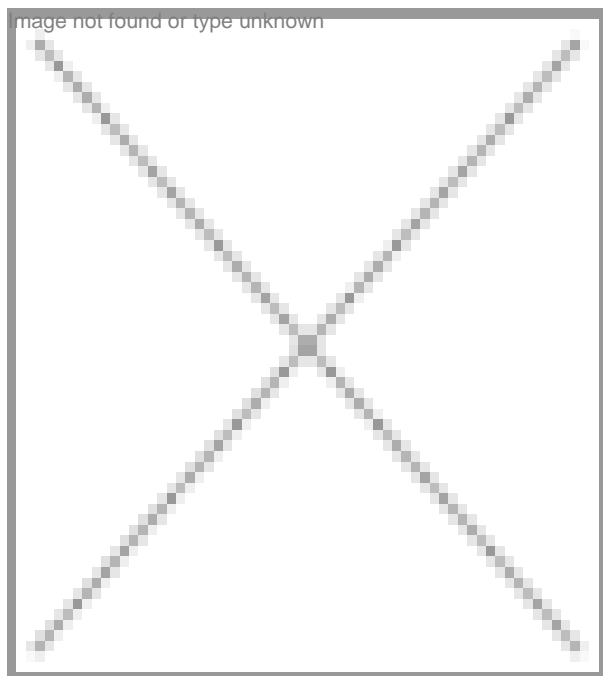


# Alsafix

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Fournisseurs](#) / [Outillage électroportatif](#)

Alsafix, tout l'univers de la fixation



Spécialiste de la fixation à travers une large gamme

de machines et de consommables, la société alsacienne Alsafix fait aujourd'hui partie des acteurs incontournables présents au sein de la distribution. Grâce à une politique de développement basée sur l'innovation et les services, l'entreprise a su se démarquer de la concurrence pour inspirer, aux yeux de ses clients, sérieux et proximité.

Ancien responsable d'une entreprise spécialisée dans la fixation, Jean-Claude Roeckel se rapproche en 1993 du fabricant de cloueurs allemand Haubold pour créer sa propre société de diffusion d'outils pneumatiques et de consommables appropriés. Cette structure, baptisée Alsafix voit finalement le jour à Gries, au cœur de l'Alsace, en 1994. Le nouveau chef d'entreprise développe alors son entreprise en autodidacte et assure à la fois la gestion de la société au quotidien et le stockage des produits (qui s'effectue alors dans la cave familiale) tout en réalisant de longues tournées commerciales. Après deux ans d'activité, il embauche son premier collaborateur puis s'entoure de ses deux fils, Grégory et Romuald nommés respectivement aux postes de directeur commercial et de directeur administratif et marketing.

Une politique de marques reconnues

Aujourd'hui, Alsafix, qui regroupe une cinquantaine de collaborateurs, se concentre sur tout l'univers de la fixation professionnelle avec la commercialisation d'outils (25% du chiffre d'affaires), d'accessoires et de consommables (75% du chiffre d'affaires) destinés à l'agrafage, le clouage, le chevillage, l'assemblage, le perçage ou encore la découpe. L'ensemble de ces produits est commercialisé sous la marque Alsafix mais l'entreprise se positionne également comme l'importateur exclusif pour les marchés français, espagnols, roumains et nord-africains, de marques reconnues avec Prebena, Powers Fasteners et Panasonic – Alsafix commercialise aussi les marques Haubold, Bierbach, NSC, Kihlberg ou encore Max.

Depuis 1998, elle propose ainsi à son catalogue la marque américaine Powers Fasteners. A l'époque, Alsafix s'adressait uniquement à la filière bois avec une offre adaptée aux attentes des charpentiers, des couvreurs, des menuisiers, des agenceurs... Pour répondre à la demande de ses clients distributeurs, l'entreprise se lance alors à la recherche d'un partenaire capable d'orienter l'offre vers les secteurs de la construction et les travaux publics. Jean-Claude Roeckel parcourt alors les salons et, lors du Stafda – une foire américaine rassemblant plus de 4 000 exposants – il prend contact avec la société Powers Fasteners spécialiste de la fixation métallique (les chevilles à frapper notamment) et du scellement chimique.

