

REVUE DE PRESSE GIFEC Janvier & Février 2019



IMI PRECISION ENGINEERING - Îlots de distribution

Source : Fluides et Transmissions N° 103 – Février 2019

La connectivité des îlots de distribution VM et VS IMI Norgren est améliorée avec PROFINET IRT et EtherNet/IP. Les VM10 sont proposés avec câblage individuel, multipôle ou bus de terrain, pour inclure un Ethernet industriel. Les îlots peuvent être configurés de 4 à 16 stations, avec bobines simples ou doubles et grand choix de commandes manuelles et de tailles de raccordement de tube (plus de 15 millions de configurations). Les VS18/26 sont proposés avec PROFINET IRT et EtherNet/IP. Il suffit de quelques secondes pour installer la technologie intégrée de la carte électronique (PCB).

- Connectivité améliorée
- Grand nombre de configurations
- Grande polyvalence



GLOBAL INDUSTRIE LYON : une plongée au cœur de l'industrie d'aujourd'hui et de demain

Source : Revue BBI N°158 – Décembre 2018

Global Industrie se tiendra à Eurexpo Lyon, du 5 au 8 mars 2019.

La manifestation regroupera quatre rendez-vous professionnels :

- Industrie, salon des technologies et équipements de production
- Midest, salon de tous les savoir-faire en sous-traitance industrielle
- Smart Industries, salon orienté Industrie du futur
- et Tolexpo, salon du travail des métaux en feuille et en bobine, du tube et des profilés.

Global Industrie Lyon rassemblera 2.500 exposants et marques représentées (dont 30 % d'internationaux) sur 110.000 m² et accueillera 45.000 visiteurs (dont 20 % d'internationaux).

Animation phare, l'Usine connectée, véritable plongée au cœur de l'industrie du futur, s'étendra sur 1.100 m².

Une chaîne de fabrication 4.0 en fonctionnement montrera concrètement quelles innovations les industriels peuvent transposer dans leurs usines pour améliorer leur production : cobotique, réalité augmentée, maintenance prédictive, digitalisation, customisation...

Coordonnée par le cabinet d'ingénierie ADI et bénéficiant du soutien des syndicats partenaires Artema, Gimelec, Symop et UITs, l'Usine connectée verra la participation de quelque 80 sociétés représentant la quasi-totalité des secteurs industriels présents sur le salon.

Plébiscitées lors de leur première édition en 2018, les Conférences Global Industrie aborderont les problématiques et les solutions qui s'imposent aujourd'hui au secteur industriel. Sur les 2 plateaux TV du salon, débats, tables rondes, keynotes, master class..., s'intéresseront essentiellement à l'industrie du futur : intelligence artificielle, environnement, open innovation, fabrication additive, robotique, cybersécurité...

Le 7 mars, sur Industrie Lyon, se tiendront également la 5e édition des Etats Généraux de la Robotique, une initiative de la DGE et de Global Industrie.

Global Industrie accordera une place particulière à la formation. Un Campus de 1 500 m² sera entièrement dédié à l'emploi et à la formation et donnera aux jeunes, enseignants, parents mais aussi personnes en recherche de poste, en insertion professionnelle ou en reconversion, une vision complète de ce que leur propose l'industrie.

Par ailleurs, l'exposition Faux Fuyons, conçue par la FIM, Artema et le Cetim, présentera des exemples concrets de contrefaçon, fléau économique qui touche l'ensemble de l'industrie.

Enfin, l'identité des lauréats des Global Industrie Awards sera dévoilée lors de la soirée du mardi 5 mars 2019. Outre les sept lauréats issus d'autant de catégories, un nouvel Award sera remis cette année à une start-up.

Sans oublier la nocturne du jeudi 7 mars 2019, moment de convivialité auquel participeront de nombreux stands avec musique et animations, qui permettra aux visiteurs de découvrir les animations restées spécialement en fonctionnement, telles que l'Usine Connectée ou le Robotics Show (une quinzaine de robots représentant de nombreuses applications mis en situation sur un espace de 200 m² réalisé avec le concours de Thésame).

EUREXPO
LYON

FOURNITURES INDUSTRIELLES

DISTRIBUTION

Philippe de Beco – Président du Directoire de Groupe Socoda

« Je crois à l'indépendance »

Président du Directoire de Groupe Socoda, Philippe de Beco est notamment l'artisan de la stratégie de développement du groupement d'indépendants, basée sur un nouveau modèle économique plus responsable. Persuadé que les indépendants s'inscrivent dans le futur du commerce BtoB, il est tout aussi convaincu que ces entreprises doivent jouer la carte du collectif en se rassemblant au sein d'un groupement pour asseoir leur croissance et répondre aux enjeux actuels. L'heure est même aux supra-centrales entre groupes d'indépendants.

Quelles sont, selon vous, les principales évolutions de la distribution BtoB depuis 20 ans ?

Tout d'abord, évidemment, le mouvement de concentration terrible des entreprises, aussi bien chez les groupes intégrés que chez nous, les indépendants. Pour pouvoir contrecarrer la puissance des groupes intégrés et faire face à la concentration du marché, nous avons mis en place des supra-centrales avec d'autres groupes d'indépendants, Addok sur la partie quincaillerie-outillage, avec Cofaq, et Iris, sur la partie décoration, avec Agir et Jefco.

D'ici un an, d'autres supra-centrales verront le jour sur d'autres activités. Par ailleurs, des groupements très spécialisés, par exemple dans le négoce technique, pourraient choisir de s'adosser à Socoda. Le but, c'est qu'en tant qu'indépendants, nous ayons les mêmes conditions que les groupes intégrés.

