



Dossier de Presse Frans Bonhomme

Mars 2022



Sommaire

- ❑ **Edito** de Pierre Fleck, Président
- ❑ **Présentation du Groupe Frans Bonhomme**
: Leader de la distribution multicanale en matériaux et solutions pour réseaux et infrastructures
- ❑ **2022, une année stratégique dans le plan transformationnel du Groupe**
3 piliers clés : Expertise, Digitalisation et Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)
- ❑ **Une entreprise tournée vers l'avenir**
grâce à une politique d'investissements sans précédent
- ❑ **Ensemble** pour répondre aux besoins du marché : interview de Nandini Colin, Directrice de la RSE et des Ressources Humaines
- ❑ **Le Comité Exécutif** du Groupe Frans Bonhomme

Edito de Pierre Fleck, Président du Groupe Frans Bonhomme

Numéro un français de la distribution multicanale en matériaux et solutions pour réseaux et infrastructures, le Groupe Frans Bonhomme a su construire tout au long de ses 85 ans d'existence une marque forte et un maillage territorial unique au plus proche de ses clients.

A plusieurs reprises dans son histoire, l'entreprise a dû repenser sa stratégie pour faire face aux défis du marché. En 2019, l'entreprise a engagé un plan transformationnel centré sur le client, un plan porteur d'innovations technologiques et de digitalisation des activités, un plan qui fait de la professionnalisation de nos collaborateurs la clé des succès de demain car la relation humaine, plus que jamais, est au centre de tout.

Notre rapprochement en 2019 avec la société Distribution de Matériaux pour les Travaux Publics (DMTP), filiale de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France, s'inscrivait parfaitement dans la stratégie de croissance du Groupe. Basée sur une forte complémentarité entre les deux acteurs, cette opération a permis la professionnalisation de la relation client et le développement de services à valeur ajoutée.

Cependant, alors que Frans Bonhomme se trouvait dans une dynamique de croissance forte, le secteur a été fortement impacté par la crise de la Covid-19. Grâce au soutien de notre actionnaire Hayfin, à la force de notre maillage territorial de plus de 400 points de vente en France et en Espagne, et surtout à l'engagement de ses collaborateurs, Frans Bonhomme a retrouvé une dynamique positive portée par un plan de relance offensif.

Fort de ce succès, le Groupe Frans Bonhomme poursuit aujourd'hui son plan transformationnel en développant les expertises des sites, en renforçant la digitalisation des systèmes d'information et en développant sa politique RSE. Enfin, en s'appuyant sur une organisation régionale renforcée, le Groupe Frans Bonhomme a pour objectif de devenir une vraie plateforme de croissance, créatrice de valeur pour nos clients.

Par sa capacité à investir et se moderniser, le Groupe Frans Bonhomme deviendra le leader incontournable de la transformation du marché.



Présentation du Groupe Frans Bonhomme

Leader de la distribution multicanale en matériaux
et solutions pour réseaux et infrastructures



Le Groupe Frans Bonhomme est le leader de la distribution multicanale en matériaux et solutions pour réseaux et infrastructures.



Son histoire commence en 1935, lorsque M. Frans Bonhomme ouvre son premier négoce de matériaux à Tours (Indre-et-Loire). Vingt ans plus tard, lors d'une visite de la foire de Milan, il découvre l'usage du plastique pour les tuyaux et les raccords. Les canalisations étaient alors exclusivement métalliques. Visionnaire, il obtient la licence d'importation exclusive de ce nouveau matériau en France. Le succès est rapide et M. Bonhomme ouvre, dans les années suivantes, quatre dépôts entièrement dédiés à la distribution de tuyaux et raccords en plastique.

