

REVUE DE PRESSE GIFEC

Avril & Mai 2019



GROUPE HOFFMANN

Source : Revue BBI N°161 – Avril 2019

FOURNITURES INDUSTRIELLES

Hoffmann

DISTRIBUTION

Hoffmann a cent ans

Le distributeur allemand a débuté l'année de son centenaire sous de bons auspices puisqu'en 2018, l'ensemble des sociétés du groupe dépassait pour la première fois le milliard d'euros de chiffre d'affaires.



Quality driven since 1919

La qualité est la marque de fabrique d'Hoffmann depuis sa création.

La société voit le jour le 11 mars 1919 à Munich, créée par Joseph Hoffmann, rejoint treize ans plus tard par son fils Franz qui lance en 1936 le premier catalogue, aujourd'hui publié en 18 langues et également accessible en ligne.

À partir des années 1950, Franz Hoffmann se concentre systématiquement sur le conseil spécialisé et la vente d'outils de qualité avant de lancer, près d'un quart de siècle plus tard les propres lignes de produits d'Hoffmann sous la marque Garant. « Aujourd'hui, nous fonctionnons toujours selon des valeurs qui ont fait la réussite de l'entreprise, basées sur un sens aigu de la qualité ainsi qu'une recherche permanente d'amélioration et une vision à long terme du développement de Hoffmann » commente-t-on à

Actions spéciales 100 ans

Hoffmann fête le centenaire de la maison-mère du groupe en proposant à ses clients l'action spéciale « 100 ans, 100 jours, 100 outils de qualité » lancée le 23 avril dans son e-shop www.hoffmann-group.com. Un large choix d'outils de qualité y est proposé à des prix anniversaire.

A l'occasion du centenaire, Hoffmann a également effectué un don spécial de 100 000 euros à la Fondation Hoffmann Group, destiné en priorité à soutenir des organisations qui viennent en aide aux enfants et adolescents défavorisés par le biais d'ateliers créatifs.

la direction du groupe. En s'associant aux entreprises familiales Gödde, Oltrogge et Perschmann, la troisième génération aux commandes de l'entreprise formera le groupe Hoffmann qui revendique la place « de numéro 1 des outils de qualité en Europe ». Aujourd'hui, à l'ère de la quatrième génération, Hoffmann

Group (un effectif de plus de 3 000 personnes) et ses partenaires sont représentés par 69 filiales dans plus de cinquante pays à travers le monde.

« LogisticCity » à Nuremberg

La volonté d'être un leader sur son marché est le moteur de l'entreprise et ce qui motive sa force d'innovation. Pour permettre à de réelles innovations de voir le jour, Hoffmann a toujours fortement investi dans l'avenir, ce qu'elle fait actuellement en mettant l'accent sur le développement de produits et de services numériques et se lançant dans le plus grand projet de son histoire, la LogisticCity. En cours de construction à Nuremberg sur un terrain de 21,5 hectares, cette impressionnante « ville logistique » sera prochainement l'entrepôt central mondial de Hoffman où travailleront quelque 900 personnes. De quoi faire face au développement du groupe pour les cent prochaines années !

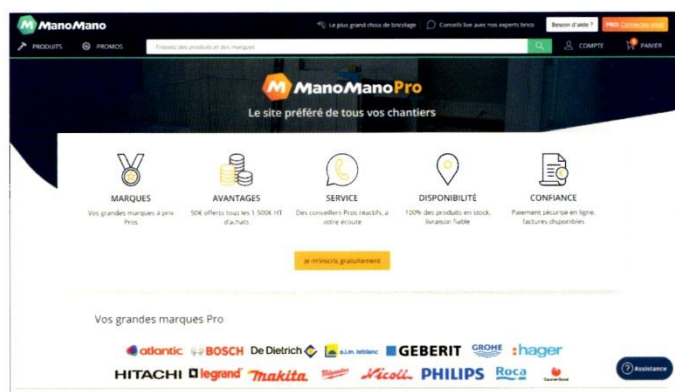
DT



La LogisticCity, l'entrepôt central d'Hoffmann pour le monde, est en cours de construction à Nuremberg, en Bavière, le land où fut créée l'entreprise il y a un siècle.