En ce qui concerne l'outillage et l'industrie, les grands groupes historiques réseaux se sont surtout concentrés sur leur expansion en Europe. Néanmoins, aujourd'hui, la charge de Rubix sur le marché français est très forte. Depuis deux ans, nous observons une accélération de cette pression. Je retrouve la situation de 2000 où, dans les matériaux



Philippe de Beco est depuis 1997 le Président du Directoire de Groupe Socoda. Il a commencé sa carrière dans la sidérurgie et la métallurgie avant de prendre la direction d'un négoce en chauffage-sanitaire dans le Nord puis, en 1990, la direction de Guilbert (sanitaire-chauffage-quofi) filiale de Bossu-Cuvelier. En parallèle de son poste de président du directoire de groupe Socoda, il est administrateur de la FFQ (quincaillerie), FGME (électricité), FND (décoration) et membre du CLAB comme suppléant pour la filière électrique. Il est également président de la FNAS, la fédération française des négociants en appareils sanitaires, chauffage, climatisation et canalisations.

de construction, les gros rachetaient le chiffre d'affaires et une présence sur le terrain, et non la réalité de l'entreprise.

Chez Socoda, lorsqu'un adhérent décide de vendre, il doit m'en informer par courrier et, le cas échéant, nous avons six mois pour trouver un adhérent capable de le racheter. Mais le problème, c'est que le niveau de la négociation est extrêmement élevé, à cause de l'intérêt des grands groupes. C'est difficile d'aller contre. Toutefois, je suis persuadé que dans 20 ans, il y aura toujours des indépendants. De nombreux jeunes n'hésitent pas à se lancer, la fibre de l'indépendant et la fibre entrepreneuriale vont donc perdurer. Ce sont souvent des personnes qui étaient dans des groupes intégrés et qui veulent créer leur propre boîte. Mais ces derniers doivent s'adosser à une supra-centrale qui doit leur donner les meilleurs prix, l'accès à de nombreux fournisseurs ainsi que tous les services nécessaires comme les grands comptes, le marketing, la formation, la communication, l'information, sans oublier le mieux gérer, la nécessité d'être au courant de tous les changements de réglementation, etc.

La data est un autre point marquant de ces dernières années ?

Oui. Chez Socoda, nous avions un énorme complexe vis à vis des groupes, en nous disant que nous étions très en retard. Finalement, nous nous apercevons que ce n'est

Groupe Socoda en chiffres

- 200 adhérents
- 9 200 collaborateurs
- 3 Mds de chiffre d'affaires en euro
- 1 000 partenaires fournisseurs
- 440 000 clients professionnels
- + de 900 points de vente
- 2,5 millions de références produit



Répartition du CA par métier

Le groupe comprend 7 branches organisées en deux départements : Industrie (Aciers, Outils Pro, Négoce Technique) et Bâtiment (Sanitaire-Chauffage-Plomberie, Électricité, Décoration, Matériaux)

Aciers	16%
Outils Pro	15%
Matériaux	4%
Electricité	19%
Industrie	12%
Décoration	12%
Sanitaire-Chauffage-Plomberie	8%
Autres	14%

pas le cas et que le plein démarrage, c'est maintenant. C'est maintenant qu'il faut investir. Dans trois ans, ce sera trop tard. En ce qui concerne Socoda, nous en sommes déjà au troisième modèle par rapport à notre première base de données dynamique, qui a été initiée en 2000. Le problème aussi c'est d'avoir les hommes. Mais aujourd'hui, nous avons une équipe en place et les moyens de bien nous développer.

Au niveau de la centrale, nous avons remis cette année un million d'euros pour le numérique. Et pour les années qui suivent, il ne devrait pas y avoir de freins à l'investissement sur ce sujet, pour que nos adhérents puissent obtenir les meilleures bases de données, les meilleurs outils informatiques leur permettant de disposer d'une vitrine-catalogue sur Internet et de vendre des produits sur catalogues informatiques. Les adhérents attendent avec impatience les sites marchands. C'est en cours de mise en place, nous

serons prêts pour notre prochaine assemblée générale, en juin.

Dans le cadre de Addok, nous discutons aussi du choix des référentiels. Edoni et Fab.Dis étant compatibles, nous allons nous développer sur Fab.Dis. Ce que je regrette, c'est que dans nos groupements d'indépendants, nous ne soyons pas capables de nous partager le travail. C'est dommage, chacun de son côté fait la même chose que son voisin. Chacun veut garder son pré-carré. Pourtant, la base de travail est la même, quel que soit le secteur.

Sur 20 ans, vous observez également l'évolution du magasin ?

Aujourd'hui, les magasiniers n'existent plus. Tous sont de véritables vendeurs et accompagnent le client professionnel dans le magasin, ce qu'on ne faisait pas il y a 20 ans. On a dû mettre en place des formations afin qu'ils puissent être aussi performants que les représentants sur la route ou les vendeurs

par téléphone. De même, les magasins des dépôts sont plus attrayants qu'il y a 20 ans, même si on sait que notre clientèle n'est pas une clientèle BtoC.

Et même si on dit que le rôle du magasin ne sera plus aussi important dans les années à venir ?

Je ne suis pas d'accord. Le rôle du magasin sera toujours aussi important. La vitrine se fera peut-être par Internet mais l'artisan comme l'industriel viendront toujours chercher leur produit dans le magasin. Les professionnels auront toujours besoin d'un conseil, d'un contact avec le vendeur. D'où l'importance du vendeur du magasin. En fait, aujourd'hui, il y a une vitrine virtuelle du magasin via Internet et une vitrine physique, représentée par le vendeur.