Aujourd'hui Frans Bonhomme capitalise sur son **ADN de distributeur multicanal spécialisé en matériaux et solutions pour réseaux et infrastructures.**

2 marchés & 8 segments



Travaux Publics

- Gestions des eaux usées et eaux pluviales
- Adduction d'eau potable
- Réseaux secs
- Aménagement urbain et voirie



Bâtiment et Aménagement extérieur

- Gros Œuvre & fondations
- Assainissement Non Collectif
- Aménagement paysager
- Evacuation et alimentation

En 2022, 87 ans après l'ouverture de son premier dépôt, le Groupe Frans Bonhomme est le **numéro un en France de la distribution multicanale en matériaux et solutions pour réseaux et infrastructures**.

L'entreprise a développé au fil des années une expertise nationale unique et reconnue par les professionnels du bâtiment et des travaux publics, tout en conservant son ancrage local à Joué-les-Tours (37), où se situe toujours son siège social.

L'acquisition par Frans Bonhomme de la société Distribution de Matériaux pour les Travaux Publics (DMTP), annoncée en juillet 2019 et finalisée en novembre 2019, renforce cette position de leader de la distribution spécialisée. Les deux acteurs sont en effet très complémentaires en termes de métiers. Les équipes du Groupe Frans Bonhomme maîtrisent parfaitement les métiers des travaux publics et du bâtiment, notamment l'AEP (adduction d'eau potable), les réseaux secs et les ateliers de fabrication sur-mesure ; celles de DMTP excellent dans les travaux publics, notamment l'assainissement, la voirie et l'aménagement urbain tous matériaux, dont le béton, le grès et la pierre naturelle. La conjugaison de ces compétences et de ces expertises couvre l'ensemble des besoins du BTP.

Frans Bonhomme est également présent en Espagne depuis 2005, où il est le **premier distributeur spécialisé en travaux publics**, avec 170 employés.

Chiffres clés du Groupe Frans Bonhomme :



n°1

En France et en Espagne



+ de 400

Points de vente en France et en Espagne



5 régions & **25** territoires



300

Fournisseurs partenaires



+ de 100 000

Clients



2 500

Collaborateurs



40 000

Références



+ de 500

Commerciaux sédentaires et itinérants



18 %

De femmes dans le Groupe

Dans le cadre de sa politique de transformation, le Groupe Frans Bonhomme place le client au cœur de son offre, **passant d'une logique traditionnelle essentiellement axée « produit » à une logique globale orientée « services »**.

Dans ce cadre, le Groupe Frans Bonhomme, au-delà d'un catalogue de 40 000 références, propose à ses 100 000 clients ses expertises et savoir-faire : études techniques d'implantation, location d'outillage, prestations techniques sur chantiers, ou encore livraison rapide, notamment sur chantier, grâce à une flotte de 512 camions en France. L'entreprise propose également la fabrication sur-mesure de pièces spécifiques et des pré-montages pour chantier grâce à son service atelier. Frans Bonhomme compte actuellement 3 ateliers en France, à Tours, Metz et Toulouse.

Le succès du Groupe Frans Bonhomme repose sur les valeurs communes qui animent les femmes et les hommes de l'entreprise :

La responsabilité :

Notre engagement en matière de prévention des risques santé-sécurité et environnement s'inscrit dans notre politique de responsabilité sociétale. Nos principes, nos standards et les bonnes pratiques permettent de progresser et d'intégrer une démarche d'amélioration continue. Notre ambition : le 0 accident et la garantie de bonnes conditions de travail de manière solide et durable.

Le respect :

Nous considérons que le respect de nos collaborateurs, clients, partenaires est fondamental pour construire une relation durable, c'est pourquoi nous attendons de nos équipes qu'elles agissent à tout moment avec respect.

L'engagement :

Nos équipes font preuve d'un investissement et d'un attachement particulier au groupe. Cette dynamique positive contribue à l'épanouissement professionnel de nos collaborateurs, à la qualité de notre offre pour atteindre ou dépasser nos objectifs. L'engagement social s'inscrit également dans cette valeur par des actions tournées vers l'égalité, la lutte contre les discriminations, la diversité des talents et l'inclusion des personnes en situation de handicap.

