



# HELLERMANN TYTON

## La stratégie de la valeur ajoutée

Crise économique, concurrence accrue, marges réduites... face aux situations tendues et aux messages défaitistes, HellermannTyton répond : travail d'équipe et valeur ajoutée. Rencontre avec Jean-Baptiste Humann, directeur général France.



*Jean-Baptiste Humann,  
directeur général France*

**Électro magazine – Comment résumeriez-vous le parcours de HellermannTyton au cours de ces 10 dernières années ?**

**Jean-Baptiste Humann** – La décennie passée aura marqué le basculement d'un marché du bâtiment jusqu'alors bien établi et dynamique, vers un contexte de crise permanente et de plus faible activité. Dans cet environnement, si HellermannTyton était resté sur le terrain de produits banalisés et à faible valeur ajoutée, nous n'aurions jamais pu connaître un développement efficace. Or un travail permanent d'innovation dans le but d'apporter des solutions à valeur ajoutée, a permis à nos clients de trouver en HellermannTyton un partenaire fiable. HellermannTyton est ainsi devenu un acteur global de la gestion des câbles, ce qui comprend aujourd'hui : la fixation, l'isolation, la protection et l'identification.

En parallèle, nous avons orienté notre politique commerciale vers la distribution. Aussi, nous avons su montrer à nos partenaires distributeurs que nous étions un acteur solide et rigoureux, avec des objectifs clairement définis.

Suite au durcissement du marché, en 2009, nous avons accentué notre développement au sein des marchés industriels, tout en dirigeant ces affaires vers nos partenaires de la distribution. Il y a donc eu une conjonction des intentions. La distribution a

voulu se rapprocher de l'industrie, et HellermannTyton, spécialiste de l'industrie, s'est rapproché de la distribution. Les énergies se sont donc cumulées pour le bénéfice de chacun.

Et ainsi, entre 2007 et 2015, HellermannTyton a doublé son activité, en France, en passant de 18 à 36 M€ de chiffre d'affaires !

**Comment avez-vous accompagné un tel déploiement ?**

**Jean-Baptiste Humann** – Pour cela, nous avons structuré nos équipes commerciales avec à la fois une approche de spécialistes marchés et de généralistes. Une bonne osmose, car chacun travaille avec la perspective d'objectifs communs. En parallèle, nous avons fortement étendu notre outil industriel en passant de 19 à 42 presses à injecter, sur le site de Trappes (Yvelines) et en ouvrant un nouveau site logistique de 10 000 m<sup>2</sup> à Coignières (Yvelines).

**Quelles sont les tendances pour demain ?**

**Jean-Baptiste Humann** – HellermannTyton continue à développer son offre, déjà large de plus de 60 000 références. Enfin, nous sommes à l'écoute des besoins de nos clients en matière de développement de pièces spécifiques, pour l'industrie, mais aussi pour le bâtiment. A ce titre, notre bureau d'études intégré travaille en partenariat avec nos clients. Il y a là un fort potentiel à exploiter. HellermannTyton parie également sur la proximité client, grâce à son camion road-show baptisé InnoVan, qui sillonne les routes de France à la rencontre des distributeurs, des installateurs et des clients.

*Propos recueillis par Michel Laurent*

### INNOVATION

En complément de sa série de bagues ouvertes pré-imprimées WIC, HellermannTyton lance une gamme d'accessoires dans le but d'étendre les possibilités de marquage et d'apporter une valeur ajoutée supplémentaire. Première nouveauté : le porte repères WICA-ACT dédié aux câbles de 5,3 à 38 mm de diamètre. Ce développement sera suivi d'un porte-repères à clipser directement sur le câble. D'ici fin 2016, d'autres innovations et nouveautés verront le jour.