La disponibilité produit sera également de plus en plus primordiale. Là où l'on s'est tiré une balle dans le pied, c'est le J+2 h, + 3h, etc. Tous ces systèmes de livraison immédiate où l'on ne fait pas payer le service et qui coûtent très cher. On s'est fait influencer par les pratiques des pure-players...

Les pure-players sont aussi une nouvelle concurrence ?

On ne les a pas encore vraiment entant que concurrence. Aujourd'hui, ils représentent 2 à 3% du marché professionnel. En revanche, dans sa démarche, l'artisan va aujourd'hui d'abord voir sur Internet le produit, le niveau de prix et ensuite il arrive chez le distributeur, avec une pleine connaissance du prix et du produit, comme le fait un particulier. C'est là où il faut mettre en adéquation le

prix, la disponibilité du produit et le conseil.

Les branches Outils Pro et Électricité sont les deux secteurs les plus concernés à l'heure actuelle par la concurrence de la vente en ligne. Sur ces marchés, nous devons donc être plus performants, c'est-à-dire mettre en place des services complémentaires, comme la solution Delcredit, un ensemble évolutif de prestations financières (ducroire et escompte) et de gestion des factures fournisseurs sur un système capable de réaliser des intégrations directes en EDI ou au travers de Web services. Ce système s'inscrit parfaitement dans le « Mieux Gérer » et permet de fidéliser la relation fournisseur/adhèrent.

Les enjeux actuels sont différents pour les adhérents de la branche Outils Pro et de la branche Industrie ?

Pour le département Outils Pro, l'enjeu c'est donc surtout sur la partie amont, les achats. Les indépendants ont besoin de se concentrer pour avoir les mêmes prix qu'un groupe intégré. Ceux qui n'ont pas rejoint un groupement sont devenus parfois des groupes régionaux importants. Mais il leur manque toujours quelques points, qu'ils ne peuvent obtenir qu'avec un supra-groupement.

Lorsque l'on est en négociation, et que l'on apporte nos conditions et eux leurs conditions, à chaque fois, on s'aperçoit qu'ils ont toujours quelque chose à gagner.

La branche Industrie, ce sont des métiers à carte. Et les fabricants ne tiennent pas du tout à ce que leur carte soit distribuée par tout le monde. Nos adhérents du négoce technique enregistrent depuis cinq



Philippe de Beco, Président du Directoire de Socoda a remis à Frédéric Blezel, Directeur du centre de formation des Apprentis d'Auteuil de Loos en Gohelle (62) un don de 4 000 euros, en compensation des émissions carbone de l'organisation de la 11^{ème} Convention groupement. Ce centre forme chaque année 140 jeunes en difficulté sociale et/ou familiale et/ou scolaire et notamment aux métiers du bâtiment, de l'éco-construction et de l'éco-rénovation.

ans un développement conséquent de leur chiffre d'affaires et sont en prise de parts de marché. C'est le département qui a même les plus forts gains de parts de marché par rapport à l'an dernier. Pourquoi ? Parce que ces négoce sont très spécialisés. Cela leur permet de faire la différence, par rapport aux groupes intégrés, qui ont élargi leurs plans de vente pour devenir très généralistes, avec peut-être aussi un problème de formation des hommes par rapport à la vente des produits techniques.

Nos indépendants du négoce technique sont sans doute une cible pour les grands groupes qui cherchent aussi à avoir une réponse spécialisée. Mais tant que ces entreprises continuent à bien se développer, elles n'ont pas intérêt à se faire acquérir par un grand groupe, sachant en plus, que la transmission d'entreprise s'est déjà effectuée et que ce sont surtout des générations

de quadragénaires qui sont aujourd'hui à leur tête. Mais ces indépendants doivent s'appuyer sur un groupement, notamment pour répondre aux besoins des grands donneurs d'ordre qui recherchent des distributeurs capables de leur livrer n'importe où en France.

Le magasin est une vitrine importante, mais le Réseau Socoda est très hétérogène ?

Exact. Mais depuis un certain temps, nous proposons à nos adhérents un catalogue réservé à l'aménagement du magasin, à la signalétique... Notre objectif est que nos adhérents aient un magasin attractif. Moi, je crois au magasin.

Un magasin attractif mais pas forcément le même partout ?

Non. Les magasins font partie du Réseau Socoda, mais Socoda n'est pas une enseigne. La volonté des adhérents n'est pas d'aller dans le sens d'une enseigne. Il y a quinze ans, ils ont demandé à avoir une bannière commune, mais Réseau Socoda leur suffisait.

Est-ce que l'absence d'enseigne nationale pénalise les adhérents ?

Non, sauf dans les grands comptes. Le client a parfois du mal à comprendre si le magasin fait partie du réseau ou pas. Il est important que les adhérents affichent leur appartenance au Réseau Socoda pour d'avoir

Deux supra-centrales en France

Addok, l'alliance entre Cofaq et Socoda représente aujourd'hui plus de 900 points de vente, soit un chiffre d'affaires Achat de 264 M€ réalisé sur l'ensemble des marchés professionnels de la construction et de l'industrie, de l'artisan aux grands comptes. Le portefeuille des 128 fournisseurs communs aux deux groupements est en hausse de +6% en 2017, et affiche la même tendance pour 2018.

Créée depuis 5 ans, avec Agir et Jefco, Iris Décoration rassemble 330 points de vente pour un chiffre d'affaires de 513 M€, avec 32 fournisseurs référencés.



une identité commune vis à vis des clients. Ce que la plupart d'entre eux font aujourd'hui.

La stratégie du business durable que mène Socoda depuis 15 ans est aussi une marque de différenciation sur le marché ?

