

Distribution industrielle

RS France fête ses 30 ans

A l'occasion de ses 30 ans, RS France dévoile sa nouvelle stratégie commerciale et fait part de ses ambitions sur le marché français. Les objectifs du spécialiste de la distribution de composants industriels sont clairs : **atteindre les 300 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici cinq ans et devenir un partenaire unique pour ses clients.** La mise en place de solutions adaptées ainsi que le déploiement de moyens humains et techniques conséquents œuvreront en ce sens.

© RS France



Le siège de RS France à Beauvais.

► « **Le bon produit, au bon moment et au bon prix**, accompagné de services complémentaires et personnalisés ». Troisième filiale du groupe Electrocomposants dans le monde et première en Europe continentale, RS France est demeurée fidèle à ce credo depuis son origine, il y a trente ans. Une stratégie payante puisqu'aujourd'hui, l'entreprise spécialisée dans la distribution de composants électroniques et de maintenance emploie quelque 500 personnes, dont 240 au service commercial et 130 à la logistique, et propose 600.000 références de produits en provenance de 2.500 fabricants soigneusement sélectionnés. Près de 140.000 produits sont stockés dans un magasin de 15.000 m² au sein du siège de Beauvais d'où environ 1,6 million de colis sont expédiés chaque année aux

60.000 clients actifs servis par l'entreprise sur le territoire français. Des clients soucieux de « rationaliser le nombre de leurs fournisseurs et de réduire leurs coûts d'acquisition en s'adressant à un interlocuteur unique », pour reprendre les termes de Stéphane Maffli, directeur des ventes pour l'Europe du Sud de RS Components...

Accompagnement humain

Lors de son dernier exercice fiscal (avril 2015-mars 2016), RS France a réalisé un chiffre d'affaires de 217 millions d'euros, en progression de 24 millions d'euros d'une année sur l'autre. Ces résultats ne sont pas le fruit du hasard. Ils résultent de la stratégie de différenciation suivie depuis la création de l'entreprise.

Dès 1986, RS s'est en effet positionnée comme un spécialiste

de la VPC dans le domaine du B to B, d'abord sous la marque Verospeed, puis Radiospares, en promouvant une nouvelle formule de distribution industrielle. Dix ans plus tard, l'entreprise élabore son site web et, dès 2009, internet devient son premier canal de vente. A tel point qu'aujourd'hui, plus de 70 % de son chiffre d'affaires sont générés par l'e-commerce, proportion qui devrait même passer à 80% dans les cinq ans...

Mais, « internet seul ne suffit pas, il faut aussi "de l'humain" », insiste Stéphane Maffli. C'est pour cela, explique-t-il, qu'outre « un site web exemplaire, une gamme de produits unique, des services innovants et une logistique irréprochable », RS s'est attachée à proposer à ses clients « un soutien humain incomparable ». Destinée à comprendre leurs

besoins au quotidien et proposer des solutions adaptées, cet accompagnement vise notamment à répondre à une attente technique de plus en plus forte chez les clients. « Nous devons répondre de façon rapide et adéquate au nombre toujours plus important de questions, souvent très pointues, que se posent nos clients. Pour cela, nos équipes bénéficient de formations poussées dispensées par nos fournisseurs », précise Stéphane Maffli.

Marque propre

Ces derniers font, eux-mêmes, l'objet d'une sélection drastique. Qu'ils soient spécialistes en composants électroniques, électriques, informatiques ou mécaniques, les fabricants se doivent de respecter plusieurs conditions avant de pouvoir rejoindre les rangs des fournisseurs de RS. Qualité des produits, réussites de tests, capacité de réapprovisionnement, développement durable... autant de critères rigoureux constituant un véritable cahier de charges imposé aux fournisseurs potentiels, appelés à devenir de véritables partenaires de l'entreprise.

RS Pro, marque propre créée récemment par l'entreprise, est elle-même gérée de la même façon que les autres fournisseurs et, à ce titre, soumise aux mêmes exigences. Elle représente aujourd'hui 40.000 références de produits vendus jusqu'à 30% moins chers que ceux des grandes marques



Près de 140.000 produits sont stockés dans un magasin de 15.000 m² au sein du siège de Beauvais d'où environ 1,6 million de colis sont expédiés chaque année aux 60.000 clients actifs servis par l'entreprise sur le territoire français.

et destinés aux clients cherchant à optimiser leurs coûts. Ces derniers peuvent bénéficier des conseils des équipes techniques de RS qui leur proposent des équivalences produits RS Pro sur une partie de leurs achats. Devenue la première marque vendue par RS France, RS Pro représente 15% du chiffre d'affaires de l'entreprise, soit 32 millions d'euros et 300.000 produits vendus chaque mois.

Distributeur préférentiel

La nouvelle stratégie du groupe s'exerce également au niveau commercial, avec une organisation basée sur trois « hubs » dans la zone EMEA, dont le hub Europe du Sud regroupant la France, l'Italie, l'Espagne et le Portugal. Ce nouveau pôle fonctionnera en toute autonomie afin de répondre aux

besoins de chacun de ses marchés. A travers cette évolution vers un modèle plus décentralisé, RS souhaite proposer une offre de services toujours plus ciblée et différenciée. « Nous voulons devenir le distributeur stratégique et préférentiel de nos clients », insiste Stéphane Maffli. Pour cela, RS se fait fort d'accompagner ses clients tout au long du cycle de développement de leurs projets, depuis la conception jusqu'à la production. Un ensemble de services dédiés a également été développé, qu'il s'agisse de l'étalonnage d'instruments neufs ou anciens dans son laboratoire de métrologie de Beauvais ou sur le site des clients, de la maintenance de cartes E/S pour automates, de la configuration de codeurs ou de la conception de connecteurs sur mesure...

De plus en plus, RS souhaite

être perçu comme un partenaire unique bien plus qu'un simple distributeur. A cet effet, l'entreprise continuera de développer des outils et systèmes destinés à améliorer le retour sur investissements pour ses clients. Et

cela, toujours dans une optique de long terme. « RS veillera toujours à affecter ses ressources humaines au bénéfice de ceux qui souhaitent travailler avec nous dans la durée », conclut Stéphane Maffli. ■

RS Components et Allied Electronics sont les marques commerciales d'Electrocomponents plc, entreprise cotée à la bourse de Londres ayant réalisé un chiffre d'affaires de 1,29 milliard de livres au cours de l'exercice achevée le 31 mars 2016.

Présent dans 32 pays, RS Components propose plus de 600.000 produits provenant de quelque 2.500 fournisseurs (semi-conducteurs, composants passifs et électromécaniques, automatismes et commandes, électriques, tests et mesures, outils et consommables) par l'intermédiaire d'internet, de catalogues et de comptoirs de vente. L'entreprise compte environ un million de clients et procède à l'expédition de 44.000 colis chaque jour.

Implantée à Beauvais depuis 1986, RS France emploie 500 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 217 millions d'euros en 2015/2016.

Un montant qu'elle ambitionne de faire passer à 300 millions d'euros dans les cinq ans, dont 80% en e-commerce.