Le sens du client :

La réussite de notre Groupe repose sur la satisfaction de nos clients. Nous tenons à leur proposer un niveau de service unique sur le marché, en nous appuyant sur la densité de notre maillage territorial, le digital et des équipes expertes pour leur apporter une réelle expertise, toujours à proximité de leurs chantiers.

2022, une année stratégique dans le plan transformationnel du Groupe (2019 – 2024)

3 piliers clés : expertise, digitalisation et Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)



Un plan transformationnel qui repose sur 3 piliers fondamentaux

Lancé en 2019, le plan stratégique 2024 du Groupe Frans Bonhomme poursuit les investissements entrepris et vise à transformer l'entreprise pour lui assurer une croissance durable, en s'appuyant sur son ADN entrepreneurial historique, sur des valeurs fortes et sur une culture d'entreprise qui met l'humain et le client au cœur du dispositif.

Le rapprochement de Frans Bonhomme avec DMTP s'inscrit parfaitement dans la stratégie de croissance du Groupe. Basée sur une forte complémentarité entre les deux acteurs, cette opération permet la professionnalisation de la relation client et le développement de nouveaux services à valeur ajoutée.

En raison de la Covid-19, ce plan a été amendé en septembre 2020 par des mesures de relance post premier confinement. En voici les nouvelles priorités :

1. L'expertise, un axe fondamental qui doit être constamment enrichi

- Frans Bonhomme poursuit l'hyperspécialisation des sites avec pour objectif d'approfondir les 8 segments. De nouvelles offres sont en cours de référencement avec une mise à jour des expertises points de vente ainsi que des innovations produits. La première richesse de Frans Bonhomme, ce sont ses collaboratrices et collaborateurs. Frans Bonhomme prévoit ainsi des investissements dans la professionnalisation et la diversification de ses métiers (prescripteurs, e-procurement...) dans l'optique de développer sa stratégie de services.
- Le Groupe prévoit également des plans de stocks par expertise pour répondre au mieux aux besoins de ses clients : 1 cœur de gamme stocké dans tous les PDV + 6 expertises

2. La digitalisation, un levier stratégique pour dynamiser l'activité du Groupe

- Le développement du site e-commerce constitue l'un des leviers stratégiques du Groupe. Il permet de proposer aux clients l'offre la plus complète possible, en complément de leur ancrage territorial. L'e-commerce devrait représenter près de 25 % des ventes fin 2022 et plus de 30 % fin 2023.
- Des actions concrètes, déjà mises en place (création de postes d'animateurs digitaux, e-procurement...), visent à améliorer l'accompagnement des clients et à consolider la stratégie digitale sur le plan de la data, des fonctionnalités transactionnelles et du prédictif.
- Le développement d'une offre multicanale sera un axe de différenciation majeur, pour continuer à capitaliser sur la complémentarité du maillage territorial du Groupe avec la puissance du digital.

3. La RSE, un pilier clé pour devenir un acteur responsable

- **Être un acteur responsable des travaux publics et de la construction**: en 2022, Frans Bonhomme va accélérer sa politique de responsabilité sociétale en proposant à ses clients des offres et services plus responsables.
- **Placer les collaborateurs au sein de nos engagements** : garantir un environnement de travail sain, sécurisé et propice à la professionnalisation et au bien-être dans le travail.
- **Promouvoir l'éthique dans la conduite des affaires et les pratiques commerciales responsables** : adopter un comportement collectif et individuel exemplaire visant à promouvoir des pratiques responsables auprès de notre écosystème.
- **Maîtriser et réduire son empreinte environnementale** : la décarbonation est une nécessité qui s'impose pour répondre aux enjeux environnementaux. L'entreprise s'engage notamment à gérer de manière responsable sa consommation de ressources (eau, énergie, déchets).