Socoda a été précurseur sur ce sujet. Le premier plan de développement durable date de 2004 et portait sur l'équité et la diversité. Nous avions, à l'époque, une problématique de recrutement. Nous recherchions 1 200 personnes pour l'ensemble des adhérents ! Nos entreprises manquaient d'une image attractive pour des jeunes... C'est pour cela que nous nous sommes rapprochés des jeunes issus de l'immigration et des quartiers difficiles. Nous étions très en avance. C'était une volonté forte de la part du groupement et tous les adhérents ont suivi. Aujourd'hui, cette diversité dans les équipes est devenue tout à fait classique. Ici, au siège, on compte plus de 75% de femmes par rapport aux hommes et les salaires sont équivalents. Les adhérents accueillent également de plus en plus de femmes dans leurs équipes.

Ensuite l'écologie, j'y crois, car c'est le devenir de nos enfants, des générations à venir. Nous venons de calculer le prix carbone de la dernière Convention Socoda et j'ai fait

Des alliances en Europe



Fondée en 1995 par l'Allemand E/D/E GmbH, Allemagne et Groupe Socoda S.A., Euro Craft SAS est le 1^{er} groupe de

marketing et d'achats B to B pour la construction et l'industrie en Europe. Le volume de ses contrats représente environ 45 millions d'euros.

Actuellement, la coopération comprend cinq partenaires européens dans sept pays : Cecofersa (Espagne et Portugal), E/D/E (Allemagne), Groupe Socoda (France), Troy (Royaume-Uni) et Zevij-Necomij (Pays-Bas et Belgique). L'ensemble représente plus de 1 500 revendeurs associés et plus de 3 300 points de vente.

Sur son activité électricité, Socoda a également créé, en 1991, une alliance avec Eltkontor et Emma. Imelco (International Marketing Electrical Corporation) est devenue la première force de distribution indépendante en matériel électrique au niveau international, avec 23,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé. Basé à Bruxelles, ce groupement s'est agrandi au cours des années passées et, à présent, réunit quatorze partenaires dans vingt-deux pays.

un chèque de 4 000 € de compensation carbone au profit des Apprentis d'Auteuil. C'est aussi une façon de faire prendre conscience à nos équipes de l'importance de l'impact de notre activité sur l'environnement. Mais cela exige une attention constante.

En revanche, le point où l'on n'est pas suivi, c'est celui de nos Bourses à l'Innovation. A la base, l'idée était d'accompagner des « Géotrouvetout », des inventeurs de produits innovants issus des équipes de nos adhérents. Finalement, ce sont nos fournisseurs qui ont répondu. J'ai parti-

culièrement apprécié que certaines des entreprises, qui ont reçu une bourse, aient remis le montant de 10 000 € à une association. Mais après l'élan initial, il faut constamment relancer. C'est dommage. L'innovation, la mise en place de produits respectueux de l'environnement, sont cruciales. Même si ce sont des produits avec lesquels on peut moins marger, car les prix d'achat et de vente doivent être compatibles avec le marché. Il y a encore beaucoup de pédagogie à transmettre sur l'importance d'avoir des produits innovants, pérennes, qui

De nouveaux adhérents pour la branche Outils Pro

Trois nouveaux adhérents viennent de rejoindre la branche Outils Pro.

Sofip'Oise, à Ribecourt-Dreslincourt (60), est un distributeur spécialisé dans le domaine du soudage et de l'abrasif, tout en répondant aux différentes attentes concernant les fournitures industrielles.

Aujourd'hui, sa force est la réparation, puis la livraison sur site ou chantier. Le magasin est ouvert aux professionnels comme aux particuliers. Les produits sont exposés et Sofip'Oise réalise des démonstrations sur demande.

Outillage On Line, à Marseille (13) est un des leaders de l'outillage sur Internet en France, avec une offre de plus de 9 000 références réparties en dix gammes de produits. Présent depuis onze ans dans le centre de Marseille, Outillage on Line propose via sa plate-forme en ligne une gamme de produits spécialisée dans l'outillage. L'entreprise propose une logistique performante qui lui permet une grande souplesse dans le traitement des commandes, des livraisons effectuées dans des délais toujours de plus en plus courts et un service commercial, formé par divers partenaires spécialistes de leur domaine.

Gedimo, à Carquefou (44) est né de la fusion en 2005 de la Sté Gedimo Machines à bois et de la Société Renaud Machines à bois. D'origine familiale, ces sociétés sont présentes sur le marché depuis près de 70 ans. Présent sur quatre sites pour rester au plus proche des clients, 8 000 m² de magasins, d'ateliers et de stockage, sa couverture géographique s'étend sur dix départements du Grand-Ouest pour Gedimo et sur la France entière et export pour Renaud, spécialisée dans l'occasion.



s'inscrivent dans notre philosophie de business durable. Nous devons être aussi source de persuasion auprès de nos clients pour bien vendre ces produits. Ils aussi ont du mal à changer...

Cette stratégie a-t-elle également contribué à donner une image différente au réseau ?

Surtout, cela a donné une image extrêmement positive au sein des entreprises de nos adhérents. Nous comptons environ 9 200 personnes au sein du Réseau. Cela leur a donné un sentiment de fierté, d'autant que nous avons essayé d'associer notre développement à une fondation. Après le Mécénat Chirurgie Cardiaque, l'Opération Maud Fontenoy, nous travaillons avec la fondation des Apprentis d'Auteuil. Je crois beaucoup à ce partenariat, qui donne une chance à des jeunes d'accéder à la formation, et permet aux clients de nos adhérents d'avoir du personnel formé.

