

ANNIVERSAIRE

FEEDER S'OFFRE UN NOUVEAU SIÈGE

Le VAD fête cette année le quarantenaire de sa création et l'inauguration de ses nouveaux locaux à La Ciotat, dans les Bouches-du-Rhône. Un double événement placé sous le signe du lien avec les clients.

Par Thierry Bienfait



En septembre, le grossiste prendra ses quartiers dans un nouveau bâtiment au cœur d'un campus urbain investi par de nombreuses entreprises innovantes.

Quand on les interroge, Claude-Michel Pageault et Pascale Allen, président et directrice générale de Feeder, semblent un peu déconcertés face à la rapidité à laquelle s'est déroulée leur aventure dans cette entreprise, commencée pour le premier en 1995 et pour la seconde en 1993.

À l'époque, ils rejoignent une société créée dix ans plus tôt par Louis Aloccio et Serge Gauthron, des entrepreneurs marseillais particulièrement impliqués dans le développement économique et la vie culturelle de la région. Identifiés dans les années 1980 comme des pionniers de la distribution informatique en France, les deux dirigeants sont même « adoubés » par le directeur général d'Apple France, Jean-Louis Gassée, qui leur donne l'impulsion de départ en leur confiant le soin de bâtir un channel en B to B pour le constructeur. Dans la foulée, le grossiste comptera parmi ses fournisseurs des marques comme Microsoft, Claris ou Compaq.

Vingt ans plus tard, en 2003, les fondateurs passent le flambeau en confiant les rênes à leurs salariés Claude-Michel Pageault et Pascale Allen. Lesquels deviendront actionnaires à 95 % (le fabricant d'écrans professionnels Eizo détenant les 5 % restants). Durant les vingt années qui suivent, cette nouvelle gouvernance bicéphale



Minoru Kontani, l'Executive Vice President d'Eizo Europe. Depuis 1995 et le lien actionnarial noué entre les deux sociétés, Feeder est le représentant officiel de la marque Eizo en France et en Afrique francophone.

poursuivra avec succès l'œuvre accomplie par ses prédécesseurs, portée notamment par l'explosion du digital. Surtout, Feeder tourne une page de son histoire en passant d'un travail de grossiste traditionnel à une activité de VAD, évoluant davantage vers la préconisation aux clients finaux et aux revendeurs. Parallèlement, Feeder a opté pour une verticalisation de son offre dans cinq domaines : les arts graphiques, le médical, la cybersécurité, le corporate et l'industrie. L'aventure ne s'est toutefois pas déroulée tel un long fleuve tranquille. « Nous avons connu des hauts et des bas, confie Claude-Michel Pageault. En passant rapidement du statut de cadres à celui de dirigeants, il nous a, par exemple, fallu apprendre à gérer quelques pertes de marques à notre catalogue survenues brutalement. » Pour Pascale Allen, « présider à la destinée d'une entreprise comme la nôtre, c'est aussi se trouver confrontés à la dynamique très forte propre à l'industrie informatique. Tout y évolue

dans de très courts délais, et il faut s'y adapter en permanence ».

Les deux associés relèvent les challenges de l'entrepreneuriat dans l'univers high-tech en appréciant particulièrement de pouvoir partir à la découverte de formidables innovations, précurseurs en matière d'IA, d'automatisation... Une veille technologique qui permet bien évidemment au grossiste de recruter régulièrement des nouveaux fournisseurs des plus prometteurs et qui complètent judicieusement son portefeuille de marques pour répondre aux besoins des marchés verticaux tels que la stratégie Feeder les définit. L'entreprise et ses filiales dégagent aujourd'hui un chiffre d'affaires avoisinant les 29 millions d'euros et comptent une belle brochette de budgets respectables par le biais des revendeurs : dans le secteur du luxe, dans le monde du cinéma et dans l'ensemble des établissements hospitaliers de France. Pour le VAD, qui revendique une quarantaine de marques à son catalogue et qui travaille avec quelque mille revendeurs, la rentabilité ne constitue pas la première de ses préoccupations. « *Notre credo est de placer les partenaires et les clients finaux au centre de notre activité et de leur être réellement utiles* », résume Claude-Michel Pageault. Au-delà, le dirigeant entend faire de Feeder dans les dix ans qui viennent « *une belle ETI régionale bénéficiant d'une aura nationale et internationale* ». Mêlant volonté de développement, d'indépendance financière et de quête d'innovations, l'organisation continue de lancer des actions dans son

« Nous entendons faire de Feeder une belle ETI régionale bénéficiant d'une aura nationale et internationale »

Pascale Allen, directrice générale de Feeder
Claude-Michel Pageault, président

territoire. Notamment du mécénat dans les domaines culturel, sociétal et écologique (Mucem, Emmaüs, Nos quartiers ont des talents, Unapei, Un toit pour les abeilles...). Il est également dans son ADN de s'engager contre le sexisme ordinaire et de jouer la carte de la gestion des déchets et du recyclage ainsi que du sponsoring de manifestations sportives. Sa situation géographique proche de Marseille conduit par ailleurs Feeder à vouloir s'aventurer davantage dans l'export, en ciblant mieux la clientèle des pays d'Afrique francophone grâce à une base logistique à Dubai. Obligée de moderniser l'outil pour développer ce projet et monter en puissance, l'entreprise a décidé d'investir et de devenir propriétaire d'un nouveau siège social, qui apparaît déjà comme un nouveau départ, quarante ans après sa création à Vitrolles et son implantation dans un immeuble vieillissant d'une zone industrielle des Bouches-du-Rhône. C'est un site à La Ciotat, dans le même département, qui a été choisi pour accueillir les bureaux de Feeder.



« *En emménageant avec nos 28 salariés [l'effectif atteindra 35 personnes à la fin de l'année, NDLR] dans ces nouveaux locaux d'environ 1800 m², nous aurons beaucoup plus de facilités pour recruter. En outre, avec cette nouvelle organisation, notre pool R&D pourra prendre une autre dimension* », s'enthousiasme Pascale Allen. En outre, le bâtiment abritera les stocks de produits et la logistique. Cet « *entrepôt 4.0* », comme on l'appelle chez Feeder, a été conçu avec le concours actif d'un groupe de travail composé de salariés de la société. Tout juste sortis de terre, les locaux seront livrés en septembre et offriront des espaces non seulement pour la R&D mais aussi pour le service après-vente, le showroom (prévu avec des labs plus orientés métiers que celui de Vélizy, dans les Yvelines) et les salles de formation destinées aux équipes internes et aux revendeurs. À cela s'ajoutera une surface de stockage pourvue d'un progiciel WMS, afin d'optimiser le fonctionnement de l'entrepôt, de contrôler les entrées et les sorties de marchandises, d'améliorer le suivi des lots et la traçabilité du colisage ou d'apporter une meilleure connaissance de l'activité des stocks. Sans en révéler le montant, les dirigeants sont convaincus que cet investissement « *conséquent* » dans les futurs locaux aura un effet bénéfique sur le développement de Feeder dans les quarante prochaines années au moins. ■



C'est un anniversaire plein de surprises, riche en souvenirs, auquel ont assisté les invités de Feeder. Près de 300 fournisseurs, prestataires, revendeurs et grands clients ont fait le déplacement.