Une entreprise tournée vers l'avenir

grâce à une politique d'investissements
sans précédent



Le Groupe Frans Bonhomme adopte depuis plusieurs années une politique active d'investissements stratégiques réalisés avec le soutien de ses actionnaires. 2022 sera une année charnière la concrétisation de ces investissements qui s'organisent autour de trois axes majeurs :

1. La professionnalisation et la diversification des métiers

Le Groupe Frans Bonhomme met en œuvre une politique de ressources humaines visant à offrir des conditions de travail sûres, valoriser les talents et développer les compétences de ses salariés.

Frans Bonhomme prévoit également des investissements dans la professionnalisation et la diversification de ses métiers (prescripteurs, experts régionaux des 8 segments de marché...) et la création de nouveaux postes impulsés par le digital tels que « animateur digital » ou « prescripteur », « e-procurement ».

2. Le digital: un levier incontournable pour accélérer le développement du e-commerce

Depuis plus de 5 ans, l'entreprise met l'accent sur le **développement du digital** pour accompagner ses clients et ses collaborateurs. Ainsi, le Groupe Frans Bonhomme a équipé ses commerciaux itinérants et ses responsables de points de vente d'outils numériques avec des logiciels de suivi performants. Frans Bonhomme a également créé des postes d'animateurs e-commerce avec le recrutement et/ou la nomination d'un animateur par direction régionale. Ils ont pour mission d'expliquer à leurs homologues toute la valeur ajoutée du digital dans nos métiers : de manière pragmatique, comment utiliser le e-commerce et les outils associés comme vecteurs de productivité.

Parce que de plus en plus de clients utilisent internet pour s'approvisionner, Frans Bonhomme a également étoffé les **services en ligne** (commande en ligne, service gratuit de Click & Collect, historique des factures, liste des chantiers, validation des devis en ligne, etc.). Le Groupe a fait évoluer son site internet pour le transformer en un véritable site marchand référençant l'ensemble des produits disponibles par secteur d'activité.

Cette modernisation concerne également la formation des collaborateurs, désormais dispensée à l'aide de **supports pédagogiques variés**.

3. L'amélioration continue de la performance de la chaîne logistique via le réseau de distribution de Frans Bonhomme

Le maillage territorial est une force clé du Groupe Frans Bonhomme. Le rapprochement avec DMTP en 2019 est venu développer la force de ce réseau, grâce à une **forte complémentarité entre les deux acteurs** : DMTP était en effet très présent dans les zones urbaines, notamment en Ile-de-France, alors que les points de vente du Groupe Frans Bonhomme sont situés principalement dans les zones rurales et les villes moyennes.

Avec aujourd'hui un réseau de plus de **400 points de vente** en France et en Espagne, le Groupe veut être au plus proche des besoins des clients et à moins de 30 minutes de leurs chantiers.

Le Groupe Frans Bonhomme a lancé depuis 2015 une phase de **modernisation et de réaménagement** de ses points de vente, avec pour objectif de les inscrire pleinement dans une stratégie de services. Dans le cadre de la dynamique entrepreneuriale du groupe, les responsables de points de vente structurent leur site et adaptent leurs plans de stock selon les spécificités de chaque région, afin de répondre au mieux aux attentes des clients.

Ces investissements vont permettre à Frans Bonhomme de toucher encore plus et mieux ses clients, d'être à leur contact d'une manière plus efficace. La digitalisation est un enjeu majeur de croissance dans l'industrie, sur lequel Frans Bonhomme œuvre pour se positionner en leader.



Ensemble

pour répondre aux besoins du marché



L'HUMAIN AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

3 questions à Nandini Colin, Directrice de la RSE et des Ressources Humaines du Groupe Frans Bonhomme



Quel est votre regard sur le secteur de la distribution spécialisée et les enjeux de l'évolution des métiers de ce secteur ?