De grandes ambitions en BtoB

En s'attaquant au marché BtoB, la place de marché française ManoMano, référence européenne du bricolage et jardinage en ligne pour les particuliers, franchit une nouvelle étape importante de sa croissance et affiche sa volonté de devenir le leader européen du marché de la fourniture de bâtiment.



Exploitant un modèle économique performant sur le marché des particuliers, avec une croissance à trois chiffres enregistrée en 2018, la place de marché ManoMano entend aujourd'hui se développer sur l'univers professionnel à travers la nouvelle plateforme ManoManoPro.

Elaborée en collaboration avec 150 professionnels du bâtiment, cette marketplace est le fruit d'un travail de six mois mené pour cerner les besoins spécifiques des professionnels et répondre aux usages du "nouvel artisan digital native", 30% des salariés du bâtiment ayant aujourd'hui moins de 30 ans et 55% moins de 40 ans. Ainsi, avec une offre rassemblant 20 000 produits de marques de référence commercialisés à des prix négociés, dont la disponibilité est indiquée en temps réel et livrables selon différents modes (point relais, chantier...), le spécialiste de la vente en ligne propose aux artisans du bâtiment et aux chefs de chantiers une solution annoncée comme de nature à leur permettre d'optimiser leur emploi du temps et de mieux gérer leurs achats.

La promesse de la plate-forme est

par ailleurs d'aller au-delà du produit, de son prix et de sa disponibilité grâce à des conseillers spécialistes du second œuvre du bâtiment mis à la disposition des artisans pour les aider lors de leurs recherches et leurs commandes.

A la conquête de l'Europe

Pour Christian Raison et Philippe de Chanville, co-fondateurs de ManoMano, cette extension de leur solution s'inscrit dans un projet de grande ampleur : « Le lancement de ManoManoPro, qui combine au profit des artisans la puissance d'une marketplace et d'une offre pensée et dédiée aux professionnels, nous permet d'aborder

avec confiance notre objectif à l'horizon 2020, à savoir atteindre un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros ».

Moins de 15 jours après l'annonce du lancement de ManoManoPro, la direction de la marketplace française annonçait d'ailleurs une levée de fonds de 110 M€ pour laquelle les investisseurs historiques de la société étaient rejoints par d'autres partenaires, déjà présents au capital de la place de marché via le Fonds Ambition Numérique. Cet apport permettra en premier lieu à ManoMano de poursuivre sa conquête de l'Europe, le quart de son chiffre d'affaires étant déjà réalisé sur cinq marchés hors des frontières françaises.

DT

Plus de 2,5 millions de clients en Europe

Avec plus de 2,5 millions de clients actifs en Europe, ManoMano est la référence de la vente en ligne d'articles de bricolage et de jardinage. La place de marché fédère plus de 1 800 marchands et rassemble la plus grande offre de produits avec plus de 3 millions de références disponibles. ManoMano emploie 370 personnes et opère sur six marchés (France, Belgique, Espagne, Italie, Allemagne et Royaume-Uni).

Les indépendants au cœur de la stratégie

Depuis sa création en 2007, Orexad s'appuie sur un business modèle hybride, associant agences intégrées et indépendants. Pleinement inscrits dans la stratégie du réseau et apportant au groupe une agilité sur les marchés, les adhérents ambitionnent de se développer, non seulement par croissance organique, mais en accueillant d'autres indépendants qui souhaitent préserver leur autonomie tout en bénéficiant des services apportés par l'enseigne.



Siegfried Pécunia, directeur projets et réseaux et Didier Hubert, président du conseil d'administration du réseau Orexad.

La dynamique d'Orexad et de son réseau de 200 points de vente sur le marché français de la fourniture industrielle n'a échappé à personne, en témoigne un chiffre d'affaires de 694 millions d'euros, en croissance de 7% en 2018. Une vitalité que l'enseigne du groupe Rubix ne doit pas seulement à ses 134 agences intégrées (données à fin 2018).

