

Avec le rachat de la division Freight Forwarding de TNT Express, Geodis a franchi un nouveau cap vers l'international. Jean-Louis Demeulenaere, Directeur Général adjoint du groupe, revient sur cette acquisition stratégique que Geodis a réalisée en moins de 5 semaines.

Geodis Wilson

histoire d'une acquisition stratégique

**Interview
de Jean-Louis
Demeulenaere**

*Directeur général
adjoint
de Geodis*





**“Faire des économies
sur nos coûts de transport,
aujourd’hui c’est majeur !
Non ?”**

Caroline V. Directrice logistique

UN PEU D'AIR © PhotoAlto

Réduire significativement les coûts de transport, gagner en productivité, améliorer la visibilité des commandes de bout en bout, qui peut aujourd’hui se passer de logiciels de TMS ? DDS Shipper, DDS Freight : nos clients chargeurs et prestataires sont la meilleure preuve de l’efficacité de nos solutions.

www.ddslogistics.com



Leader des progiciels de transport et de commerce international

Supply Chain Magazine - Le groupe Geodis a procédé au rachat spectaculaire de la division Freight Forwarding de TNT. Quelle volonté stratégique sous-tend cette acquisition inattendue ?

Jean-Louis Demeulenaere - L'approche stratégique qui a motivé cette acquisition était en premier lieu l'ambition de Pierre Blayau de positionner Geodis comme un acteur global, avec un solide réseau de Freight Forwarding permettant d'alimenter notre distribution « last mile » en Europe et d'optimiser nos capacités en Supply Chain. Des capacités largement soutenues par des investissements lourds sur les métiers de pilotage. C'est ce Business Model que nous portons depuis trois ou quatre ans et qui nous place dans une logique stratégique comparable aux grands opérateurs mondiaux.

Supply Chain Magazine - Avec une couverture internationale moins dense que celle des leaders du marché...

Jean-Louis Demeulenaere - Nous avons en effet un maillon faible qui était le réseau de Freight Forwarding et une problématique de taille avec pour conséquence une faible capacité d'achat. D'où une difficulté à traiter des volumes aux périodes de pointes et à être compétitifs par rapport aux grands du marché. Cette faiblesse ayant été parfaitement identifiée, nous avons regardé sur le marché les différentes opportunités qui pouvaient se présenter. Lorsque le dossier TNT-Wilson s'est présenté, nous avons considéré qu'il s'agissait, de par la taille de l'entreprise (845 M€ de CA), de la dernière opportunité que nous pouvions saisir au niveau européen. Par ailleurs, la complémentarité géographique était particulièrement flagrante et immédiate tant au plan continental qu'au niveau des Etats-Unis où nous pouvions désormais posséder un réseau en propre. Enfin, grâce à cette opération, nous pouvions disposer d'une présence sur les pays nordiques et aussi renforcer nos moyens en Asie.

Supply Chain Magazine - Cette opération est-elle à la hauteur de vos espérances ? Geodis a-t-il trouvé dans cette entreprise, ce qu'il en attendait ?

Jean-Louis Demeulenaere - Nous avons trouvé une excellente équipe de management, très fidèle à la marque Wilson et à sa culture d'entreprise. Nous avons découvert avec bonheur une société profitable, bien gérée, disposant d'un système d'information performant. J'ajoute que cette acquisition a été opérée en concertation avec le management et que son avis sur le choix du repreneur n'a pas été neutre dans la décision finale. En effet, à travers nos différentes réunions, nous avons pu nous apercevoir qu'il y avait une véritable adhésion au projet d'entreprise, aux valeurs de Geodis et au projet stratégique qui leur était proposé.



Supply Chain Magazine - Quel timing vous êtes-vous fixé pour intégrer cette entité au groupe Geodis ?

Jean-Louis Demeulenaere - En principe la fusion doit être réalisée d'ici la fin de l'année. Nous avons un plan d'action qui prévoit le rapprochement des réseaux région par région, pays par pays. Ce plan a déjà démarré, il se passe parfaitement bien et nous sommes même particulièrement satisfaits puisque nous commençons à enregistrer les effets commerciaux de cette opération.

Supply Chain Magazine - Une opération qui intervient au moment où Geodis se réorganise en divisions. N'y a-t-il pas une contradiction entre la volonté de proposer des solutions Supply Chain globales et cette verticalisation des activités du groupe ?

Jean-Louis Demeulenaere - Bien au contraire, car en même temps que la mise en place de ces 4 divisions (route, logistique contractuelle, messagerie, Freight Forwarding), nous avons également initié une organisation transversale (Geodis Global Solutions) qui porte à la fois la conception et le design de l'offre et les bureaux d'études. Elle contient également le Key Account Management, le pilotage opérationnel et commercial des très grands comptes du groupe, la coordination du « marketing and sales » ainsi que l'intégralité de la DSI. Une organisation qui devrait permettre à Geodis Wilson, comme aux trois autres divisions du groupe, de relever d'une manière cohérente et efficace les grands défis internationaux.

Propos recueillis par Jean-Philippe Guillaume