



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Künzelsau/Cologne, 16.11. 2020

« Nous n'avons pas eu à nous précipiter pour rattraper notre retard en matière de numérisation, car nous étions déjà prêts. »

- Les ventes en ligne augmentent de 21 %
- Les boutiques en ligne étaient prêtes à supporter le rush
- La stratégie de développement de la structure du serveur porte ses fruits

**Le coronavirus oblige l'économie européenne à se numériser. De nombreuses entreprises qui ne s'étaient jusqu'à présent attaquées que mollement au sujet doivent maintenant adapter rapidement leur technologie en raison de la pandémie - sinon elles risquent de glisser dans une crise des ventes et des revenus pendant longtemps, voire, dans le pire des cas, de disparaître complètement de la scène. À l'inverse, ceux qui se sont attaqués très tôt à la transformation numérique sont avantagés. C'est ce qu'illustre l'exemple du groupe Berner, qui a fait ses devoirs avant le début de la crise du coronavirus et qui connaît une forte croissance depuis le premier confinement, notamment grâce à ses canaux en ligne. Le groupe allemand, dont les sièges sociaux se situent à Künzelsau et Cologne (Allemagne), a augmenté ses ventes en ligne de plus de 20 % au cours du premier semestre de l'année dans toutes ses unités commerciales.**

Le grossiste (1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel) fournit ses produits et services aux professionnels de la construction, de la mobilité et de l'industrie dans 23 pays européens. Malgré les charges économiques, le spécialiste du B2B a même poursuivi son offensive d'investissement planifiée à hauteur de 60 millions d'euros environ - qui comprend la poursuite de la numérisation. Par son parcours, le groupe Berner se distingue de nombreuses autres entreprises. En effet, Bitkom, association allemande pour le développement des technologies de l'information, des télécommunications et des nouveaux médias, a déterminé dans une enquête que seule une entreprise sur quatre (24 %) prévoyait d'investir dans le développement de modèles commerciaux numériques au début de l'année. 23 % l'ont fait en 2019, mais n'avaient pas l'intention de continuer en 2020. 33 % ont investi pour la dernière fois dans la numérisation en 2018 ou avant.

### **Une stratégie digitale de longue haleine**

Alors que bon nombre d'entreprises n'agissent que de manière limitée en matière de numérisation, le groupe Berner poursuit une stratégie à long terme. "On peut principalement faire une distinction entre la numérisation de nos activités existantes et le développement de nouveaux modèles commerciaux numériques", explique Christoph Möltgen, qui est responsable de ce domaine en tant que DSI au sein du conseil d'administration. "La numérisation des activités existantes comprend, par exemple, la mise en réseau de nos employés à travers le groupe avec des applications telles qu'Office365, Skype, Teams, un réseau social interne Yammer et un intranet SharePoint. En outre, nous investissons massivement dans notre infrastructure de serveurs et dans d'importantes questions d'avenir telles que le commerce électronique, les applications mobiles, la gestion de la relation client, l'analyse des données et le cloud".

Chaque mesure est une pièce du puzzle. "À l'aide de nombreuses solutions individuelles, nous voulons obtenir une image globale cohérente", déclare Christoph Möltgen. "En conséquence, nous faisons avancer la numérisation à tous les niveaux. Notre objectif est de normaliser les processus et de les rendre aussi agiles que possible, afin que nous soyons toujours en mesure de réagir à certaines évolutions ou tendances sur les marchés existants".



### **Le coronavirus influence le comportement d'achat**

Lors de la première crise sanitaire due à la COVID-19 au printemps, cette flexibilité a porté ses fruits. "L'évolution de la pandémie a un impact notable sur le comportement d'achat de nos clients", rapporte Carsten Rumpf, Directeur des opérations du groupe et membre du conseil d'administration. "Plus le nombre d'infections est élevé, plus les clients passent des commandes par voie électronique ou appellent directement les commerciaux. Comme nous avons régulièrement investi ces dernières années dans les boutiques en ligne, les téléventes et les centres d'appel, nous étions bien préparés à une véritable poussée dans ces canaux de vente au cours des derniers mois".

