

## GROSSISTES EN LIGNES GSM, TERMINAUX NUS, ACCESSOIRES



Le  
**Journal**  
des télécoms

MOYENNE GLOBALE	LIGNES GSM
Extenso Telecom	7,46
GPDIs	7,30
Audim	7,12



Le  
**Journal**  
des télécoms

MOYENNE GLOBALE	TERMINAUX
Audim	7,57
Extenso Télécom	7,44
Avenir Télécom	7,31



Le  
**Journal**  
des télécoms

MOYENNE GLOBALE	ACCESSOIRES
Stock Axess	7,74
Avenir Télécom	7,64
MCA	7,42

## Extenso Telecom, 1<sup>er</sup> en lignes GSM, 2<sup>ème</sup> en mobiles nus : Heureux et fiers de cette distinction

**N**ous sommes heureux et fiers de cette distinction, puisque nous y sommes très attachés », explique Jean-Pierre Hun, président d'Extenso Telecom. Et si la filiale de Bouygues Telecom ne renouvelle pas l'exploit du double podium de 2009 (1<sup>er</sup> grossiste en lignes GSM comme en matériel), cette descente d'une marche dans la vente de terminaux nus s'explique pour plusieurs raisons. « Nous avons amené cette année un nombre très important de nouveautés [dont beaucoup de nouvelles activités], puisque cela correspond à une vraie demande des distributeurs, mais c'est difficile de tout absorber en conservant une bonne qualité. Lorsque vous habituez vos distributeurs à un haut niveau de qualité, ils s'habituent et deviennent plus exigeants ». Parmi ces nouvelles activités, Jean-Pierre Hun signale deux « succès spectaculaires », avec la vente de produits d'assurance, dont les ventes ont été multipliées par cinq, ou encore le lancement du MVNO Lebarra Mobile, dont le démarrage est « une vraie réussite ». Cette diversification s'accompagne par ailleurs d'une



Jean-Pierre Hun, Président d'Extenso Telecom

forte croissance sur la commercialisation des mobiles nus, dont l'activité a doublé par rapport au premier trimestre 2009. « Toutefois, poursuit Jean-Pierre Hun, certaines activités ne concernent pas tous les distributeurs. Certains vendent aussi maintenant des box, de la voix, de la data ; cela nécessite beaucoup d'évolutions. Avec le

support des opérateurs, nous nous investissons beaucoup dans leur formation ». « Sur la vente aux professionnels, sur les box, et sur les clés 3G, conclut-il, nous avons fait un vrai travail de fond ». Autant d'investissements qui devraient porter leurs fruits à l'occasion du prochain Grand Prix. ■

## Audim, 3<sup>ème</sup> en lignes GSM, 1<sup>er</sup> en terminaux nus : Plus de travail sur la qualité que sur la volumétrie

**J**'ai d'abord envie de remercier les distributeurs [dont les votes] nous ont placé à ces postes-là », explique Eric Morizot, directeur général d'Audim, avant de détailler la raison de ces classements. « Sur les terminaux nus, explique-t-il, plusieurs raisons expliquent cette première place. Nous avons référencé de nouveaux partenaires (dont Blackberry), et nous avons renforcé notre partenariat avec des constructeurs comme HTC, dont le poids au niveau mondial ne cesse de se renforcer. A cela s'ajoute sans doute le fait que nous avons mené de nombreuses opérations spéciales, y compris pen-

dant l'été, combinant un réseau de distribution et un constructeur ». Audim explique aussi que cette bonne opinion est le résultat du « gros coup d'accélérateur » mis sur les netbooks : « si nous voulons avoir une place sur le marché des tablettes PC, auquel nous croyons beaucoup, poursuit Eric Morizot, nous devons nous positionner et être crédibles sur les netbooks ». Audim travaille ainsi sur les PC avec HP, Samsung, et d'autres partenaires. Enfin, toujours sur le chapitre des terminaux nus, Audim a mis un terme aux problèmes logistiques rencontrés en 2009 qui avaient pu ternir la qualité de ses prestations. Le grossiste a no-

tamment agrandi la taille de son entrepôt et amélioré ses process pour livrer systématiquement en 24 h. Un autre facteur entre en ligne de compte : la relation de confiance bâtie avec les constructeurs, Audim n'achetant les produits qu'il vend qu'aux filiales françaises de ces derniers. Cette confiance lui permet de négocier de nombreuses « avant-premières » produits, comme celle à venir avec le HTC Ace. L'ensemble de ces raisons ont permis à Audim de se rapprocher sensiblement de quelques grandes enseignes (Fnac, Auchan...) pour faire un travail maintenant « plus axé sur la qualité que sur la volumétrie ».

Placé en 3<sup>ème</sup> position sur la distribution de lignes GSM (notamment SFR et NRJ), Audim affirme ne pas avoir changé grand-chose par rapport aux années précédentes... Si ce n'est que le grossiste n'applique plus à ses distributeurs les « déremunérations » qui pratiquent les opérateurs lorsque les abonnements « tombent » au bout de quatre mois. « Si le nombre de résiliations augmente, précise Eric Morizot, nous provisionnons les sommes, mais nous ne touchons pas aux rémunérations versées sur les lignes déjà activées. Sur le trimestre suivant, en revanche, le distributeur touchera un peu moins. C'est un système qui est bien pris, puisqu'il est parfaitement transparent ». ■



