



TROIS QUESTIONS À NICOLAS BARROS, DIRECTEUR COMMERCIAL

Aliaxis en France adapte sa stratégie commerciale aux enjeux environnementaux de ses clients

Aliaxis en France conçoit des solutions durables, faciles à installer et innovantes pour répondre aux défis relatifs à l'eau et accélérer la transition vers une énergie propre. Ses solutions de gestion des fluides répondent aux besoins les plus exigeants dans les secteurs du bâtiment, des infrastructures et de l'industrie. L'entreprise appuie son développement sur des innovations technologiques régulières et une stratégie commerciale dynamique qu'elle adapte aux évolutions du marché et aux usages de ses clients. Dans un contexte de crise énergétique et climatique, Aliaxis en France accélère ainsi le développement d'innovations durables et la digitalisation de ses pratiques commerciales.

QUELS SONT LES PRINCIPAUX ENJEUX DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE ALIAXIS EN FRANCE ?

Aujourd'hui, Aliaxis en France a la plus importante force de vente du secteur avec une présence dans plus de 7 000 points de vente. C'est un héritage important que nous gérons avec précaution. En 2022, nous avons accéléré notre stratégie visant à maintenir et structurer notre pôle d'animation de la distribution. En parallèle, nous avons ajusté nos ressources avec une division dédiée à la prescription. Elle intervient en amont chez les donneurs d'ordres, sur la conception des projets et couvre tous les segments de marché (secteur de la santé, ...). La gestion des grands comptes de la distribution a été renforcée avec la nomination de Guillaume de Belsunce en tant que directeur national distribution.

Permettre à nos clients d'anticiper la gestion de leur commande est aussi un enjeu central de notre stratégie commerciale. Tout récemment nous avons lancé notre Portail Client en ligne qui permet aux personnes en charge des approvisionnements, des achats ou des réceptions, d'accéder à l'intégralité des informations sur nos produits, de connaître leur disponibilité, de consulter et de suivre les commandes. Il ne s'agit pas de vente en ligne mais d'un outil de suivi, déployé auprès de nos 7 000 clients distributeurs.



COMMENT ADAPTEZ-VOUS CETTE STRATÉGIE À LA CRISE ÉNERGÉTIQUE ET À L'INFLATION ?

Face à la crise énergétique, nous avons sécurisé notre approvisionnement en matières premières et en énergie. Nous absorbons la hausse des coûts de l'électricité et des transports mais cette crise nécessite une action structurelle. C'est pourquoi nous travaillons sur l'efficacité énergétique de nos sites de production dans un cadre plus global de maîtrise de leur impact sur l'environnement. Nous nous sommes également préparés à la situation actuelle de notre marché. En 2021, nous avons pris la décision d'amortir la hausse des coûts, mais après 12 mois d'inflation, nous avons dû revoir notre politique tarifaire. Cette hausse a été acceptée par nos partenaires car nos produits sont diversifiés, qualitatifs et que nous avons su maintenir leur disponibilité.

QUELLE EST VOTRE VISION DU MARCHÉ DE DEMAIN ET QUELLES SONT VOS AMBITIONS POUR LES MOIS À VENIR ?

Nous allons continuer d'accompagner nos partenaires en amont, avec les donneurs d'ordres et en aval avec l'animation de nos partenaires distributeurs. Nous portons aussi un objectif de croissance externe : Aliaxis Next, la division du Groupe Aliaxis et incubateurs de start-up pour la gestion durable de l'eau, a ainsi procédé au rachat d'Aquarius Spectrum, qui propose une solution de détection de fuite d'eau sur les réseaux.

Ce qui est certain c'est que nos clients sont de plus en plus vigilants au développement durable et à leur propre impact sociétal. Les promoteurs immobiliers et les constructeurs ont été les premiers

concernés mais les partenaires distributeurs y sont de plus en plus attentifs. Notre objectif est de les accompagner dans cette transition qui est aussi collective.

Aliaxis poursuit ainsi son virage vers une offre plus durable, notamment avec la gamme Nicoll HOMETECH® en PVC recyclé et PVC bio-attribué ou le récupérateur de chaleur des eaux usées de douche que nous avons lancé récemment. Nous sommes également fiers d'avoir contribué à la création de Valobat, éco-organisme agréé pour la collecte et le recyclage des déchets du Bâtiment (PMCB) avec une trentaine de partenaires du secteur pour maîtriser la fin de vie de nos produits.

À PROPOS D'ALIAxis

Aliaxis conçoit des solutions durables, faciles à installer et innovantes qui répondent aux défis de l'eau dans le monde et accélèrent la transition vers une énergie propre. Grâce à nos plus de 14 000 employés, nos solutions de gestion des fluides répondent aux besoins les plus exigeants de nos clients dans les secteurs du bâtiment, des infrastructures, de l'industrie et de l'agriculture. Présente dans plus de 40 pays, la société est active à travers des marques locales de premier plan et a généré un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros en 2021. alixis.com

À PROPOS D'ALIAxis FRANCE

Les filiales du groupe Aliaxis en France - Nicoll, GIRPI et Aliaxis Utilities & Industry - conçoivent des solutions durables, faciles à installer et innovantes pour apporter des solutions aux défis relatifs à l'eau et accélérer la transition vers une énergie propre. Grâce à nos plus de 1300 salariés sur nos sites de Cholet, Harfleur, Frontonas et Méze, nos solutions de gestion des fluides répondent aux besoins les plus exigeants de nos clients dans les secteurs du bâtiment, des infrastructures, de l'industrie. alixis.fr, nicoll.fr, girpi.fr