

Proxitech, l'agrégateur de marques à valeur ajoutée

Forte d'un récent déménagement, la structure d'Antoine Aliberti se met en ordre de marche pour relever les défis liés à sa croissance. En toile de fond, une logistique réintégrée et toujours des marques fortes, pour offrir des alternatives pertinentes au client distributeur.

Par **Frédéric Richard**

Sur le marché de l'approvisionnement en rechange, Proxitech présente un modèle économique assez unique. En effet, son indépendance totale de toute structure de distribution lui confère la possibilité de vendre à tous les canaux, qu'il s'agisse des groupements en place, des purs indépendants, des centres auto et fast-fitters, jusqu'aux constructeurs. Un peu comme un équipementier, tout en présentant une offre multiproduits très large, elle aussi quasiment unique.

Antoine Aliberti, son président-fondateur, fait de cette singularité un avantage concurrentiel important, puisqu'il parvient ainsi à séduire des marques de qualité qui souhaitent s'implanter en France et cherchent une distribution. Ce modèle économique, historique chez Promauto, devenu Proxitech, est aussi salvateur pour de nombreux fournisseurs, tant il est vrai qu'un équipementier monoproduit est à ce jour souvent condamné à l'échec, compte tenu du prix de la distribution en France.

Nouvelles marques, nouvelles marges

C'est notamment le cas des filtres de l'Américain Wix, dont Proxitech a récupéré la distribution exclusive en



Proxitech étant un gros fournisseur de batteries, il dispose sur place de sa propre salle de charge. Dans cet espace, il est possible de charger plusieurs dizaines de batteries à la fois. L'opération est réalisée systématiquement, dès lors que les produits présentent une rotation trop faible.

France en janvier dernier (avant son rachat par Mann+Hummel), et qui commence à alimenter les stocks des distributeurs un peu partout en France. "Nous sommes un relais d'équipementiers qui trouvent chez Proxitech le moyen simple et rapide de pénétrer un marché de façon importante", résume Philippe Chadoutaud, directeur commercial de Proxitech.

De même, quand Proxitech a entré la carte Trico, la marque était absolument inconnue en France, mais pourtant leader de l'essuyage aux États-Unis. Quelques années plus tard, Trico se place sur la troisième marche du podium hexagonal, derrière les deux poids lourds Valeo et Bosch. L'entreprise d'Antoine Aliberti a également récupéré la distribution exclusive des

| ZOOM |

Nouveaux débouchés en région parisienne

Demain, pour la filtration notamment, le site de Bussy St-Georges pourrait bien se comporter comme une plateforme de distribution, qui livrerait les grossistes de la région parisienne. C'est déjà le cas pour le client Speedy, mais Philippe Chadoutaud aimerait ouvrir ce service aux distributeurs d'Ile-de-France, qui pourraient ainsi commander directement chez Proxitech et venir récupérer leur marchandise quelques

heures après, ou se la faire livrer. Le nouvel outil logistique de Proxitech le permet, d'autant que la société ne bénéficie pas de véritable relais sur la région parisienne, une zone qui représente tout de même plus de 35% du chiffre rechange global annuel France. "En étant meilleurs sur l'Ile-de-France, je suis convaincu que nous pourrions doubler notre performance locale", estime Antoine Aliberti.

batteries **Fiamm**, ainsi que des lubrifiants Champion. Et, sur une mezzanine de l'entrepôt, Antoine Aliberti a même aménagé une zone spécifique qui accueille les nombreuses références Fixeco. Une marque rachetée par Proxitech, spécialisée dans le petit consommable et la fixation automobile (visserie, fusibles, agrafes...), qui représente un CA de 1 million d'euros. Deux employées se chargent de faire le picking manuel des pièces pour constituer les kits prêts à vendre et autres assortiments (cosses, fusibles...).

A la recherche de la taille critique

Aujourd'hui, Proxitech enregistre des ventes à hauteur de 40 millions d'euros, et la structure peut absorber des coûts dont elle aurait été incapable de supporter le poids, il y a une dizaine d'années. Une condamnation à la croissance, pour atteindre la taille critique nécessaire et faire face à des clients eux aussi de plus en plus importants. Cette dynamique a justifié des investissements immobiliers, que la société de Bussy Saint-Georges assume. Antoine Aliberti n'en fait pas mystère, le déménagement en janvier dernier de sa structure dans de nouvelles installations était presque devenu une question de survie. En effet, l'entreprise faisait appel à un logisticien prestataire depuis douze ans, qui lui facturait des sommes colossales, de plus en plus difficiles à absorber compte tenu de l'augmentation des flux.