Le réseau Orexad se distingue en effet par un modèle hybride, associant des agences qui appartiennent en propre au groupe et des agences indépendantes. Vingt-quatre chefs d'entreprise, à la tête d'un ensemble de quelque 70 points de vente, contribuent ainsi à environ 10% du CA global. « Ce sont des associés, pas

des franchisés » prévient Siegfried Pécunia, directeur projets et réseaux d'Orexad. Autrement dit, moyennant une cotisation liée à leur chiffre d'affaires, ces indépendants adhèrent à Oradis, la centrale d'achats d'Orexad, ce qui leur donne accès, au même titre que les agences en propre, à un ensemble de services : les achats, les plates-formes, les grands comptes, les outils marketing, les marques propres, le site marchand orexad.com pour les agences dont le système est connecté aux ERP du groupe et, pour ceux qui le souhaitent, la marque Orexad... « Nous mettons à leur disposition une boîte à outils dont ils prennent ce qu'ils veulent. L'adhésion donne droit à l'usage de la marque, ceux qui souhaitent la

mettre en avant le font. Ceux qui préfèrent garder la leur ont la possibilité de le faire. L'adhérent agit sous sa propre responsabilité. Nous ne lui imposons rien et le groupe n'a aucun regard sur sa gestion. »

Une stratégie d'ouverture

Loin d'être de simples figurants au sein d'un réseau majoritairement intégré, les indépendants font pleinement partie de la stratégie de l'enseigne. Ils sont d'ailleurs impliqués dans la gouvernance du réseau Orexad, dont le conseil d'administration, présidé par Didier Hubert, un indépendant, comprend cinq adhérents et cinq intégrés. Président du directoire du Groupe Hubert (Thomé,

orexad

Powered by
RUBIX

OREXAD, UN GRAND RÉSEAU PROCHE DE VOUS



Nous sommes parmi **les distributeurs leader en France** et proposons une **offre complète de fournitures techniques et d'équipements** à toutes les entreprises industrielles.

Orexad est un des réseaux France du Groupe Rubix, **présent dans 23 pays d'Europe**. Avec **8000 collaborateurs**, Rubix rassemble les meilleures équipes et connaissances techniques, produits et solutions en Europe. Chez Rubix, nous anticipons les besoins de nos clients en leur offrant des **produits innovants** et des **services** à valeur ajoutée à la pointe de la technologie.



+200 agences
partout en France

1500
Technico-commerciaux

+1 Million
d'articles parmi les
plus grandes marques
de fourniture industrielle

Des
services
dédiés au développement
de votre activité

50 000
clients satisfaits



www.orexad.com



**NOUVEAU : APPLICATION MOBILE,
TOUT OREXAD DANS VOTRE POCHE !**



Berwald, Sergeant, Partech, Automax), implanté dans l'est de la France et réalisant en 2018 un chiffre d'affaires de 72 millions d'euros, dont 20 millions en fournitures industrielles, Didier Hubert a rejoint le groupe il y a un peu plus de douze ans, comme bon nombre des indépendants du réseau. En effet, en 2006, Invest corp fait l'acquisition d'Orefi et de AD Industrie, la branche industrie d'AutoDistribution, le réseau spécialisé en pièces détachées pour l'automobile et les poids lourds. Un an plus tard, les deux structures donnent naissance à Orexad. « AD Industrie s'appuyait sur un modèle hybride avec 50% d'indépendants. C'est encore le noyau dur des indépendants d'Orexad. Aujourd'hui, nous affirmons une stratégie de développement forte, qui implique une ouverture vis-à-vis de chefs d'entreprise qui voudraient s'associer à Orexad mais n'ont pas envie de céder. » explique Didier Hubert. Parmi les adhésions les plus récentes, en 2017, deux entreprises ont rejoint le réseau : Fipa, société spécialisée dans la fabrication de flexibles hydrauliques et la distribution de fournitures industrielles, implantée dans l'Ain, et Techni'mat Industrie, multipécialiste des secteurs de l'industrie et des collectivités, qui se situe dans le Gard.

Des apports mutuels

Entre la structure succursaliste et les indépendants, les intérêts sont mutuels. Bien entendu, les adhérents bénéficient de conditions d'achats auxquels ils n'auraient pas accès de façon isolée. De la même manière, leur présence renforce les conditions d'achats et les bonus de l'ensemble. « Les adhérents sont très friands de ce service. Notre croissance au niveau des achats est de l'ordre de 25%, supérieure à celle des intégrés » se félicite Didier Hubert. La possibilité de s'appuyer sur les sept plates-formes du groupe, sans minimum de commande, la facturation centralisée assurant notamment la garantie de paiement aux fournisseurs, l'accès à des marques premium, parfois peu promptes à travailler avec des entreprises de petites tailles se répètent souvent, pour les entrants, par des croissances à deux chiffres.



