches », constate-t-il... avant d'évoquer un éventuel projet de labellisation de « distributeurs 4.0 » qui pourrait – « pourquoi pas ? » - voir le jour dans un avenir prochain... ■