

BEISER ENVIRONNEMENT

Baisse des coûts d'exploitation et services aux clients pour résister à la crise

Créée en 1976 par Annie et Bernard Cogniel, secondés aujourd'hui par leur fille Nathalie, l'entreprise familiale s'adapte à un environnement économique difficile. Optimisation des coûts d'exploitation et innovation au service du client sont les deux parades de Beiser Environnement à la crise.

Ressentez-vous les effets de la crise sur votre activité ?

Nathalie Cogniel : C'est indéniable. Nos clients sont touchés, tout particulièrement les éleveurs qui représentent 50 % de nos clients agriculteurs. Par ricochet, nous subissons les mêmes effets.

Bernard Cogniel : Le monde agricole connaît un passage catastrophique. Si je prends le cas des éleveurs, après des investissements très lourds, notamment en termes de mises aux normes, et une augmentation du cheptel moyen, le prix du lait a dégringolé à partir de la fin 2008, entraînant nombre d'exploitations dans des situations délicates.

Nathalie Cogniel : Pour autant, nous restons optimistes et considérons qu'il s'agit davantage d'un report d'achat que d'une baisse réelle de chiffre d'affaires. Les commandes ont du mal à se finaliser, elles ne sont pas annulées pour autant.

Comment Beiser Environnement s'est-il adapté à cette situation ?

Nathalie Cogniel : D'abord par une baisse de nos coûts d'exploitation. Depuis le milieu de l'année 2008, nous avons fortement diminué nos investissements publicitaires. Sur le premier semestre 2009, c'est une économie de plus d'1 million d'euros. Nous avons également demandé à nos collaborateurs de s'investir davantage. C'est ainsi que nos cadres et assimilés se sont engagés dans un effort collectif en travaillant une heure de plus par jour et deux samedi matins par mois.

Bernard Cogniel : Dans la même logique, nous avons renoncé à notre présence sur certains salons et trouvé de nouvelles solutions pour optimiser nos charges logistiques. En signant des accords avec des transporteurs nationaux, nous systématisons les jonctions entre notre propre flotte et leurs camions, permettant

à nos chauffeurs de ne jamais rouler à vide. Nos coûts de transport ont ainsi été quasiment divisés par deux, autour d'un euro du kilomètre. Parallèlement, nous avons fait l'acquisition d'une station de 50 000 litres de gasoil afin de disposer d'une capacité de stockage permettant d'acheter le carburant au plus bas. Nous réalisons ainsi une économie de 100 000 €/an. Nous sommes devenus très vigilants. Depuis fin octobre 2008, le directeur de Beiser Environnement se réunit tous les lundi soirs pour faire la chasse aux économies.

Nathalie Cogniel : Tous ces efforts ont également des effets bénéfiques pour nos clients. Ils nous permettent de ne pas répercuter en totalité l'augmentation des matières premières à nos clients. C'est là notre deuxième axe d'adaptation à la crise, renforcer le service au client. Nous avons ainsi élargi nos gammes en proposant plus de produits premiers prix. Nous ne sacrifions pas pour autant la qualité. Le produit continue à répondre aux attentes du client. Il est simplement moins sophistiqué. Nous proposons également tous les week-end des ventes flash sur une sélection d'articles.

Bernard Cogniel : Et depuis le début de l'année, nous proposons également des facilités de paiement exceptionnelles. Forts de notre réputation, nous avons négocié des accords avec sept partenaires bancaires. Nous pouvons ainsi proposer à nos clients des facilités de paiement avec la possibilité d'acheter à crédit, sans frais. Ils ne remboursent, dans une durée maximale de 3 ans, que le capital emprunté. Beiser prend en charge non seulement les intérêts, mais aussi toute la gestion administrative du dossier. C'est une autre façon de sécuriser le client dans son acte d'achat.