En adhérant à Oradis, les indépendants ont accès à l'ensemble des outils du réseau Orexad, notamment aux plates-formes du groupe, qu'il s'agisse de la plate-forme nationale de Ploisy (02) qui gère de façon entièrement automatisée 140 000 articles livrables en J+1 ou J+2, ou des plates-formes régionales spécialisées dans l'acheminement ou le sur-mesure (Vénissieux, Saint-Étienne de Rouvray, Valenciennes, Landerneau, Bondues, Saint-Jean de la Ruelle).

« La marque Orexad est porteuse. L'adhérent a la possibilité de s'ouvrir à de nouveaux clients FI. L'adossement à une marque nationale compte pour des clients locaux car derrière, il y a aussi la promesse de disponibilité du produit, les largeurs de gammes, les livraisons en 24 ou 48 h... » souligne Siegfried Pécunia. « Aucun indépendant du marché ne dispose d'une offre de 140 000 références disponibles en 24 ou 48 h. Cela contribue à leur donner une meilleure maîtrise de leurs BFR. » estime Siegfried Pécunia.

Par ailleurs, la présence de chefs d'entreprise, impliqués en local, apporte au groupe une autre compréhension, un autre point de vue sur le marché. « Notre approche plus proche du terrain et de nos comptes d'exploitation nous conduit à faire réfléchir le groupe sur certains sujets. Nous sommes en quelque sorte du poil à gratter dans le système ! » observe Didier Hubert. « Les indépendants nous challengent sur nos pratiques. Ils nous obligent à être plus agiles et plus réactifs » confirme Siegfried Pécunia.

Pour Orexad, dont la stratégie de développement s'appuie en partie sur de la croissance externe, les adhérents représentent aussi un vivier potentiel d'entreprises. Ceux qui souhaitent céder se tournent naturellement vers le groupe et l'intégration est d'autant plus aisée que les équipes se connaissent bien et

ont l'habitude de travailler ensemble. Pour autant, ainsi que le souligne Didier Hubert, l'indépendant qui rejoint le réseau n'a pas obligatoirement vocation à se faire racheter un jour ou l'autre !

Cette expansion à travers des indépendants a également pour ambition de donner les moyens au groupe de compléter son maillage géographique et son expertise sur certains métiers techniques. La candidature, spontanée ou par recrutement, est soumise au conseil d'administration du réseau qui analyse bien entendu la solidité financière de l'entreprise mais pas seulement. « La zone géographique n'est pas la seule ligne. L'expertise métier est importante. Mais nous regardons aussi si l'état d'esprit du dirigeant est en phase avec celui du groupe » précise Didier Hubert.

A l'image des adhérents actuels dont les chiffres d'affaires s'échelonnent de 1,5 million à 25 ou 30 millions d'euros, le profil des indépendants recherchés est donc varié. « Une entreprise d'un million d'euros peut compléter une assise locale » indique Siegfried Pécunia. « La seule limite est de ne pas retrouver deux agences du réseau et du même métier, dans un même secteur. » Après, sur le terrain, chacun est en situation de concurrence. « C'est le client qui a le dernier mot... »

Agnès Richard

OUTILLAGE ÉLECTROPORTATIF

Secimpac

Progression du marché professionnel

Selon le syndicat professionnel Secimpac présidé depuis février dernier par Pierrick Auboiron (Stanley Black & Decker), les ventes d'outillages énergisés des circuits grand public et professionnel ont connu en 2018 une légère hausse de +1,5% (vs +8,8% en 2017) pour atteindre une valeur proche de 700 M€. La part représentée par le commerce électronique étant de 7,7% (vs 6,7% en 2017).

Une nouvelle fois, les ventes réalisées auprès de la distribution professionnelle ont surperformé avec une progression du chiffre d'affaires de ce segment de marché de 6% en 2018. Cette évolution, quoique légèrement inférieure à celle constatée l'année précédente, confirme néanmoins le

regain de forme du marché professionnel français de l'outillage électroportatif. Les chiffres des outils sur batterie a été supérieur à celui réalisé par les machines filaires, avec respectivement 55% et 41% du montant global (le solde revient aux machines stationnaires et semi-stationnaires filaires et sur batteries).

