

# RS Components

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

## De nouveaux outils pour s'affirmer en Europe



Le leader mondial de la vente à distance BtoB

de composants électroniques et de maintenance affirme ses ambitions de croissance sur le continent européen où il souhaite améliorer son taux de pénétration. Dans sa stratégie de conquête, il s'appuie sur plusieurs leviers : la vente en ligne qui lui permet notamment de lancer rapidement des produits innovants, sa culture du service et une organisation logistique en constante amélioration.

Rebaptisé RS Components en avril 2010 (anciennement Radiospares), le distributeur mondial de composants électroniques, électromécaniques, industriels et de produits de maintenance aborde l'année 2011 en affirmant ses ambitions sur le continent européen.

Fort d'un chiffre d'affaires global de 1,1 milliard d'euros (le groupe est coté en bourse à Londres), réalisé dans 27 pays à travers la vente à distance (internet et catalogues) pour 1,5 million de clients professionnels (500 000 en Europe), le groupe d'origine britannique réalise déjà un quart de ses ventes sur le vieux continent, hors Grande-Bretagne (350 millions de livres, soit 419 millions d'euros). S'il estime qu'au Royaume-Uni où son chiffre d'affaires atteint 340 millions de livres sterling (environ 406 millions d'euros), sa couverture est de 100%, l'Europe continentale lui laisse en revanche entrevoir une marge de progression encore importante, avec un taux de pénétration limité à 31%. Certes, en France, son principal marché en Europe avec un chiffre d'affaires de 130 millions de livres sterling (près de 156 millions d'euros), ce taux atteint déjà 38% mais il n'est que de 19% en Allemagne (96 millions d'euros) et de 18% en Italie (60 millions d'euros).

La régionalisation, moteur de la croissance

En mai 2010, avec la mise en place de la stratégie dite de régionalisation, l'ensemble des marchés d'Europe Continentale ont été réunis sous une structure unique de façon à offrir à tous les clients une offre complète de 500 000 produits provenant de quelque 2500 fournisseurs, allant des semi-conducteurs à l'optoélectronique en passant par les outils électriques, les EPI et produits d'hygiène et sécurité, et assortie d'un service de qualité notamment en terme de disponibilité et fiabilité. « Le succès de la restructuration de notre organisation européenne a été un facteur prépondérant des bonnes performances réalisées l'année dernière »

souligne Klaus Göldenbot, directeur général de RS Components EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique). Les ventes devraient afficher un essor de 23% en Europe sur le premier semestre 2011 de l'exercice fiscal du groupe (avril-septembre 2010). « Les clients comme les fournisseurs profitent de cette réorganisation. Ce qui nous permet de tabler sur de fortes opportunités de croissance, notamment en Allemagne, Espagne et dans le Benelux. Nous observons également un fort potentiel dans les pays de l'Est » poursuit Klaus Göldenbot. Le groupe vient d'ailleurs d'annoncer son implantation en Europe de l'est, à travers le développement de ses solutions de e-commerce en Pologne, République tchèque et Hongrie, avant d'aborder d'autres pays dans l'année. Conformément à la stratégie menée partout ailleurs, chacun des sites est en langue et monnaie locales, et propose l'ensemble de l'offre du distributeur, les produits étant expédiés le jour même de la réception de la commande. Selon des études menées par RS, le marché de distribution en matière de service à haute valeur ajoutée en Europe Centrale et de l'Est s'élève à plus de 1,5 milliard d'euros. L'infrastructure industrielle, déjà en place sur ces marchés, est évidemment l'un des facteurs de réussite de cette implantation.

### 70% des ventes via Internet

Pilier de la stratégie de développement du distributeur, la vente en ligne est un outil d'autant plus intéressant qu'elle permet à RS de s'adresser directement au client dans sa langue, d'émettre des préconisations, d'effectuer des mises à jour produits et tarifaires immédiates, et de favoriser le déploiement des nouveaux produits. Sur un an, à fin mars 2010, 53% des ventes de RS en Europe transitaient par la toile (contre un peu plus de 10% en 2004), un taux qui devrait s'élever à 70% dans les deux ou trois prochaines années. Sur le premier semestre de l'exercice fiscal 2011 (avril-septembre 2010), les ventes réalisées par Internet sont ainsi en essor de 38%, ce qui se traduit aussi par 15 commandes par minute ou encore 100 visiteurs par minute... L'objectif du distributeur est d'utiliser le e-commerce comme un outil de conquête de nouveaux consommateurs, d'où sa volonté d'améliorer encore l'expérience en ligne pour ses clients tant dans la sélection produits que dans l'accessibilité. Aujourd'hui, 65% de son offre est commercialisée exclusivement sur le web. Et si 17% des produits nouveaux sont introduits en ligne et sur le catalogue papier, 83% le sont seulement en ligne !