|ZOOM|

Une stratégie commerciale cohérente

Pour sélectionner chaque nouvelle marque distribuée au sein de la galaxie Proxitech, "on met un point d'honneur à sélectionner des familles qui réalisent des volumes chez les distributeurs." Et nous parlons d'essuyage, de batterie, de lubrifiant ou de filtration, bref, des volumes énormes, dont la performance en distribution est aussi importante que la qualité des produits. À ce titre, **Philippe Chadoutaud** a conscience qu'il vend des marques alternatives, mais il en est certain :

"La seule marge de notre prestataire représentait 400 000 euros, alors qu'aujourd'hui, la logistique fait partie des postes qu'il nous faut le plus écraser pour ménager la rentabilité", affirme le chef d'entreprise.

D'où l'idée de réintégrer la logistique au sein de Proxitech. Et pour cela, il fallait un bâtiment. Qu'à cela ne tienne, l'entreprise a acquis un ex-site de William Saurin, à quelques centaines de mètres de son siège initial, toujours à Bussy Saint-Georges, renfermant un entrepôt de 7 500 m², ca-

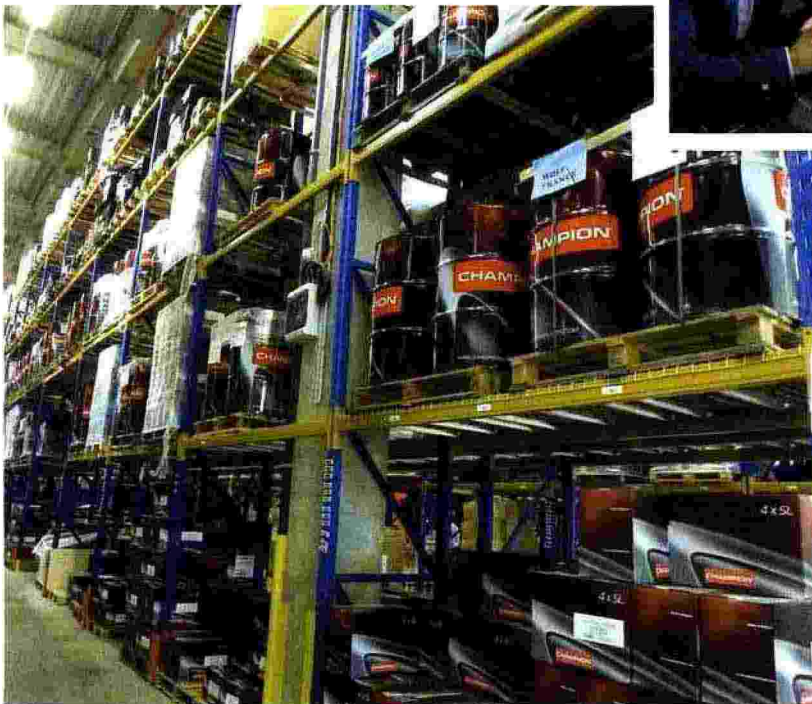
"Quand on est les derniers arrivés sur un marché, la filtration par exemple, on doit se comporter aussi bien, voire mieux que les leaders en termes d'offre, de gamme, de dispo, de logistique, de formation... C'est ici que se situe notre singularité." La proximité est aussi une priorité pour Antoine Aliberti, qui place ses clients au cœur de sa stratégie de développement. Une force de vente de près de 20 personnes, qui offre une présence nationale et une réactivité faisant la renommée de Proxitech.

pable de stocker 6 000 palettes.

Et, pour gérer ce nouveau métier de logisticien, qui mieux qu'un spécialiste? Le bon sens d'Antoine Aliberti reprend le dessus et il rachète Autostar Distribution, rien moins que le logisticien attiré de Speedy! C'est alors **Patrick Hébert**, fondateur



Philippe Chadoutaud, Antoine Aliberti et Patrick Hébert.



d'Autostar, qui entre dans le giron de Proxitech, pour gérer la logistique de l'ensemble. Par ailleurs, Speedy restant client, le groupe d'Antoine Aliberti récupère au passage 7 millions de CA, représentant une part non négligeable dans les 40 millions que réalisera Proxitech à la fin 2017.

Trois mois après le déménagement et la nouvelle organisation, les performances logistiques se sont déjà largement améliorées : Proxitech livre désormais à J+1 partout en France, tandis qu'il fallait plusieurs jours auparavant. L'outil Proxitech est donc aujourd'hui en ordre de marche, prêt à en découdre avec les défis qui l'attendent, et à réaliser un objectif de 50 millions d'euros de CA en 2020! ■