Le marché professionnel de l'outillage électrique*

CA 2018 : 456, 5 M€

Outils électroportatifs sur batteries	55 %
Outils électroportatifs filaires	41 %
Outils stationnaires et semi-stationnaires filaires et sur batteries	4 %

**source : Observatoire Statistique Outillages électriques du Secimpac*

Concernant les ventes d'outils électroportatifs réalisées auprès de la distribution grand public, le Secimpac relève un retournement sur le marché du bricolage avec une baisse de 6,9% en valeur par rapport à 2017, les outils sur batteries ayant représenté l'année passée 45% du chiffre marché contre 43% en 2017.

2^e édition des Bourses à l'innovation

Groupe Socoda a dévoilé, le 20 mars dernier, les lauréats de la deuxième édition de ses Bourses à l'Innovation. A cette occasion, Philippe de Béco, président du directoire, a rappelé l'engagement du groupe depuis plus de dix ans pour le « Business Durable ». Les Bourses à l'Innovation, qui visent en à encourager et promouvoir les initiatives œuvrant en ce sens, sont ainsi une réalisation concrète de cette démarche.

Des jurys par métier, composés de professionnels, de personnalités du métier, de journalistes et d'adhérents Socoda ont donc distingué différentes innovations sur la base de trois critères : le caractère innovant du produit, son caractère respectueux et son potentiel économique.

la société Tubesca a ainsi été récompensée pour son Nano-Tower, un équipement de travail en hauteur, répondant aux exigences françaises et européennes dans tous les secteurs d'activité. S'ouvrant en un seul geste, il se compose d'un seul élément de 25 kg avec une surface de plancher de 120 x 60 cm, offrant une hauteur de travail maximale de 3 m. Ce produit est composé de 97% d'aluminium recyclable provenant de la communauté européenne, ce qui se traduit par circuit court, maîtrise de la qualité, empreinte car-

bone réduite et conception et fabrication 100% française.

La société Cimentol est également lauréate pour sa résine de finition polyaspartique bi-composant Wathan Express. Il s'agit d'un revêtement doté du Label Excell+ Bleu, qui représente un niveau d'exigence supérieur du respect de l'environnement, et dépositaire du PV alimentaire certifiant la capacité du produit à être utilisé dans des espaces à ambiance alimentaire. Il possède de plus une faible teneur en COV (composés organiques volatils).

Pour la partie électricité, Legrand reçoit une bourse pour sa solution universelle d'éclairage de sécurité connectée, permettant une installation simplifiée et pour l'utilisateur, une visibilité sur l'état de son installation à tout moment.

Quant à la marque Wirquin, elle est distinguée pour son siphon pour



Aux côtés de Philippe de Béco, à droite sur la photo, les lauréats de la 2^e édition des bourses à l'innovation : Dominique Pagniez (Tubesca), Marc Couture (Wirquin), Christelle Roulet (Legrand) et Lionel Lassus (Cimentol).



Pauline Mispoulet rejoint, à compter du 1^{er} juillet, l'équipe de direction de Socoda. Elle était depuis 2002, Présidente du Gesec, un groupement d'Intérêt économique de 400 PME indépendantes de travaux de maintenance en génie climatique, électricité et sanitaire.

lavabo Neo Air System qui se présente comme une solution fiable, sans fuite grâce à des joints surmoulés, et facile d'utilisation. Le siphon Wirquin Néo est fabriqué en France sur une presse bi-injection de fabrication française et dispose d'un emballage film thermorétractable.

Une bourse d'une valeur de 10 000 € a été attribuée à chaque candidat, ainsi qu'un engagement de promotion au sein du réseau Socoda.

Ouverture d'une nouvelle agence

Membre du réseau Socoda, Lépine Matériel, distributeur qui propose une large gamme de produits (Outillage et Matériels BTP, Sécurité-Hygiène-Environnement-EPI, Manutention-Logistiques-Stockage-Levage) ainsi que du matériel technique visant à répondre aux besoins des tous les métiers du bâtiment, TP et professionnels des parcs et jardin, a ouvert un nouveau point de vente à Saint-Jean de Linières, à côté d'Angers (49). Ce site permet de renforcer le maillage du distributeur qui s'appuie déjà sur deux agences, à Saint-

Christophe du Bois, près de Cholet (49) et à Héric, à côté de Nantes (44). « Disposer d'un point de vente proche d'Angers est un projet que nous avons depuis plus de dix ans. Nos clients angevins nous réclament plus de proximité pour répondre rapidement à leurs besoins et nous allons répondre à leurs attentes avec cette agence » explique Joseph Lépine, Pdg de l'entreprise.

