

# Congrès IHA

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Organismes professionnels](#)

## Cap au nord pour l'IHA

Du 1er au 4 novembre, la France a accueilli le congrès de l'IHA, la fédération internationale de la quincaillerie. Les membres de huit délégations ont ainsi pu visiter le salon Batimat avant de découvrir l'organisation d'un distributeur français, DomPro, à travers la visite de la plate-forme de Breuil-le-sec (60) puis la découverte des initiatives menées par Groupe Adeo, à Ronchin (59).

C'est la première fois depuis 1909 que les adhérents de l'IHA (International Hardware Association) tenaient leur congrès à Paris. Réunissant les organisations professionnelles qui régissent la distribution de produits de quincaillerie de différents continents (Allemagne, Espagne, Finlande, France, Grande-Bretagne, Italie, Suède, Suisse, Chine, Pakistan, Japon, États-Unis, Canada, Australie et bientôt la Turquie), la capitale française a ainsi accueilli du 1er au 4 novembre dernier les adhérents issus de huit délégations (Allemagne, Australie, Chine, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Suède et Suisse). « La mission de l'IHA est d'informer, de former et de promouvoir » rappelle Jean-François Dubost. Succédant à Chris Patterson, de la British Independent Retailers Association (BIRA), le président de la Fédération française de la quincaillerie (FFQ) a été élu, le 2 novembre dernier, chairman du Community Management de l'IHA.

Équivalant d'un conseil d'administration, le Community Management rassemble huit membres, qui se réunissent en général en mars à l'occasion de Kölnmesse, le salon international de la quincaillerie de Cologne. Événement majeur, le congrès a lieu, lui, tous les deux ans et se déroule dans un pays d'accueil, à l'occasion, là encore, d'une manifestation importante, en l'occurrence cette année le salon Batimat. Traditionnellement, le président de l'IHA est un représentant de la fédération qui accueille le prochain congrès. Ainsi, c'est Pascal Lefebvre, à la tête de DomPro, qui a assuré cette fonction pendant deux ans avant de passer le relais, ou plus exactement le collier selon le rituel de l'IHA, à Shi Senglan, de la China National Hardware Association. En 2017, le congrès se tiendra en effet à Shanghai en Chine.

## Échanges et ouverture

A chaque rencontre, chaque fédération nationale présente à ses homologues un bilan de la situation économique de son pays ainsi que celle de la filière, qu'il s'agisse de produits pour les professionnels ou de bricolage, certaines organisations s'appuyant sur les deux secteurs d'activité.

L'observation des tendances est également au cœur des préoccupations. Ainsi le 2 novembre, les membres de l'IHA ont pu suivre une conférence sur la digitalisation dans l'entreprise, animée par l'expert Miguel de Fontenoy. « L'IHA nous permet de sentir, en amont, les tendances, les grandes évolutions de marché. C'est aussi une ouverture sur de nouveaux horizons » poursuit Jean-François Dubost. Des programmes d'échanges entre chefs d'entreprise de pays membres ont également été mis en place. De même, l'IHA travaille à mettre en lien des universités et écoles avec ses entreprises de façon à favoriser les échanges à l'international pour les jeunes qui souhaitent entrer dans la filière.

Sur les terres d'Adeo

Vecteur d'échanges et de partages d'expérience, l'IHA propose, lors de chaque congrès, de découvrir l'entreprise de l'un des membres. Cette initiative a conduit ses adhérents, le 3 novembre dernier, à Breuil-le-sec (60) sur le site logistique de Weldom, la plate-forme de détail de Groupe Adeo qui gère également la logistique de DomPro – une initiative certes quelque peu boudée par nombre d'adhérents français de la FFQ mais qui a suscité l'intérêt des distributeurs internationaux. La visite s'est poursuivie dans le nord de la France à Ronchin (59) sur le site de Terradeo, siège social d'Adeo. En accueillant ses invités, Régis Degelke, directeur général délégué de DomPro, leur a rappelé la philosophie d'Adeo « qui n'est pas un groupe mais une fédération de plusieurs entreprises dans le monde, avec une décentralisation des pouvoirs même si des synergies existent entre les différents business. » Réalisant au total un chiffre d'affaires de 17,3 milliards d'euros (2014) pour 607 magasins (intégrés et 378 franchisés), les trente entreprises qui constituent le groupe se répartissent en quatre corps business, dont l'activité Warehouse qui s'adresse aux professionnels, représentée en France par DomPro et Bricoman, ainsi que par Bricomart (Espagne). Présent aujourd'hui dans douze pays, le groupe Adeo est leader partout où il est implanté, à l'exception de la Pologne et de la Chine. Il est d'ailleurs le numéro un européen sur le marché du bricolage et le numéro trois mondial, derrière les Américains Home Depot et Loewe's et devant le Britannique Kingfisher.