La vente par catalogue n'est toutefois pas oubliée. RS s'appuie ainsi sur deux catalogues (5 000 pages au total déclinées en un tome Électronique dédiés aux composants passifs et actifs, connecteurs, câbles, électromécanique, énergie et packaging et un tome concernant les composants d'automatisme et de process, fournitures industrielles, fournitures électriques, informatique et bureautique, test et mesure, équipement et rangement, adhésifs, lubrifiants et nettoyants, protection et sécurité, outillage). Sans oublier les 400 commerciaux (tous pays confondus) qui officient sur le terrain et les différents outils en ligne qui sont destinés à faciliter la comparaison, la sélection des produits et donc le choix pour le client. Il est également possible de télécharger gratuitement les modèles CAO 3D. Plus classiquement, RS propose aussi plusieurs services comme la prise de commande par téléphone, fax ou sur internet, la livraison express quel que soit le montant de la commande, l'information sur la disponibilité des produits, les conseils techniques...

### Organisation logistique en constante évolution

Pour ce spécialiste de la vente à distance, l'ensemble de la chaîne logistique est évidemment un autre point crucial. RS Components dispose de dix-sept centres de distribution principaux (dont un en France, un en Allemagne, un en Italie et deux en Grande-Bretagne). 40 000 commandes sont expédiées le jour même chez les clients « Habituellement, les distributeurs d'électronique ont un seul ou alors une multitude de centres de distribution. Nous avons choisi d'en avoir dix-sept » explique Andrew Lewis, responsable de la supply chain. « Cela nous permet de proposer des services de qualité, de réduire nos coûts de transport et de renforcer notre offre en maintenance sur les produits plus volumineux »

. Toutes les filiales du groupe Electrocomponents sont reliées entre elles pour la gestion des approvisionnements des stocks et les différents sites de stockage sont totalement intégrés à ce réseau commun, ce qui permet une gestion des stocks à travers le monde plus performante et efficace.

Par ailleurs, pour améliorer ses prévisions de livraisons, l'optimisation de ses stocks et son service client, RS Components vient de mettre en place une nouvelle solution de planification de la chaîne d'approvisionnement, le SO99+ de ToolsGroup. Le distributeur est désormais en mesure de prévoir ses niveaux de stocks sur 18 mois, se basant sur un historique de trois ans au niveau des commandes. Déjà, les calculs de SO99+ ont permis à RS de réaliser des réductions importantes sur les stocks mondiaux détenus tout en augmentant dans le même temps les niveaux de service dont bénéficient les clients, à la fois grâce à la redistribution physique des stocks sur le réseau des entrepôts européens et à la modification des modes de stockage. En France, où l'objectif du groupe est d'améliorer de 14% la productivité, plus de 140 000 références sont stockées.

Qu'il s'agisse de logistique, de marketing, de choix produits, de services, RS Components entend bien « poursuivre cette culture de l'amélioration continue pour développer le service et obtenir des gains de productivité significatifs » comme le souligne Klaus Goldenbot. « Nos leviers de croissance fondamentaux sont forts. Nos clients fragmentent de plus en plus leurs achats et les fournisseurs rationalisent leur distribution. En ce qui nous concerne, nous répondons aux besoins du fournisseur et du client. Nous sommes donc bien positionnés pour prendre de nouvelles parts de marché ».

Agnès Richard

### RS Components en chiffres

- 1,5 million de clients dans le monde, 500 000 en Europe.
- 500 000 produits
- 17 plates-formes de distribution, dont sept en Europe continentale et deux en Grande-Bretagne.
- 40 000 expéditions chaque jour
- un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros sur l'exercice fiscal 2009-2010
- 5 600 salariés à travers le monde
- des sites web en 17 langues couvrant 70 pays
- 53% des ventes en Europe via web (mars 2010)