Ce point de vente, d'une surface totale de 2 200 m², s'appuie sur des



commerciaux itinérants et propose un libre-service, un parc location et un atelier de réparation multimarques. Avec plus de 5 000 références en magasin, il dispose également des bornes inter-

actives pour favoriser la découverte de l'ensemble des outils et machines disponibles, avec à la clé plus de 80 000 produits professionnels livrables en 48/72 heures.

Trois personnes ont été recrutées pour animer et gérer ce magasin.

https://www.journaldunet.com/solutions/expert/71032/intelligence-artificielle---utopie-ou-dystopie.shtml?een=ddcdce51453a35c7b2d21dbff3312034&utm_source=greenarrow&utm_medium=mail&utm_campaign=ml50_nouveautessearc

Intelligence artificielle : utopie ou dystopie ?



Chronique de Jean-Pierre Boushira
Veritas Technologies

03/05/19 15:03

Le développement de l'intelligence artificielle ne relève plus simplement d'un film ou d'un livre, ses conséquences sont à évoquer à une large échelle.

L'intelligence artificielle (IA) et le machine learning sont d'ores et déjà présents dans notre quotidien depuis de nombreuses années. Technologies en plein essor, pleines de promesses pour les entreprises de toutes les industries et les données, leur véritable potentiel révolutionnaire repose sur leur convergence. Est-ce toutefois raisonnable ? Le développement de l'intelligence artificielle ne relève plus simplement d'un film ou d'un livre, ses conséquences sont à évoquer à une large échelle.

En matière d'IA et de machine learning, inutile d'aller chercher bien loin pour savoir quelle idée l'opinion publique se fait de ce nouveau type de technologies : débat sur la menace des "robots tueurs", scandale du chatbot Twitter Tay qui tient des propos racistes, surveillance amplifiée des citoyens en Chine via la biométrie, rendre les cyberattaques plus sophistiquées... Ajoutons à cela l'influence de l'industrie du divertissement qui promeut des films et des séries de science-fiction qui brossent un tableau sombre de ce qui pourrait advenir si l'IA prenait un peu trop de pouvoir sur notre vie quotidienne. Il suffit de consulter le fil d'actualité de nos réseaux sociaux pour constater que l'IA peut parfois adopter de drôles de comportements et comprendre que les craintes actuelles ne sont pas complètement infondées.

Mais cela ne veut pas dire que nous devons voir les choses en noir car avec une bonne compréhension de ce que contiennent nos données, couplée à une stratégie de gestion adéquate, l'IA et le machine learning peuvent non seulement améliorer la qualité de l'information, mais aussi élever son véritable potentiel.

Impossible de nier le potentiel de l'IA

Actuellement, la France multiplie les actions pour développer les expérimentations, fédérer les acteurs et relever le défi de l'intelligence artificielle. Presqu'un an après le rapport Villani « AI for Humanity », le gouvernement confirme son souhait de faire de l'Hexagone un digne représentant de l'intelligence artificielle sur la scène internationale.

L'IA n'est pas nouvelle en soi dans la mesure où elle mobilise des sciences statistiques et mathématiques déjà exploitées par l'Homme. Sa réelle valeur ajoutée et la raison de son attrait considérable résident surtout dans sa capacité à pouvoir stocker des masses de données gigantesques et d'y adjoindre des possibilités de calculs encore jamais atteintes. Une prouesse technologique plus qu'intéressante à l'heure où le volume de données explose et où les entreprises souhaitent plus que jamais tirer parti des données qu'elles collectent.

Le géant mondial Starbucks en est un parfait exemple : les équipes marketing ont créé un moteur d'intelligence artificielle capable de choisir la promotion qui correspond le mieux à leurs clients et à leurs goûts personnels. Ainsi, chaque semaine, ce sont 400 000 offres différentes qui sont envoyées aux consommateurs, en prenant en compte des facteurs comme le point de vente ou leur dynamique de consommation. Objectifs de la démarche : individualiser au maximum les offres proposées pour rendre les programmes de fidélité plus efficaces.