### Troisième révolution industrielle

Au-delà de sa croissance, Groupe Adeo se distingue sur le marché par un état d'esprit qui se caractérise par une démarche « apprenante », l'incitant à sortir de ses horizons traditionnels pour porter son attention sur les initiatives menées çà et là dans le monde, même si ces dernières n'ont pas un rapport immédiat avec ses métiers actuels.

Une démarche que le distributeur français a partagée avec les délégations de l'IHA, à travers son engagement dans les Fab'Labs et TecShop, ces ateliers collaboratifs de création, de fabrication, de pédagogie et d'échanges qui se développent actuellement en France. Nés dans l'univers informatique en 1975 en Californie, les premiers ateliers ont vu passer des créateurs tels que Steve Jobs ou Bill Gates. Depuis, ils subissent également l'influence d'un autre mouvement, celui des makers, qui réunit des inventeurs, des entrepreneurs, des bricoleurs passionnés ou encore des étudiants autour d'une même passion : créer des objets et partager leur savoir-faire. « Les makers ont un rapport positif avec le monde. Ils sont compétents, ont un savoir qu'ils veulent partager. Ils veulent créer des choses nouvelles et veulent pouvoir utiliser des machines parfois très sophistiquées. Ces espaces sont donc des lieux ouverts, avec des ressources en compétences, en ordinateurs, en outils souvent très modernes, comme la fameuse imprimante 3D. Chacun peut s'y rendre pour réaliser des projets qui lui tiennent à cœur » explique le sociologue Michel Lallement, chercheur au Cnam, venu apporter sa vision de ce mouvement en plein essor. « L'avenir est aux makers. Grâce aux machines, nous vivons une troisième révolution industrielle. On peut fabriquer soi-même des objets qui étaient fabriqués dans des usines. De plus, les Fab'Labs permettent de réunir les gens. Ils ne sont plus isolés dans leur garage et trouvent du plaisir à faire ensemble. »

### Fab'Lab et TechShop

Depuis deux ans, sur son site de Ronchin, Adeo a mis en place un Fab'Lab de 200 m<sup>2</sup>, qui met à disposition des services R & D de Leroy Merlin, pour l'élaboration de prototypes, et des collaborateurs, pour leur usage personnel, une imprimante 3D, une machine à coudre numérique, une machine à découpe laser tout support (sauf acier...), etc.. Dix à quinze personnes y travaillent quotidiennement.

A plus grande échelle, le 2 novembre dernier, suite au partenariat avec l'Américain TechShop,

Leroy Merlin a ouvert son premier espace TechShop, à Ivry (94), à deux pas de l'un de ses magasins les plus importants. Sur 2 000 m<sup>2</sup>, ce lieu donne accès aux abonnés à un parc de 150 machines semi-industrielles et de suites logicielles.

Stéphane Calmès, en charge du projet de développement de TecShop au sein d'Adeo a ainsi expliqué aux distributeurs de l'IHA que la réflexion stratégique d'Adeo ne vise plus seulement à vendre des produits et des services. « Demain notre métier sera peut être d'accompagner et de former l'habitant en lui proposant produits et services mais aussi de lui vendre de l'expérience. Cela ouvre de nouveaux territoires. » Ces nouveaux territoires touchent certes à la compétence des utilisateurs, qui apprécient de gagner en autonomie, mais aussi s'orientent vers de nouveaux sujets comme la réparation, en phase avec le refus de l'obsolescence programmée, la transformation d'objets pour un autre usage, la personnalisation, les pièces uniques, les petites séries. « L'expérience que nous allons gagner avec TecShop nous permettra de savoir comment nous positionner sur ces tendances et quelles réponses apporter. » Nouveaux horizons, disions-nous ?

Agnès Richard

### La plate-forme de Breuil-le-sec (60)

S'appuyant sur 53 000 m<sup>2</sup> déclinés en deux bâtiments (une extension jusqu'à 80 000 m<sup>2</sup> est annoncée pour bientôt), l'entrepôt de Breuil-le-sec est en charge de la logistique des magasins de bricolage Weldom (environ 25 000 références gérées) et joue un rôle de prestataire de services pour les magasins DomPro et Zôdio, autre enseigne du Groupe Adeo qui détient quatorze magasins positionnés sur la décoration créative dans la maison (environ 10 000 références). Actuellement, un peu plus de 6 000 références sont gérées pour DomPro, avec une montée en puissance attendue puisque 10 000 références seront disponibles prochainement. « Nous bénéficions aujourd'hui d'une organisation logistique picking et gros volumes performante. Mais on ne met le produit sur entrepôt que si c'est pertinent » précise Pascal Lefebvre, directeur général de DomPro.

Depuis peu, cette plate-forme spécialisée dans une logistique de détail commence également à gérer une partie des ventes du site [leroymerlin.fr](http://leroymerlin.fr), avec 8 000 références attendues en cette fin d'année. Les livraisons sont ainsi soit effectuées en direction des magasins, soit directement chez le client final, en ce qui concerne uniquement [leroymerlin.fr](http://leroymerlin.fr).