Nathalie Cogniel : Enfin, nous investissons dans les hommes et dans les outils. C'est ainsi que nous avons procédé au recrutement d'un responsable informatique et nous sommes lancés dans la mise en place d'un progiciel de gestion intégré (ERP). Nous travaillons également à la création d'un tout nouveau site de vente en ligne.

Dans quelle mesure l'érosion de votre chiffre d'affaires impacte-t-elle votre prévision de résultat ?

Nathalie Cogniel : Notre chiffre d'affaires sera clairement en baisse. Mais au regard de nos efforts d'adaptation, nous maintiendrons un niveau de résultat comparable à celui des exercices précédents.

Comment envisagez-vous le second semestre 2009 ? Pour Beiser environnement ? Pour vos clients agriculteurs et viticulteurs ?

Nathalie Cogniel : Le second semestre devrait être moins houleux que le premier, car à fin juin 2009, on a quand même une année de crise derrière nous ! Nous nous sommes adaptés et devrions en récolter les fruits. Nous tablons également sur un report d'achats au second semestre. En un mot, nous attendons une certaine reprise. En ce qui concerne nos clients, n'oublions pas que le monde agricole constitue un élément incontournable de l'économie française. Nos clients feront la même chose que nous. Ils adapteront leurs moyens à la situation et travailleront encore plus, pas forcément pour gagner plus, mais pour maintenir un niveau de revenus.

Depuis 33 ans, l'entreprise familiale Beiser a su s'adapter et progresser pour devenir le n°1 de la vente de matériel agricole à distance. Quelle est votre secret ?

Nathalie Cogniel : Je pense que la force de Beiser réside dans un ensemble de facteurs. Notre régularité, le respect de la parole donnée, le souci de la qualité, notre capacité à nous adapter à la demande et notre professionnalisme. Nous existons depuis plus de 30 ans et notre notoriété actuelle est la reconnaissance de ces années de travail. Notre savoir-faire est reconnu. Comme aime à le rappeler papa, nombre d'experts se basent sur notre catalogue pour estimer le coût des sinistres. Nos clients nous font confiance. Nous avons récemment laissé réaliser une étude de satisfaction auprès de 600 clients et 400 prospects. 93 % des personnes interrogées nous font confiance. En ces périodes difficiles, cette confiance est fondamentale.

Comment se matérialise cette confiance ?

Bernard Cogniel : D'abord par la fidélité de nos clients. Mais aussi par la reconnaissance d'institutions agricoles. Ainsi en 2008, par l'intermédiaire de contrats d'achats groupés, les FDESA ont réalisé avec Beiser Environnement 2,8 millions d'euros de transactions au bénéfice de leurs adhérents. Il n'y a pas de hasard. Nous cultivons cette confiance par la proximité avec le monde agricole. Nous venons récemment de donner une nouvelle traduction de cette réalité avec la nomination de Mathieu Jacob, issu d'une famille d'agriculteurs impli-



Une affaire de famille. Nathalie (à gauche) et sa soeur Sylvie ont rejoint leurs parents dans l'entreprise. Avec la troisième génération : Maxime, Marie-Sarah et Loïc (au premier plan), la relève de l'entreprise familiale est assurée (Photos Germain Schmitt).

Beiser, une saga familiale

Que de chemin parcouru depuis 33 ans ! En 1976, Annie et Bernard Cogniel créent leur entreprise. Ils embauchent un ouvrier et se lancent dans le commerce de fers et métaux. Issus du monde agricole, ils souhaitent conserver une activité proche de ce secteur d'activité, dans lequel "le respect de la parole donnée est quelque chose d'important", précise Bernard Cogniel, président du conseil d'administration de Beiser. Le premier virage date de 1985 avec le lancement des auges nouvelles générations. Le succès est immédiat.