Didier Sabban et Eric Morizot, le duo dirigeant d'Audim

## GPDIs, 2<sup>ème</sup> en lignes GSM : Nos méthodes et procédures sont maintenant respectées

**C**lassé 2<sup>ème</sup> sur les grossistes en lignes GSM, GPDIs s'en sort particulièrement bien sur les délais de livraison et sur la hotline distributeurs, deux items où le grossiste décroche les meilleures notes du podium. « Cela fait toujours plaisir d'obtenir la reconnaissance de la distribution », explique François Andrieu, Directeur Général GPDIs, qui précise cependant que le but de sa démarche dans l'absolu n'est pas « de prendre place sur un podium, mais d'améliorer le service rendu à la dis-

tribution ». « En matière de logistique, poursuit-il, nos méthodes et procédures sont maintenant respectées ; nous bénéficions d'une confiance totale de nos distributeurs sur les commandes, qu'elles soient faites par téléphone ou par Intranet ». Reconnu sur la vente de lignes GSM, GPDIs n'en continue pas moins à travailler sur la distribution de mobiles nus et de produits de nomadisme (laptop, GPS, etc). Il y a 3 ans, les mobiles représentaient 80 % du chiffre d'affaires, aujourd'hui, c'est 50/50 % avec le nomadisme. ■



François Andrieu, Directeur Général GPDIs

## Avenir Telecom, 3<sup>ème</sup> en terminaux nus, 2<sup>ème</sup> en accessoires : Nous allons traquer les dysfonctionnements

**C**ela fait plaisir, jubile Jean-Daniel Beurnier, président d'Avenir Telecom. Ces derniers mois, nous avons investi sur les services et la logistique ». Le grossiste a ainsi multiplié les initiatives en direction de ses distributeurs. « Nous leur offrons notamment la possibilité d'utiliser notre site Internet pour réaliser des prises d'abonnement par exemple. Nous sommes en avance sur ce sujet », assure le responsable. Loin de l'inquiéter, sa troisième place motive Jean-Daniel Beurnier. « Nous voulons

atteindre la première place. (...) [Pour cela], nous allons traquer les dysfonctionnements. La différence peut se situer sur le temps d'attente en hotline et la qualité de la réponse. C'est une multitude de petits éléments qui jouent ». Le grossiste, qui devrait lancer un nouveau site internet au début du mois de septembre, entend miser sur la transparence dans sa relation avec les distributeurs. « Ils pourront tout suivre, notamment leur rémunération », assure Jean-Daniel Beurnier qui n'entend pas s'arrêter en si bon chemin. ■



Jean-Daniel Beurnier, président d'Avenir Telecom

## Stock Axess, 1<sup>er</sup> en accessoires : La taille, un facteur de proximité

**T**roisième l'année dernière, Stock Axess s'est hissé cette année à la première place. Un classement qui n'est pas pour déplaire à Laurent Haziza, patron de Stock Axess. Pour ce dernier, la taille de l'entreprise constitue un élément d'explication. « Nous sommes plus petits, c'est vrai, mais nous arrivons à être plus proches des revendeurs et à leur écouter. (...) Notre équipe commerciale est certes plus restreinte, mais nous sommes très à cheval sur la qualité. Nous assurons le suivi des commandes de bout en bout, jusqu'à la livraison. Cela plaît aux distributeurs ». Un autre facteur a permis

à Stock Axess de remporter le suffrage des distributeurs : le délai de livraison. « Les clients sont livrés le lendemain avant midi, contre 48 h voire 72 h pour les grosses structures », explique Laurent Haziza. Nous mettons le turbo pour tout faire partir [en temps et en heure]. 48h, c'est important pour nos clients. Les magasins peuvent demander à leur clientèle de repasser le lendemain et prendre des arrhes ». Bien noté en assistance au distributeur, le responsable voit dans cela les résultats de la démarche adoptée : un seul commercial répond au même client. « Dans les grandes entreprises, il y a plusieurs commerciaux. Le distributeur se



Laurent Haziza, patron de Stock Axess

trouve un jour avec Paul, avec un jour avec Jacques, il peut être gêné. En revanche, quand il connaît son interlocuteur, la commande est plus personnalisée et peut être, également, plus conséquente ». Stock Axess, malgré sa petite taille, prouve qu'il a la possibilité de rivaliser avec les plus grands. S'il sait qu'il ne touche pas les grandes enseignes, il tire sa force de sa proximité avec les petits magasins. Ce qui ne l'empêche pas, au final, de touter ses concurrents les plus présents sur le marché. ■

## MCA, 3<sup>ème</sup> en accessoires : Notre largeur de gamme nous expose davantage



Nicolas Ceccaldi, président de MCA

**A**rrivé derrière Stock Axess et Avenir Telecom, MCA juge d'un bon œil sa 3<sup>ème</sup> place. « En termes de poids dans le domaine des accessoires, nous nous trouvons derrière Modelabs. Cela peut expliquer notre classement », analyse Nicolas Ceccaldi, président de MCA. Avec des notes dans l'ensemble assez proches de celles de ses concurrents, MCA affiche des faiblesses dans deux domaines : les délais de livraison et la hotline distributeurs. « Notre gamme de produits est très large. Pour tous nos produits, nous nous approvisionnons chez des tiers et nous n'achetons pas forcément en France. De fait, si nous rencontrons des problèmes en usine, nous accusons du retard. (...) Notre largeur de gamme nous expose davantage », explique Nicolas Ceccaldi. Parallèlement, le responsable explique la notation basse obtenue en hotline par de déploiement d'un réseau extranet. « Nous avons mis en place un extranet pour assister nos distributeurs, indique-t-il. Logiquement, nous nous concentrerons de plus en plus sur ce réseau, de fait, nous risquons de stagner en hotline ». ■