Socoda est également l'un des rares groupes d'indépendants à avoir un pied à l'international ?

Nous avons deux organisations. La première concerne l'électricité, avec Imelco qui représente 17 milliards d'achats en Europe, ainsi qu'aux États-Unis, en Australie et en Russie.

La seconde est Euro Craft, pour les marchés de la construction et l'industrie qui, à l'origine, appartenait pour moitié à Socoda et au groupe allemand E/D/E. Nous venons d'ouvrir le capital d'Euro Craft aux membres espagnol, anglais et hollandais. Le nouveau dirigeant est un Allemand, même si le siège est à Paris, chez Socoda. A travers Euro Craft, nous sommes en mesure d'accompagner nos clients dans les pays où sont présents ses membres et nos adhérents travaillent aujourd'hui avec des entreprises étrangères qui ont des chantiers en France. C'est plus compliqué à mettre en place pour les grands comptes. Les pro-

duits ne sont pas partout les mêmes et les prix non plus.

Vous serez à la tête de Socoda jusqu'en janvier 2020. Quelles sont les valeurs que les adhérents Socoda doivent, selon vous, continuer à développer ?

L'indépendance ! Je le répète, je crois à l'indépendance. Je trouve important également que nos adhérents pratiquent l'équité et la diversité en ce qui concerne le personnel et qu'ils aient la volonté de faire en sorte que notre pays ne soit pas une poubelle.

Si nous terminons l'année à +3%, sans tenir compte des augmentations de tarifaires, nous n'attendons pas de croissance extraordinaire pour 2019.

Les indépendants doivent donc se regrouper pour mieux se développer. Et nous aurons encore de très belles années devant nous.

*Propos recueillis
par Agnès Richard*



QUINCAILLERIE

Legallais

En lutte contre la fatigue auditive

Convaincu que le bien-être de ses salariés est un facteur de performance de l'entreprise, Legallais s'est attaqué à un nouveau fléau : la fatigue auditive. L'enjeu est réel. Entre 2017 et 2018, le distributeur a connu une forte croissance en passant de 800 à 950 salariés, répartis dans des bureaux collectifs au sein du siège. Il a notamment recruté des commerciaux sédentaires, dont les missions de ventes, conseils et service client ont principalement lieu par téléphone. Malgré la mise en place d'équipements d'isolation phonique tels que les cloisons amovibles, des symptômes de stress, d'irritabilité ou encore des troubles de l'attention ont été observés par l'équipe des Ressources Humaines de l'entreprise.

Fin 2016, le service RH de Legallais a ainsi fait appel à Cotral Lab, pour tester sur 10 salariés volontaires sa solution Clear, encore en phase de développement. « Cotral Lab a proposé d'équiper nos salariés de

la solution Clear, où la personnalisation est très poussée, notamment avec des filtrations différenciées selon les oreilles de chaque personne équipée » explique Sophie Anceau, Responsable de la protection et des affaires sociales chez Legallais.

Cette première phase a permis de prendre conscience que cette solution, aussi performante soit-elle, coupait les sujets du test de leur environnement de travail. La deuxième phase a donc principalement eu pour vocation d'améliorer le réglage des niveaux de filtrations acoustiques. L'étude des besoins de chaque salarié a permis de mettre en place des filtreurs pour les bruits de 12 à 17dB. Aujourd'hui, 90 salariés de l'entreprise Legallais sont équipés, y compris dans les pôles logistiques. « Nous sommes en passe de réaliser une deuxième campagne d'implémentation. Nous avons transmis un questionnaire aux personnes déjà équipées et les résultats sont les mêmes qu'à la fin de la première campagne.



Legallais cherche à résoudre les problèmes de fatigue auditive de ses salariés.

Pour la seconde campagne, quarante personnes en bureaux collectifs ont souhaité être volontaires. Les premières prises d'empreintes auront lieu début 2019, et aujourd'hui des salariés viennent spontanément nous demander d'être équipés. C'est un vrai succès pour l'amélioration du quotidien de chacun ! » ajoute Sophie Anceau. Potentiellement, 250 salariés en bureaux partagés pourraient être équipés d'ici les prochaines années.

Fair à la Une



Le 20 novembre dernier, le groupement français spécialiste de la transmission de puissance fêtait son 25^e anniversaire au cours d'une soirée conviviale qui permet d'évoquer les caractéristiques et les points forts de Groupe Fair et, plus inattendu pour ses participants, de découvrir le plateau des JT de TF1.



Les membres de Groupe Fair et certains membres de Groupe One réunis à l'occasion du 25^e anniversaire du premier et du 10^e anniversaire du second posent ici pour la traditionnelle photo de groupe.

Les inv...
lancem...
Gilles...
pu part...
météo...
eux.

un pla...
nation...
illustr...
signé...
Camp...
de l'a...
Ain...
teurs...
sur le...
ment...
une t...
ment...
vers l'...
réguliè...
europé...
l'échel...
témoi...
peme...
sique...
duple...
fourni...
siden...
tion e...
One d...
forte...
toujo...
un qu...

T enue dans le Club privé de la Tour TF1, siège parisien du groupe de communication éponyme, cette soirée conviviale inaugurée par un apéritif de bienvenue puis ponctuée d'un cocktail dînatoire et d'une visite de plateaux d'émissions phares de la chaîne a réuni près de soixante-dix personnes, des représentants de l'ensemble des membres du groupement, d'une trentaine de fournisseurs partenaires ainsi que de cinq des adhérents du réseau européen One (venus d'Italie, du Royaume-Uni, d'Espagne et du Benelux), lequel soufflait quant à lui ses dix bougies !