Les principaux enjeux de ce secteur qui ont un impact direct sur les métiers sont la digitalisation, la distribution multicanal, et la RSE. C'est un secteur qui recrute, et offre des opportunités d'emploi à des profils très variés. De nouveaux métiers sont apparus avec le développement du e-commerce et cela va continuer. Nos métiers évoluent profondément en fonction des produits et systèmes, des attentes des clients et de l'évolution des technologies. La distribution spécialisée s'adapte et se transforme.

Pourquoi rejoindre le Groupe Frans Bonhomme ?

Le Groupe Frans Bonhomme est certainement l'enseigne qui investit le plus pour se transformer durablement. C'est un groupe qui a une politique RSE ambitieuse. Nous sommes signataires du Pacte Mondial de l'ONU depuis plus de 10 ans. Nous sommes partenaires de l'Agefiph pour l'inclusion professionnelle des personnes en situation de handicap. Notre politique RSE et RH repose sur un socle de valeurs et d'engagement forts. Nos équipes sont très attachées à ce Groupe, qui a toujours su s'adapter et innover face aux évolutions du marché. Frans Bonhomme aura 90 ans en 2025. C'est une aventure humaine unique que de contribuer à son développement à ce moment de son histoire, pour créer de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes.

Comment accompagnez-vous les carrières de vos collaborateurs ?

À compétences égales, nous privilégions la promotion interne. Nous menons une politique de mobilité interne permettant d'identifier les potentiels évolutifs et de les accompagner en amont de leur prise de poste. Nous souhaitons faire de nos stagiaires et alternants nos collaborateurs de demain. Nous recrutons aussi sur des expertises et des compétences spécifiques. A travers notre ancrage territorial, nous contribuons au développement de l'emploi dans les régions où nous opérons. L'évolution de nos métiers et de nos activités sont autant d'opportunités de développement de carrière. Nos collaboratrices et collaborateurs sont au cœur de nos engagements.

Le Comité Exécutif

du Groupe Frans Bonhomme



Pierre Fleck, Président

PRÉSIDENT

Après avoir occupé différentes fonctions de type marketing, commercial et stratégie en Allemagne, en France et en Italie, Pierre Fleck est nommé dès 1997 à des postes de direction générale en France, en Belgique et en Espagne au sein des groupes Valeo et Honeywell.

Il rejoint le groupe Fiat (aujourd'hui FCA) en 2005 à Turin où il intègre rapidement le comité exécutif du groupe en charge notamment de la distribution et des services. Il est également nommé dans le comité exécutif du Groupe Fiat Industrial (aujourd'hui CNH Industrial) en charge de la distribution et des services ainsi que de l'activité bus et car (Irisbus), ce qui l'amène à être basé entre la France et les Etats-Unis.

Pierre Fleck décide en 2012 de rejoindre le monde entrepreneurial en dirigeant le Groupe Europart, leader européen de la pièce détachée pour poids lourds, remorques et cars. Basé en Allemagne, Pierre Fleck professionnalise l'organisation puis développe le groupe de manière organique et en réalisant des acquisitions. Europart devient le deuxième groupe le plus rentable du secteur en 2016.



Cécile Arhan
Achats, logistique
approvisionnement,
transport,
ateliers et Fimat



Edouard Chabert
Marketing Client,
Services et
Transformation Digitale



Nandini Colin
Responsabilité Sociétale
de l'Entreprise et
Ressources Humaines



Bruno Gobe
Région Est



**Jean-Marc
Lepallec**
Région Nord-Ouest



Nicolas Marty
Juridique, Assurances,
immobilier et relations
sociales



Tarek Nassih
Région Ile-De-France
Nord



Xavier Poujol
Région Sud-Ouest



Frédéric Rolland
Systèmes
d'information



Christophe Ruby
Région Sud-Est



**Stéphanie
Thomazeau**
Finances



Manel Ventura
Espagne



Contacts presse - Agence BCW

Chadia Messaoudi | 06 59 81 12 49 | chadia.messaoudi@bcw-global.com
Rivély Monampassi | 06 25 39 19 58 | Rively.Monampassi@bcw-global.com