La protection : défi essentiel à la prospérité de l'IA

Malgré ces prouesses, il est important de garder à l'esprit que l'exploitation des données via l'intelligence artificielle ne doit pas aller à l'encontre de leur bonne gestion et protection. La résolution du 12 février 2019 du Parlement européen insiste sur la nécessité de mettre au point un environnement réglementaire stratégique pour l'IA, qui encourage à la fois l'innovation technologique tout en assurant une protection forte des utilisateurs. Cela suppose également le respect du cadre juridique de l'UE en ce qui concerne les données personnelles (GDPR du 25 mai 2018). En effet, le problème majeur est que l'IA constitue à la fois une menace pour la cybersécurité tout en étant l'outil principal de lutte contre les attaques informatiques ! Actuellement, le Parlement européen n'a pas de dispositions spécifiques en matière de responsabilité et de propriété intellectuelle, ce qui compromet donc la sécurité. À l'heure de la révolution des usages, avec

l'introduction de l'e-santé, les innovations dans les transports et la défense avec les véhicules et les armes autonomes, le travail sur la notion de responsabilité reste encore difficile à appréhender.

L'étude Data Genomics qui aide à comprendre ce qui rend les données modernes à la fois dangereuses et précieuses, nous en apprend un peu plus sur les menaces existantes : actuellement, chaque pétaoctet de données émanant d'une entreprise (ce qui représente plus de 15 000 smartphones environ avec une capacité de stockage moyenne) contient plus de 3 milliards de fichiers individuels. Chaque fichier hébergeant des données clés et sensibles pour l'entreprise, qui doivent être protégées. Au cours des trois dernières années, c'est plus de deux milliards de personnes qui ont été touchées par des atteintes à la protection des données, chacune ciblant les entreprises, leurs clients et au bout du compte, les données personnelles de ces derniers.

Pour que l'IA puisse pleinement prospérer, il est donc essentiel que les entreprises mettent en place une stratégie que nous déclinons en trois phases clés avec en premier lieu la PROTECTION, pour avoir la capacité de se rétablir et de réagir aux menaces et aux pertes pour bâtir une structure informationnelle plus solide. Suivi de près par la CLASSIFICATION, afin de s'assurer que toutes les données sont connues, comprises et prises en compte, pour enfin ouvrir les portes à L'ACTION. Qu'il s'agisse de découvrir des informations personnelles sensibles et identifiables (IPI) cachées dans les recoins d'une base de données perdue ou de rechercher des informations dissimulées dans une base immense d'images d'un réseau neurologique, les possibilités pour l'intelligence artificielle de produire de la valeur à partir des données sont illimitées. Mais c'est seulement correctement entretenues et gérées que les données mèneront à une voie plus productive et optimale pour que l'IA puisse prospérer.

Forte hausse du CA pour Bosch Rexroth en 2018

Bosch Rexroth a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires (CA) d'environ 6,2 milliards d'euros, soit une hausse de 12,4% par rapport à l'exercice précédent. « En 2018, notre chiffre d'affaires et notre résultat d'exploitation ont dépassé nos projections. Ceci nous procure une base saine pour aborder en 2019 une conjoncture qui s'annonce exigeante », explique Rolf Najork, membre du comité de direction de Bosch et président de Bosch Rexroth.

Sur le marché allemand l'entreprise a augmenté son chiffre d'affaires de près de 11% pour atteindre 1,4 milliards d'euros. Avec un CA de 2,1 milliards d'euros (soit une progression de 10,5%) Bosch Rexroth a généré en Europe (hors Allemagne) environ un tiers du résultat total du groupe. L'entreprise a particulièrement bien progressé dans la zone Asie/Pacifique/Afrique, avec un chiffre d'affaires de 1,6 milliard d'euros, soit une progression de 20% par rapport à l'année précédente. De même, l'activité en Amérique du Nord et en Amérique du Sud a généré un résultat positif, avec 1,1 milliards d'euros, soit une progression de 8,2 %.

« Indépendamment des chiffres très satisfaisants enregistrés, l'année qui vient de s'écouler a été particulièrement importante pour Bosch Rexroth. Nous avons en effet démontré que nous pouvions mener à bien des changements d'organisation tout en faisant progresser notre chiffre d'affaires » indique Rolf Najork.