La SARL Beiser traite alors une dizaine de tonnes de matière première par mois, compte 25 salariés et investit dans une flotte de 10 camions. La prise de risque est quotidienne, correspondant à l'esprit d'entreprise familial. "A la fin des années 80, le marché de la ferraille connaît un creux", explique Bernard Cogniel. L'entreprise décide alors de lancer une gamme de citerne pour le stockage de l'engrais liquide, du fuel et de l'eau. Nous sommes en 1987. Déjà équipée de sa propre flotte, la SARL Beiser fait le pari, 3 ans plus tard, de lancer un nouveau concept : la vente directe par téléphone avec livraison gratuite chez le client. Implantée dans le Grand Est, l'entreprise prend en 1992 une dimension

nationale. Ses 10 poids lourds sillonnent les routes de France.

Au cours des années 2000, le rythme s'accélère. En 2001, le bureau d'étude crée la gamme d'armoires de stockage pour les produits phytosanitaires, répondant ainsi aux nouvelles prescriptions s'imposant au monde agricole. En 2004, l'entreprise familiale inscrit son activité dans une logique de développement durable.

La SARL Beiser devient Beiser Environnement. En 2005, c'est le lancement des "stations azote" et des "stations fuel" pour le stockage des hydrocarbures. En 2007, Beiser Environnement dépasse le seuil des 20 M€ de chiffre d'affaires. Un an plus tard, c'est la création d'un nouveau site internet permettant l'achat en ligne. De 2005 à 2008, le chiffre d'affaires augmente de 25 %. Aujourd'hui, avec 60 collaborateurs et 22 M€ de chiffre d'affaires, Beiser Environnement est présent à l'export dans neuf pays européens, même s'il réalise encore 93 % de son CA sur l'Hexagone. L'affaire est toujours familiale. Mais aux deux créateurs, Annie et Bernard, se sont joints au capital les autres membres de la famille : Nathalie, administrateur de l'entreprise, sa soeur Sylvie, mais aussi la troisième génération Beiser ; Maxime, Marie-Sarah et Loïc. La relève est assurée.

qués dans les Organisations professionnelles agricoles. Adjoint à la direction, il devra, à nos côtés, assurer la pérennité de l'entreprise. Sa venue doit nous permettre d'être encore plus proches de nos clients.

Depuis le lancement de votre première citerne, votre offre commerciale s'est largement diversifiée. La citerne représente-t-elle toujours un produit phare pour Beiser ? Quelles sont les dernières nouveautés de votre gamme ?

Nathalie Cogniel : La citerne

représente aujourd'hui 50 % de notre CA et ce pourcentage évolue à la hausse. De plus, depuis peu, Beiser Environnement est devenu fabricant de certaines catégories de tôles et de citerne polyéthylène en investissant dans le capital d'une entreprise productrice. Nous souhaitons par ce biais obtenir des prix plus intéressants, garantir notre approvisionnement, maîtriser totalement la qualité du produit et l'adapter au mieux à la demande de nos clients.

Propos recueillis par NK

Fidélité récompensée

Beiser Environnement a mis en place un système de chèques fidélité. Chaque commande engendre un bon d'achat équivalent à 3 % du montant de la facture à valoir sur la prochaine. Coup de pouce au pouvoir d'achat, depuis quelques semaines et jusqu'au 31 décembre 2009, le montant de ces chèques fidélité est majoré de 50 %.

Un acteur incontournable de l'agrofourniture européenne

Avec 20 000 références dans neuf familles de produits, 150 000 clients, 22 M€ de chiffre d'affaires, 600 à 700 appels téléphoniques par jour et une présence dans 10 pays européens, Beiser Environnement est le leader européen de la vente par correspondance de matériels destinés à l'agriculture et à l'industrie.

L'agriculture et les activités associées (services forestiers, élevage de chevaux) restent le coeur de métier de l'entreprise avec 80 % de l'activité. Viennent ensuite l'industrie et l'artisanat (12 %), le particulier (4 %), les coopératives, collectivités et associations (3 %) et les revendeurs (1 %).