

Groupe Fair

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Fair](#)

Notre base, c'est le local

Né de la proximité avec des clients industriels qui peuvent être des sociétés locales comme des entreprises multinationales, les associés Fair considèrent le maillage territorial comme étant consubstantiel de leur métier de négociants techniques spécialistes dans la transmission de puissance. Une position partagée et relayée par la nouvelle gérante du groupement Claire Lefranc Van Ryssel, présidente de la compagnie Lefranc SA.

BBI : Que représente la notion de maillage territorial pour les associés de Groupe Fair ?

Claire Lefranc Van Ryssel : Nous venons du local et sommes profondément ancrés sur nos territoires. Le maillage territorial est une évidence pour les associés du Groupe Fair car il est indissociable de notre métier de négociant technique. Nous sommes tous en proximité avec les industries de notre région pour leur apporter la prestation répondant à leurs attentes. Ainsi, pour chaque client avec lequel nous travaillons, nous visitons son ou ses ateliers et magasins de proximité afin, par exemple, d'établir un audit. Nous faisons la synthèse des problématiques auxquelles il est confronté et nous examinons avec lui les pistes de progrès qui existent pour améliorer ses performances. Tout ceci ne peut se faire que sur site avec des personnels formés.

De même, nous devons pouvoir répondre rapidement aux demandes de nos clients car chaque problème qui intervient sur une chaîne de fabrication peut engendrer des coûts importants. Nous devons être proches pour être présents dans les plus brefs délais afin d'effectuer les prestations nécessaires. Ceci aussi ne peut se faire que d'une façon physique avec des techniciens compétents qui se déplacent.

Autre paramètre qui légitime une proximité avec nos clients, ces derniers sont confrontés à une perte de connaissance technique dans leur personnel (départs en retraite, moindre formation...) et bien souvent, nos équipes et nos systèmes informatiques sont la mémoire de leurs installations. Notre présence est indispensable pour eux et tout montre que cela va continuer de la sorte, ne serait-ce que parce que nous réalisons 40% de notre chiffre d'affaires avec du spécifique pour répondre à des demandes particulières. Nous sommes ainsi capables d'identifier et de sourcer des pièces qui cassent au bout de vingt ans de fonctionnement, une expertise qui se différencie de l'approvisionnement en produits standards que tout le monde sait faire. Ceci explique aussi le développement de nos particularités comme nos ateliers d'assemblage hydraulique, pneumatique, de motoréducteurs, ateliers de découpe, qui enrichissent notre réponse client et complètent la présence d'un technico-commercial expérimenté et spécialiste.

BBI : Au-delà de la compétence technique que vous pouvez déployer rapidement, la proximité avec vos clients intègre-telle d'autres éléments essentiels ?

C.LvR. : Le maillage commercial, ce n'est pas seulement cette proximité technique que nous partageons avec nos clients, aidés en cela par le partenariat étroit et fidèle que nous avons avec nos fournisseurs. C'est aussi toute une organisation territoriale qui est pensée pour être à leur service. Ainsi, nos agences sont structurées avec des équipes qui nous permettent d'échanger

avec les représentants de tous les échelons métier. Nous avons des...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la
revue](#)