« Groupe Fair a été fondé par un groupe d'entrepreneurs indépendants à la tête de sociétés familiales régionales, dont plusieurs existent depuis environ un siècle, exerçant le même métier et partageant des valeurs communes. Leur volonté à travers cette création était de mutualiser certaines de leurs actions au sein d'une entité commune pour peser d'un poids plus grand sur leur marché » a d'abord rappelé devant le parterre d'invités le président de Groupe Fair, André Lopez. De même que Sylvie Pierotti, responsable du développement du groupement, celui-ci s'est prêté, avec le concours d'une animatrice, au jeu des questions-réponses pour évoquer la genèse et le développement de Fair selon un plan inspiré du nom d'émissions cultes de la chaîne de télévision (pour en

donner deux exemples, on peut citer les avis donnés sur Fair par quelques clients et retransmis sur écran lors de la séquence « The Voice » et les chiffres-clés du groupement commentés à l'occasion de « La météo des chiffres »).

La force du collectif

Le business model de Fair basé sur un ancrage local fort, l'expertise d'équipes techniques régulièrement formées et un investissement important dans des stocks de proximité ainsi qu'un service pragmatique totalement orienté vers le client s'est renforcé depuis la création de cette structure. Il a prouvé sa validité tout au long du quart de siècle écoulé à travers la permanence de ses membres sur le marché et la croissance régulière qu'enregistrent ces distributeurs "big enough to compete, small enough to care" pour reprendre un slogan illustratif.

Aujourd'hui, le réseau Fair, qualifié par André Lopez de « pharmacien de l'industrie », est déployé sur le territoire national à travers les 77 agences des sept membres du groupement, présentés tour à tour par André Lopez et Sylvie Pierotti au cours de la soirée. L'ensemble représente un effectif de 1 200 collaborateurs dont une force commerciale de 800 personnes, un stock global en régions de 60 M€ et sert une clien-

tèle de quelque 50 000 entreprises générant un chiffre d'affaires global de 290 M€.

Employant six collaborateurs permanents, Fair « qui n'agit pas à la place de ses membres mais est un outil au service du développement de chacun d'entre eux » a précisé Sylvie Pierotti, bénéficie d'une organisation transversale qui part des besoins du terrain et qui comprend notamment trois comités dédiés aux achats, au système d'information et aux grands comptes (la clientèle d'industriels multi-sites générant plus de 20% du CA global des membres de Fair) et travaillant notamment à l'optimisation des moyens de nature à permettre au groupement de se différencier sur son marché.

Un modèle étendu à l'Europe

Créé en 2008, le réseau européen One fédérant quelque vingt-cinq distributeurs dans dix pays est organisé avec la même simplicité et la même efficacité que Fair qui a d'ailleurs servi de modèle à cette entité co-dirigée par André Lopez.

« Pour Fair comme pour One, le savoir-faire local fait la différence » a affirmé Sylvie Pierotti qui consacre la moitié de son temps à la coordination grands comptes sur un plan européen, « Ainsi, les contrats multinationaux existent généralement d'abord sur



PSA déploie une solution IoT de suivi des conteneurs avec SIGFOX et IBM

Source : L'Usine Digitale – 31 Janvier 2019

Pour suivre en temps réel le transport de pièces entre ses fournisseurs et ses usines de montages, PSA déploie Track&Trace. Avec cette solution, IoT co-développée avec IBM et Sigfox, PSA souhaite limiter les ruptures de lignes de production et éviter les pertes de conteneurs.

IBM et Sigfox ont annoncé jeudi 31 janvier le déploiement de la solution de suivi des conteneurs Track&Trace au sein du groupe PSA. Track&Trace s'appuie sur le réseau international de Sigfox et la solution Watson IoT d'IBM. L'objectif est d'assurer la traçabilité en temps réel des conteneurs entre les fournisseurs et les usines de montage du constructeur automobile afin d'optimiser les rotations.

"Ce système Track&Trace nous permet de savoir, de manière individuelle et détaillée, où sont nos conteneurs", explique dans un communiqué Yann Vincent, EVP manufacturing et supply chain du groupe PSA. Il évoque le franchissement d'une "étape dans la digitalisation de la supply chain". Le but est de diminuer les ruptures de lignes de production et d'éliminer les pertes de conteneurs.



TRACK&TRACE, UNE SOLUTION ÉVOLUTIVE

La solution a été co-construite par IBM, Sigfox et PSA, puis industrialisée au sein de la ScaleZone d'IBM France (une structure qui fédère des écosystèmes ouverts pour développer des projets multi-acteurs). Track&Trace serait "facile à déployer", selon IBM. Les conteneurs sont équipés de capteurs adaptés à cet effet (taille, fixation, contraintes...). Puis, une solution utilisant les services analytiques d'IBM est mise en place. Celle-ci peut évoluer selon les besoins et les nouveaux usages.

"La gestion et le suivi d'actifs dans les entreprises ne cessent de croître. Il s'agit de la demande la plus importante sur le marché de l'IoT", déclare dans un communiqué Ludovic LeMoan, CEO et co-fondateur de Sigfox. Une aubaine sachant qu'IBM, Sigfox et PSA envisagent de proposer la plateforme Track&Trace à d'autres industriels européens dès 2019.

CONTRAT INFORMATIQUE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : ce qu'il faut savoir

Source : L'Usine Digitale – 4 Février 2019

<https://www.usine-digitale.fr/article/contrat-informatique-et-intelligence-artificielle.N801740>



Cette semaine, Pascal Agosti, avocat au sein du Caprioli & Associés, aborde la question de la formalisation des contrats d'utilisation des "modules" d'intelligence artificielle.