La société alsacienne est aussi connue pour être l'importateur de la gamme d'outillage électroportatif Panasonic qui, sur ce créneau, se positionne sur le haut de gamme. Au départ, la firme japonaise ne souhaitait pas exporter ce type de produits sur le marché français (un marché déjà fortement concurrencé) et préférait se concentrer sur l'audiovisuel. Sous l'influence de Jean-Claude Roeckel persuadé qu'il y a encore des places à prendre, la société nipponne tente finalement le pari qui au fil des années s'avère être une réussite. Preuve en est, la prochaine réunion annuelle du géant asiatique se déroulera dans les locaux de la PME alsacienne.

### A la recherche de l'innovation

Pour la commercialisation de ses produits, Alsafix a toujours fait confiance aux distributeurs, des négoce matériaux (Point.P, Gedimat, Réseau Pro, Tout Faire Matériaux) aux spécialistes couverture (Asturienne, Larivière) en passant par les fournitures industrielles (Cofaq, Descours & Cabaud, Socoda) et les quincailleries (Dompro, Seba). Aujourd'hui, elle compte plus de 4 000 clients qui représentent 95% de son chiffre d'affaires. Pour satisfaire cette clientèle, la société a mis en place une veille stratégique qui lui permet d'apporter sans cesse des produits innovants dotés de technologies nouvelles et susceptibles de répondre aux attentes des utilisateurs finaux. C'est le cas par exemple de l'agrafeuse pneumatique Alsafix 27/160 P1, lancée en 2010, qui est préconisée pour fixer les plaques isolantes sur de l'ossature bois jusqu'à 130 millimètres. Plus récemment, sous la même marque, l'entreprise a lancé la « fausse-vis » Scrail (un produit dont nous avons d'ailleurs déjà fait l'écho) qui a la particularité de se fixer avec un cloueur et de se retirer à l'aide d'une visseuse. Cette recherche d'innovation est également valable pour les produits commercialisés sous les autres marques comme l'agrafeuse Prebena PKT-2-J50SD-S qui peut s'utiliser soit avec un compresseur, soit raccordé à une cartouche d'air, ou encore la sélection Power Lite de marque Max qui regroupe des cloueurs et des compresseurs caractérisés par un faible poids et une grande puissance. La gamme Panasonic a également été étendue avec la commercialisation de perceuses-visseuses, de marteaux perforateurs, de scies sauteuses ou encore de disques alimentaires par des batteries Li-Ion de 3,3 Ah qui apportent une puissance et une autonomie très élevée.

Depuis janvier 2007, Alsafix a également développé sa gamme de consommables avec l'arrivée au catalogue d'une offre complète de connecteurs regroupant des sabots d'ancrage, des équerres, des plaques perforées ou encore des pieds de poteau qui répondent tous aux dernières normes européennes en vigueur.

### Une force de vente de terrain

Pour tenir informés les distributeurs de la sortie des nouveaux produits, Alsafix s'appuie sur une force de vente de dix-sept technico-commerciaux qui couvre l'ensemble du territoire national. Outre les prises de commande, ils organisent des journées techniques chez leurs clients et passent la moitié de leur temps sur les chantiers pour accompagner les commerciaux des distributeurs et soutenir techniquement les utilisateurs finaux. Ils sont équipés de véhicules de démonstration abritant le 20/80 de l'offre afin de présenter le matériel, d'en expliquer l'usage et de

le tester. Ils s'appuient aussi sur le catalogue Alsafix qui reprend dans le détail chaque référence avec, entre autre sa photo et les produits complémentaires. Ces données sont reprises sur le site Internet de l'entreprise complétées de nombreuses vidéos de démonstration.

Par ailleurs, pour aider sa force commerciale dans la gestion de leurs commandes, Alsafix a développé en interne un logiciel qui recense toutes les données statistiques comme le nombre de ventes effectuées, l'état du stock en temps réel ou les promotions en cours. Pour ces dernières, Alsafix édite trois fois par an une brochure de quatre pages qui reprend l'ensemble des produits faisant l'objet d'une réduction tarifaire.