Les principaux moteurs de cette croissance ont été l'hydraulique pour applications mobiles et l'automation. Parallèlement à sa position traditionnellement forte en hydraulique industrielle et mobile, Bosch Rexroth se positionne de plus en plus fortement en tant que fournisseur de solutions logicielles, automatisées et connectées pour l'Industrie du Futur (Industrie 4.0). Dans tous ses domaines d'activité, l'entreprise mise sur la digitalisation, la connectivité et l'électrification.

Connectivité et intelligence distribuée

Dans son cœur de métier traditionnel également, Bosch Rexroth pousse la transformation numérique, de l'application jusqu'aux solutions intelligentes et connectées. Par exemple, avec la centrale hydraulique CytroBox totalement novatrice les composants hydrauliques deviennent connectés et s'intègrent dans une production en réseau (lire notre article « Centrale hydraulique : ultra compacte et connectée », FT n°194, p.26).

Le rebond des applications mobiles

Après une très bonne année 2017, le marché mondial des engins mobiles a renoué avec une croissance à deux chiffres en 2018. Bosch Rexroth confirme et continue à développer sa position de leader dans le domaine de l'hydraulique pour applications mobiles. Dans ce domaine, l'entreprise s'appuie sur deux leviers : l'électrification des engins mobiles et l'Internet des Objets (IoT), pour une meilleure productivité et la mise en réseau.



L'air comprimé sous haute surveillance

Le Transair condition monitoring system conçu par Parker Transair est une technologie de surveillance de l'air comprimé pour l'industrie. Des capteurs sans fil alertent sur les changements dans le système, permettant de réduire les temps d'arrêt. « Les systèmes d'air comprimé sont très sensibles et ont tendance à se dilater au cours du temps » souligne Guillaume Tétard, directeur de la business unit Transair.

« Notre solution permet de surveiller le système d'air comprimé 24h sur 24 grâce à une interface web. » La surveillance de ces informations permet d'identifier et de régler les problèmes de rendement avant toute détérioration. Le système permet de réduire les coûts globaux en évitant les temps d'arrêt inutiles et en prolongeant la durée de vie des équipements sensibles.

Les alertes sont personnalisables, les composants sont garantis contre la corrosion. De plus, la technologie de raccordement a été simplifiée pour économiser en temps de main d'œuvre : « Grâce à la légèreté des composants et à la technologie de raccordement instantané, la main d'œuvre est ainsi réduite à seulement 20 % des coûts d'installation globaux, ce qui permet de réaliser des économies dès le départ » explique Françoise Lunel, responsable communication de Transair.

Pour en savoir plus, voici l'offre d'abonnement au journal BBI :

Offre d'abonnement

BBI Bâtiment ^{Bricolage}
Industrie
QUINCAILLERIES, FOURNITURES INDUSTRIELLES ET NÉGOGES TECHNIQUES



- ☐ Je m'abonne à **BBI pour 1 an**
(9 parutions)

- ☐ France 48 € TTC
- ☐ Etranger 48 € HT

- ☐ Je m'abonne à **BBI pour 2 ans**
(18 parutions)

- ☐ France 78 € TTC
- ☐ Etranger 78 € TTC

Société

Activité.....

Nom Prénom

Adresse

Code postal Ville

Téléphone E-mail

A renvoyer avec un chèque de règlement*
à l'ordre de Baselo Presse à l'adresse suivante :

Baselo Presse - service abonnement
3, square du Velay - 78310 Maurepas

* L'abonnement sera validé dès réception de votre chèque et une facture acquittée vous sera envoyée par retour.

date

Signature _____



SALON :

RAILTEX



Ferroviaire
14-16 mai 2019 à Birmingham (GB)

<http://www.railtex.co.uk/2019/francais/>

EMO HANNOVER



Travail des métaux
16-21 septembre 2019 à Hanovre (Allemagne)

<https://www.emo-hannover.de/home>

PREVENTICA



Travail des métaux
16-21 septembre 2019 à Hanovre (Allemagne)

<https://www.preventica.com/>

MEASUREMENT WORLD



Mesure
24-26 septembre 2019 à Paris – Porte de Versailles

<https://www.measurement-world.com/fr>