L'intelligence artificielle est en passe de détrôner la blockchain dans la courbe du hype. L'intelligence artificielle devient le nouvel El Dorado mais tout comme la blockchain, le juriste se doit d'aller au-delà des modes pour saisir la quintessence de ces nouveaux objets juridiques.

Appréhender l'intelligence artificielle dans tous ses aspects relève de la gageure tant son périmètre peut sembler protéiforme ; c'est pourquoi l'objet de cette chronique a trait à un aspect a priori méconnu : la formalisation des contrats d'utilisation des "modules" d'intelligence artificielle pour lesquels ce sont souvent les prestataires américains qui sont à la pointe.

UN ÉCOSYSTÈME FRIAND D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



L'Union Européenne, et la France en particulier, possède un écosystème de PME innovantes dans le domaine de l'intelligence artificielle des plus foisonnants : leur représentation au sein du dernier CES en est un exemple. Chacune a développé des applications recourant à différentes manifestations d'intelligence artificielle :

- **Le machine learning**, entendu comme l'ensemble des algorithmes qui permettent d'apprendre en identifiant des relations entre des données et de produire des modèles prédictifs de manière autonome, avec des Start up comme I'm OK et la gestion des pics d'activité dans la restauration ;
- **Le deep learning**, domaine particulier du machine learning dont les algorithmes sont particulièrement efficaces dans le traitement des données complexes et non structurées comme les images ou la voix, avec des Start up comme Matterport pour la capture d'images 3D dans le domaine immobilier mais de nombreuses entreprises utilisent des chatbots.

Mais on pourrait aussi parler **de traitement automatique du langage naturel (NLP)**. Le point commun à toutes ces définitions reste **l'usage d'algorithmes plus ou moins complexes**, des algorithmes qu'il faut bien nourrir de données et qu'il faut bien faire « tourner » de manière efficace.

LA PUISSANCE DE CALCUL, GRAAL DES ALGORITHMES

On le comprend, pour être reconnues comme pertinentes et efficaces, de telles applications nécessitent que les résultats soient rapidement exploitables. La célérité constitue sans nul doute le secret d'un succès à l'heure d'une économie digitale mondialisée. Souvent, les entreprises innovantes françaises sont limitées par les capacités (en termes de puissance de calcul) des Datacenters nationaux pour leurs applications d'Intelligence artificielle et recourent fréquemment à des Datacenters américains à l'offre plus fournie.

Amazon Web Services est leader du marché avec 40% des parts de marché dans le monde. Microsoft (avec Microsoft Azure), IBM (avec Blue Cloud ou Bluemix) ou encore Google (Google Cloud Platform) sont les principaux challengers et détiennent 23% du marché.

La gamme de leurs services à valeur ajoutée est très impressionnante : services de surveillance des opérations, d'analyses des données, de gestion de domaine voire des applications/médias services... Autant de services susceptibles d'intégrer de l'intelligence artificielle et d'accentuer de ce fait la dépendance stratégique et technologique des entreprises européennes vis-à-vis des prestataires américains.

DES CONDITIONS D'UTILISATION COMPLEXES POUR UTILISER CES MODULES D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Or, les différents prestataires précités prévoient des Conditions générales d'utilisation pour pouvoir disposer des différents services à valeur ajoutée dans le domaine de l'Intelligence Artificielle comme pour Google Cloud Platform ou AWS (Amazon Web Services). Outre le caractère long, complexe façon « *poupées russes* » de ces contrats d'adhésion et pour lesquels le plus fréquemment des logiciels tiers (et donc encore de nouveaux contrats) doivent être souscrits, les risques de contracter avec des prestataires extra-européens n'apparaissent pas de prime abord aux entreprises désireuses d'utiliser ces outils souvent très performants. Les entreprises qui développent des applications recourant à ces modules doivent avoir à l'esprit que leurs clients sont majoritairement des entreprises européennes, soucieuses du respect des exigences légales locales.

CLOUD ACT, RÈGLEMENT GÉNÉRAL DE PROTECTION DES DONNÉES ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE



Les PME innovantes recourant aux modules d'intelligence artificielle d'un Google ou Amazon doivent être vigilantes à l'applicabilité des dispositions contraignantes du CLOUD Act ("Clarifying Overseas Use of Data Act") adopté par le Congrès des Etats-Unis le 23 mars 2018. Loin des controverses autour de ce texte, le Juriste doit déterminer ses effets juridiques sur son modèle commercial et notamment les risques liés aux données qui sont confiées à ces prestataires.

Rappelons que le Cloud Act n'ouvre de voies de recours qu'au prestataire, c'est-à-dire au prestataire de Cloud. Le plus souvent, le client (c'est-à-dire la PME innovante) pourrait ne pas être au courant que ses données sont auscultées par l'Administration américaine.

Or, les PME innovantes doivent également respecter les exigences du RGPD. A ce titre, la maîtrise des données à caractère personnel est essentielle et les conditions contractuelles doivent pouvoir répercuter la responsabilité des prestataires américains en la matière (sous traitant, coresponsable, responsable de traitement).

De plus, il convient de déterminer de manière générale l'étendue de la responsabilité du prestataire dans les autres domaines. Souvent, ces documents contractuels sont assortis d'une clause de non responsabilité à leur profit qui laisse la PME innovante sans recours immédiat en cas de défaillance du prestataire.

Enfin, régulièrement, ces documents donnent compétence aux **lois américaines** : quoi de plus normal pour un prestataire américain (pour les maisons mères le plus souvent). Mais il est difficile pour une PME innovante de se défendre convenablement aux Etats-Unis. Le droit européen commence toutefois à être pris en compte par les filiales américaines agissant sur le sol européen.

