

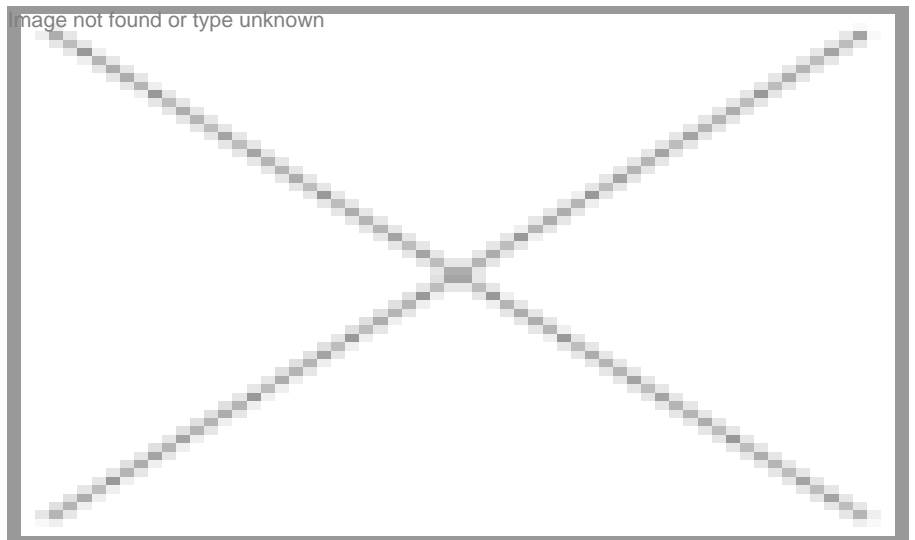
Tesa

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Adhésifs](#)

En proximité avec la distribution professionnelle

Disposant d'une expertise technologique qui l'a conduit à établir des relations étroites avec les clients industriels, tesa a ces dernières années évolué pour s'appuyer plus fortement sur la distribution professionnelle, aujourd'hui devenue un partenaire de premier plan pour la marque. Structurée pour travailler avec les revendeurs, leur ouvrant grand sa gamme et développant un vaste choix d'outils digitaux à leur bénéfice, tesa a posé les premiers jalons visant à accroître ses parts de marché dans les réseaux de quincailleries et de fournitures industrielles.

Il est des marques qui bénéficient d'une notoriété indiscutable sur leur marché et tesa fait partie de ces noms qui nous viennent spontanément à l'esprit dès que l'on évoque le domaine des adhésifs. Née à la fin du 19^e siècle des expériences de M. Beiersdorf qui essayait de trouver un moyen de maintenir des bandes de soin sur les patients, et qui dans cette recherche a mis au point un adhésif beaucoup trop puissant pour cet usage, tesa est aujourd'hui une société intégrée au groupe Beiersdorf (Nivea, Labello, Hansaplast...) spécialisée dans les solutions adhésives, leader européen dans ce domaine et réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 1,3 milliard d'euros par le monde.



Fabricant de sa propre chimie, ce qui lui donne une grande autonomie pour le développement de ses masses adhésives, tesa développe une centaine de nouveautés chaque année, dont un grand nombre font l'objet d'un dépôt de brevet. Cette culture de l'innovation, visible dans la variété des produits créés (masquage, emballage, maintenance, composants de fabrications...) et leur valeur ajoutée, se retrouve également en termes de production puisque la société fabrique depuis vingt ans ses rubans adhésifs par un procédé sans solvant fonctionnant par extrusion, respectueux de l'environnement.

L'engagement transnational de tesa France

Une fois le tableau général posé, intéressons-nous maintenant à tesa France. Cette filiale fait partie de la zone Europe de l'ouest, intégration qui vise à améliorer la coordination entre les différents pays qui partagent déjà les mêmes produits et ciblent les mêmes types de marché, de façon à éviter toute discordance de stratégie commerciale et de politique tarifaire. Cette harmonisation est d'autant plus nécessaire que les clients ont souvent des activités transnationales qui demandent à tesa de s'adapter en conséquence à tous les niveaux que ce soit, dans le calendrier de sortie de nouveaux produits, la segmentation des marchés, le

marketing, les partenariats avec les comptes clés, etc.

Commercialement la règle de conduite est que la filiale où est implanté le siège du client gère le client. Ainsi, tesa France gère les groupes installés en France (Rubix, Manutan, ...) pour toute la zone, une responsabilité importante, avec bien sûr l'appui des équipes nationales concernées et sous l'égide de la direction du groupe. Au-delà, des équipes projets dédiées aux grands marchés (Automobile, Construction, Aéronautique, ...) peuvent intervenir en support auprès des équipes Distribution.

Structuré pour travailler avec la distribution

Sur le plan strictement national, tesa a fortement évolué ces dernières années pour prendre en considération l'évolution de ses clients industriels qui, quelle que soit leur taille de la PME jusqu'au grand compte, ont comme volonté de simplifier leurs procédures : ils privilégient d'une façon plus fréquente le passage par un distributeur qui globalise leurs approvisionnements. En réponse, tesa s'adapte et va faire en sorte, comme l'exprime Julian Soavi, Directeur Marketing France et Benelux, «de les satisfaire avec le service d'approvisionnement le plus pertinent. » Cette transformation est clairement visible dans l'organigramme de la société qui a été totalement refondu pour répondre à cette nouvelle dynamique instituée avec la distribution...

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](#)