### Un maillage logistique européen

Pour livrer ses produits, Alsafix s'appuie sur la plate-forme logistique intégrée au siège social de Gries. Etendu sur une surface de 9 000 m<sup>2</sup> et géré par quatre personnes, cet espace a bénéficié de nombreuses extensions pour faire face au développement de l'entreprise. La dernière en date a notamment permis l'élaboration d'un showroom plus spacieux ainsi que d'une salle de réunion moderne étudiée pour accueillir des séances de formation. Le site logistique alsacien abrite également une zone de conditionnement des produits ainsi qu'un atelier peinture pour personnaliser les produits soit aux couleurs de certains distributeurs comme Fobi, Würth ou Berner, soit en fonction de la charte graphique de certaines MDD. La logistique pour le territoire national est complétée par un dépôt de 600 m<sup>2</sup> situé en banlieue parisienne, à Noisy-le-Sec (93). Au total, près de trente mille produits peuvent être livrés dans la matinée pour toute commande passée la veille avant 15 heures.

Pour les autres marchés européens, Alsafix a ouvert, en novembre 2006 à Brasov (Roumanie) puis en septembre 2007 à Bilbao (Espagne), deux nouvelles plates-formes d'une surface respective de 600 et de 300 m<sup>2</sup>. Dédiées avant tout à la logistique elles accueillent également une structure commerciale équipée d'un camion de démonstration ainsi qu'un service après-vente.

### Un SAV optimisé

En France, le service après-vente de Gries regroupe trois techniciens (soutenus par une personne en alternance) qui assurent aussi bien la réparation pour les machines commercialisées par l'entreprise que pour des marques concurrentes. Ils sont également amenés à répondre à certaines questions techniques pour, par exemple, effectuer du dépannage téléphonique. Pour faciliter le transit des machines défectueuses, Alsafix vient de lancer un forfait de transport baptisé Alsaport qui garantit, pour toute commande Alsaport passée avant 17h, un enlèvement le lendemain avant 17h pour une livraison au SAV le jour suivant – sauf pour les compresseurs qui demandent un jour supplémentaire. Les forfaits proposés (Alsacoli pour les agrafeuses, cloueurs, perforateurs ou les visseuses, et Alsapale pour les compresseurs) comprennent le transport aller-retour en France métropolitaine depuis les locaux des distributeurs mais n'incluent pas les frais de réparation. Ces derniers sont transmis ultérieurement sur un devis chiffré par le SAV.

### Devenir un indispensable

Aujourd'hui, Alsafix réalise un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros et compte doubler ce chiffre d'ici 2013 en renforçant sa gestion logistique ainsi que sa politique de services. Cette dernière a déjà été reconnue en 2004 avec l'obtention de la certification Iso 9001, un label synonyme de qualité reconduit en 2009. Par ailleurs, l'entreprise alsacienne souhaite poursuivre son orientation produit sur les secteurs de la construction et des travaux publics pour égaler, sur le marché acier-béton, le taux de pénétration du marché bois. Cela passera par la commercialisation de nouvelles

machines mais aussi par une offre plus étendue de consommables avec des nouvelles références de vis, d'accessoires pneumatiques et de connecteurs.

ND

## Une forte identité alsacienne

Alsacien de naissance, Jean-Claude Roeckel a su inculquer cette culture à son entreprise qui est régulièrement citée dans le Palmarès du Figaro parmi les vingt entreprises les plus performantes de la région. Il est également depuis plusieurs années, le président du Basket Club de Gries, une association qui compte plus de 300 licenciés avec deux équipes seniors, masculine et féminine, qui évoluent en Nationale 2 et en Nationale 3. En 2007, les hommes ont porté fièrement les couleurs du club jusqu'au POPB de Paris-Bercy où ils ont remporté la finale des Trophées de France. Fier de sa région, le président aime rappeler que, malgré ses trois mille habitants, la ville de Gries possède l'une des plus grandes salles de sport de toute la façade Est.