La crise du coronavirus a montré au groupe Berner deux choses importantes, souligne Carsten Rumpf. "Premièrement : les métiers manuels sont d'une importance systémique et nous le sommes aussi en tant que partenaire fournisseur des artisans professionnels. Que ce soit dans la construction, le secteur automobile ou l'industrie. Et deuxièmement : notre modèle commercial est très bien positionné car nous pouvons servir les clients 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 grâce à notre offre omnicanale. Nous sommes flexibles et toujours en mesure de livrer". Cela nécessite une technologie puissante et stable en arrière-plan.

### **Une croissance significative du trafic**

Pour minimiser le risque de défaillance du système, le groupe Berner a largement modernisé son infrastructure de serveurs. Tous les composants et unités pertinents sur le plan opérationnel sont doublés, voire plus. "Pendant le confinement, nous avons eu 32 % de pages vues en plus dans l'ensemble du groupe par rapport à la même période l'année dernière", déclare Christoph Möltgen, le DSI. "Nous avons pu maintenir le taux de disponibilité de nos boutiques en ligne à un niveau supérieur à 99,95 % malgré une croissance significative du trafic", déclare Christoph Möltgen.

La stabilité de sa propre plate-forme informatique aide également le groupe Berner à fournir un accès à distance à ses employés. Grâce à la possibilité d'accéder au réseau protégé de l'entreprise depuis n'importe quel endroit via Internet, le programme de formation et d'intégration, par exemple, a pu être maintenu pendant la crise. Même les événements de lancement d'exercice se sont déroulés dans le respect méticuleux des règles de distanciation sociale. Chez Berner Allemagne, plus de 800 participants ont suivi, en direct, l'événement en ligne.

### **Le travail numérique est une pratique courante depuis longtemps**

Dans le cadre de sa gestion de crise, le groupe Berner avait déjà acheté des centaines d'ordinateurs portables supplémentaires en février. Grâce à cette mesure prudente, les entreprises du groupe en Europe étaient bien préparées sur le plan matériel lorsque la COVID-19 a touché l'Europe en mars et que des milliers d'employés de toutes les filiales ont quitté le bureau pour travailler à domicile par mesure de précaution. Le télétravail et les nombreux outils de collaboration et d'échange d'informations sont depuis longtemps des pratiques courantes au sein du groupe Berner.

Par conséquent, ceux qui ont télétravaillé dès le lendemain de la pandémie n'ont pas eu à s'habituer aux réunions virtuelles, à la messagerie instantanée, aux serveurs et dossiers partagés, etc., mais ont pu se concentrer pleinement sur leurs tâches essentielles dès le premier jour. Avec succès puisque depuis la fin du premier confinement, le groupe Berner a connu une forte croissance. Après une chute des ventes allant jusqu'à 30 % en avril et mai en raison de la pandémie de coronavirus, le groupe Berner a presque comblé l'écart en quatre mois seulement. Avec un chiffre d'affaires net d'environ 517 millions d'euros, le groupe allemand n'est qu'à environ 2 % derrière les chiffres de la même période l'année dernière. Les ventes réalisées par les canaux en ligne ont augmenté de 21 %. Le groupe Berner a réalisé le meilleur mois de l'histoire de l'entreprise en septembre, avec un chiffre d'affaires net de plus de 105 millions d'euros.

"Nous n'avons pas eu à nous précipiter pour rattraper notre retard en matière de numérisation, car nous étions déjà prêts. C'était un avantage énorme", déclare Christoph Möltgen, directeur des technologies de l'information. "Sans les importants investissements que nous avons réalisés dans l'informatique ces dernières années, nous n'aurions



pas eu la chance de fonctionner aussi bien dans cette crise et de maintenir ainsi le monde de nos clients en état de marche, surtout en période difficile".

### **A propos du Berner Group**

Le groupe Berner est une entreprise commerciale européenne familiale. Notre vision est la suivante : "Nous gardons le monde uni et en mouvement". Cela signifie que nous sommes le partenaire commercial B2B central pour tous les matériaux dans les segments de la maintenance, de la réparation et de la production pour nos clients dans les secteurs de la construction, de la mobilité et de l'industrie. Grâce à notre approche omnicanale, nous créons pour nos clients une expérience d'achat intégrée quelque soit le canal. Dans les segments de l'acier et des matériaux C ainsi que des produits chimiques, nous sommes également un fabricant innovant. Nous sommes représentés dans plus de 23 pays pour nos clients, avec plus de 200 000 articles et 8 200 employés.