novembre 2012

Flauraud

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

L’innovation, force du salon Inotech

Pendant trois jours, Inotech, le salon de l’équipement professionnel organisé par le groupe Flauraud, a mis en avant l’offre d’environ 150 fournisseurs et plus particulièrement, leurs innovations. 5 000 professionnels ont fait le déplacement et ont pu également découvrir les évolutions logistiques du groupe de distribution.

Pour sa 28e édition, le salon Flauraud de l’équipement professionnel, plus connu sous le nom d’Inotech, n’a pas rompu avec sa vocation : mettre en avant les nouvelles technologies et dernières innovations sur les secteurs Auto, Poids Lourd, Industrie et Bâtiment et favoriser les échanges entre professionnels. Une ambition qui prend plus que jamais sa raison d’être dans un contexte économique difficile.

5 000 visiteurs

Invités des dix-neuf centres de distribution du groupe Flauraud, cinq mille visiteurs venus de toute la France ont ainsi pu découvrir sur les 2 000 m2 de la Grande Halle d’Auvergne de Clermont-Ferrand, les 19, 20 et 21 octobre derniers, les nouveautés de plus de cent cinquante fournisseurs. Les exposants ont ainsi eu l’opportunité de faire de nombreuses démonstrations et d’exposer leur savoir-faire aux professionnels de leur secteur d’activité, qu’ils soient mécaniciens, réparateurs de centres auto ou issus de collectivités et de l’univers industriel. Rappelons que le groupe Flauraud a réalisé en 2011 un chiffre d’affaires de 101 millions d’euros pour 550 collaborateurs en France, en Espagne, en Italie et en Asie. 48% des ventes sont effectuées à travers les réseaux professionnels, 48% en grande distribution et 4% sur l’export.

Deux trophées de l’innovation

L’innovation était d’autant mieux mise en valeur que pour la seconde année, Inotech invitait les visiteurs à se rendre sur certains stands pour choisir la nouveauté digne de remporter le trophée de l’innovation. Vingt-et-un exposants ont participé à ces trophées, les innovations soumises au vote des visiteurs ayant été préalablement sélectionnées par les chefs de produits de Flauraud.

Pour donner les moyens aux professionnels d'apprécier de façon pertinente la valeur innovante du produit et leur permettre de prendre le temps de visiter les stands qui les concernent, deux catégories de trophées ont été créées, cette année. Douze participants ont ainsi concouru pour la catégorie Auto / Poids Lourd et neuf pour la catégorie Industrie / Bâtiment. Facom a remporté le trophée dans le cadre auto/poids lourd pour son cliquet à manche rotatif tandis que Creyssensac a été le gagnant dans la catégorie industrie-bâtiment avec son récupérateur d'énergie Energy Box.

Pour les exposants participant, cette opération était l'assurance d'avoir une bonne fréquentation sur leur stand, d'autant que cette visite était assortie d'un jeu concours avec un voyage à la clé pour les professionnels assidus. Il est également l'occasion de recevoir en direct les réactions des utilisateurs à leurs produits. Pour les visiteurs, ce parcours de l'innovation constitue incontestablement une aide à la visite.

Ce salon est aussi l'occasion de partager des moments de convivialité, à l'occasion des repas et d'un grand spectacle organisé à l'intention des invités. Pour les forces de vente de Flauraud, cela constitue un moment privilégié de renforcer les liens et leur proximité avec les fournisseurs et les clients.

Une entreprise qui évolue

Le salon Inotech permet également au groupe Flauraud de partager avec ses partenaires les évolutions de l'entreprise. Ainsi en 2012, pour renforcer la productivité du groupe et ses capacités de service, les activités logistiques et le siège du distributeur ont été rassemblés sur Clermont-Ferrand. Cent quarante cinq personnes travaillent donc aujourd'hui dans la capitale auvergnate pour gérer le commerce, les achats, le marketing et la logistique du groupe. « La mise en place de la plate-forme et la relocalisation des services opérationnels ont été assumées à 100% par la holding et l'actionnariat familial avec le souci de pérenniser l'entreprise. Ce choix a permis l'arrivée de 130 familles sur Clermont-Ferrand et une réorganisation des départements de l'entreprise pour regrouper les différentes activités Flauraud » explique le groupe.

Lancée en juillet 2012, la plateforme (16 000 m2 au total) est en cours de rodage et deviendra complètement opérationnelle en janvier 2013. Les produits commandés sont désormais regroupés en un seul colis et font l'objet d'une livraison en 24 heures. Pour Flauraud, cet investissement est aussi un moyen de s'adapter aux mutations du marché de la distribution. «Le lancement de la plate-forme et de ce nouveau siège opérationnel a été dicté par la volonté d'améliorer le service à nos clients dans un contexte économique délicat. En regroupant ses activités industrie et automobile, distribution de pièces et services et création d'accessoires, Flauraud fait le choix de faciliter et de rendre économique l'accès et la distribution de ses 50 000 références. »

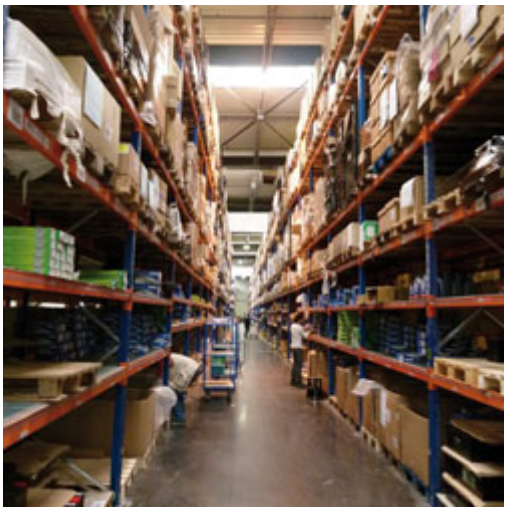
AR

Le Groupe Flauraud

1932 Création de la société : vente de pièces pour véhicules, de matériel électrique, TSF etc.
1970 La première succursale est créée
1978 Des accessoires automobile sont vendus sur présentoirs
1984 Naissance de l'activité nationale France Auto Stock dont le développement va suivre celui de la grande distribution en France
1988 L'entreprise commercialise ses produits à sa marque
2001 Flauraud s'intègre dans la holding Aurilis Group
2002 Mise en place d'Auris Industries, bureau d'engineering et de contrôle qualité à Shanghai

(Asie)
2004 Démarrage de la politique d’intégration de la fabrication en rachetant les sociétés Targa et Airvit
2011 Création de la filiale de consulting Chinoise Aurilis Group Shanghai CO. Ltd.
2012 Création du Hub logistique sur Clermont-Ferrand et relocalisation du Head Office sur Clermont-Ferrand
2012 Flauraud redevient l’enseigne commerciale générale du Groupe Aurilis sur le territoire français.

Une logistique centralisée



Le groupe Flauraud s’appuie sur deux plate-formes de 10 000 m² et de 6 000 m², situées dans le bassin de Clermont-Ferrand, soit 30 000 références en stock.

• Valeur de stock de 10 millions d’euros
• chaque jour en moyenne :
• 700 références réapprovisionnées en casiers picking.
• 8 000 lignes préparées
• 500 colis expédiés en Chronopost
• 100 palettes expédiées en messagerie
• 35 palettes expédiées en affrètement dont 10 à l’export.
• 70 palettes expédiées pour les magasins Flauraud via les navettes.

En janvier 2013, l’objectif du groupe est de livrer 10 500 lignes par jour avec un taux de service de 95%.