ALORS QUE FAIRE ?

Mais, l'offre européenne en matière de prestataire Cloud est encore embryonnaire et, en tous les cas, insuffisante pour répondre aux besoins des PME innovantes en la matière. Ne sont-elles pas contraintes d'accepter ces conditions contractuelles ? La réponse du Juriste doit être nuancée. Il est toujours possible de négocier avec un prestataire, y compris pour un document aussi standardisé que les CGU si le prestataire US considère que la PME est intéressante. Dès lors, il proposera un Addendum. De plus, selon les circonstances et le modèle commercial, tel prestataire américain sera plus respectueux des intérêts de la PME. Ainsi, un audit préalable des offres contractuelles des prestataires US pourrait permettre de choisir le meilleur candidat et même de prévoir une négociation de ses conditions.

Source : <https://www.usine-digitale.fr/article/safran-avance-dans-l-usine-du-futur-grace-a-la-realite-virtuelle.N685479>

Alors que l'industrie prend le virage du numérique, Safran déploie l'usage de la réalité virtuelle au sein du Groupe. Grâce à cette nouvelle technologie, l'entreprise améliore ses processus et renforce son attractivité.

Chez Safran, l'usine du futur est bel et bien présente. Grâce à la digitalisation de ses lignes de montage et à l'acquisition de nouvelles technologies, le Groupe a su réduire ses temps de développement et de production. Cela a par exemple été le cas pour la conception des nacelles de l'Airbus A330neo, développées en un temps record de 42 mois, soit 18 mois de moins que sur un planning de développement standard. La clé de cette réussite réside notamment dans l'utilisation de la réalité virtuelle. *« Nous avons testé plusieurs cas d'usage de la réalité virtuelle qui se sont révélés pertinents pour préparer l'industrialisation : vérification du bon fonctionnement des outillages ou de la bonne implantation des lignes d'assemblage, mise en place de mannequins pour vérifier l'ergonomie des postes... L'ensemble des collaborateurs travaillant sur la nacelle de l'A330neo s'est ainsi projeté dans une multitude de situations et nous avons pu échanger sur les contraintes de chaque métier. L'objectif était alors de converger vers une solution commune pour faire en sorte que, le jour où la ligne de production arriverait, il n'y aurait pas de surprise. Grâce à la réalité virtuelle, les collaborateurs ont anticipé les problèmes et gagné du temps »*, explique Nicolas Lepape, chef de projets réalité virtuelle & augmentée chez Safran Nacelles.



UN OUTIL ACCESSIBLE

D'abord mise en place chez Safran Nacelles au Havre, la réalité virtuelle est désormais utilisée dans d'autres sites du Groupe. Bénéficiant de l'expérience de cette filiale, un comité Safran 'réalité virtuelle' et 'réalité augmentée' a été créé pour étendre l'usage de ces technologies à l'ensemble du Groupe. Un réseau de spécialistes en 'RV' ou 'RA' aidera les collaborateurs à mieux s'approprier les outils. *« Chez Safran Nacelles, nous avons inséré la réalité virtuelle dans nos processus (validation de gamme de travail, validation d'importation, travail sur l'ergonomie), elle doit donc pouvoir être utilisée dans plusieurs applications, confirme Nicolas Lepape. C'est pour cette raison que nous avons formé un certain nombre de personnes impactées par l'usage de la réalité virtuelle. Il faut qu'elles puissent l'utiliser en toute autonomie. Cette technologie doit être accessible à tous et pas uniquement réservée à des experts. »*

SÉDUIRE LES PASSIONNÉS D'INNOVATION

La réalité virtuelle s'inscrit dans une continuité logique. La conception industrielle a connu les planches à dessin, les dessins en 2D puis en 3D sur ordinateur... La réalité virtuelle va de pair avec une évolution naturelle des compétences, mais surtout elle permet de rendre l'industrie plus attractive aux yeux des nouvelles générations. « *La réalité virtuelle prouve que l'industrie vit avec son temps : on utilise une nouvelle technologie pour en faire une force* », commente Nicolas Lepape.

Apprenti ingénieur de formation, Nicolas Lepape a pu évoluer rapidement chez Safran, une fois son diplôme en poche. Il a tout d'abord occupé un poste d'ingénieur méthodes puis de pilote d'industrialisation avant de s'orienter vers la recherche et technologie et l'étude des nouvelles technologies comme la RV. « *Je suis un amoureux des nouvelles technologies. Je suis ce qu'on appelle un 'early adopter'. Dès qu'il y a une innovation, il faut que je la teste et que j'en trouve la valeur ajoutée dans ce que je fais tous les jours* », partage-t-il. Les profils similaires au sien, les passionnés d'innovation, auront de quoi trouver de nouveaux défis au sein de Safran. En effet, la réalité virtuelle n'en est qu'à ses débuts et de nombreuses pistes doivent encore être explorées pour acquérir une maîtrise complète de cette technologie au service de l'usine du futur.

SALONS

SIMA

Machinisme agricole | 24-28 février 2019 | Paris-Nord Villepinte • [Visitez le site](#)



GLOBAL INDUSTRIE

Industrie | 5-8 mars 2019 | Lyon • [Visitez le site](#)



CFIA

Agroalimentaire | 12-14 mars 2019 | Rennes • [Visitez le site](#)



IOT WORLD

Internet des objets | 20-21 mars 2019 | Paris – Porte de Versailles • [Visitez le site](#)



HANNOVER MESSE

Industrie | 1-5 avril 2019 | Hanovre (Allemagne) • [Visitez le site](#)

