



Revue de Presse

Avril 2022

Toute photocopie de ce document doit être impérativement déclarée au CFC

Sommaire

François Thuilleur veut doubler de taille Lyon Décideurs - 01/04/2022	3
69 / BIENS DE CONSOMMATION : le groupe Paredes a investi 520 000 euros dans son outil de production Flash Infos Economie Auvergne Rhône-Alpes Bourgogne Franche-Comté - Auvergne Rhône-Alpes Bourgogne Franche-Comté -04/04/2022	4
Paredes relève son DEFI2022 avec un an d'avance ! batiment-entretien.fr - 06/04/2022	5
Paredes expose ses objectifs ! pic-magazine.fr - 19/04/2022	7
Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030 LeJournalDesEntreprises.com - 20/04/2022	9
Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030 Le Journal Des Entreprises - Le Brief (Jde) Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 21/04/2022	13
Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030 Le Journal Des Entreprises - Le Brief (Jde) Rhône-Alpes - Rhône-Alpes - 21/04/2022	14
Flambée des prix : quelles conséquences pour la distribution hygiène et propreté services-proprete.fr - 29/04/2022	16

PAREDES

François Thuilleur veut doubler de taille

Quand il a été nommé en 2017 à la tête du numéro deux français des produits d'hygiène et de protection pour les professionnels Paredes, François Thuilleur avait pour mission de réveiller une « belle endormie ». « Et l'on peut dire aujourd'hui qu'elle est plus que réveillée. Elle est même survoltée ! », se félicite-t-il, chiffres à l'appui : le groupe de 650 collaborateurs implanté à Genas, dont il est le premier dirigeant à ne pas être de la famille fondatrice, a atteint avec un an d'avance les objectifs de son plan stratégique nommé #Défi2022, en réalisant un chiffre d'affaires de 213 millions d'euros en 2021. « Cela représente une croissance de +23 % depuis 2019, soit une hausse deux à trois fois supérieure aux autres acteurs du marché », souligne le PDG, qui a recentré ces derniers temps l'activité de Paredes sur ses marchés jugés stratégiques (santé, industrie pharmaceutique, agroalimentaire, collectivités...). Et qui nourrit désormais de grandes ambitions : devenir le numéro un de l'hygiène professionnelle en France et plus que doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2030 « pour atteindre 500 millions d'euros ».



Des acquisitions prévues. Pour y parvenir, l'ETI qui fournit gants, masques et autres papiers toilette va miser sur l'international. Alors qu'elle n'est pour l'instant présente qu'en Italie, le dirigeant entend prendre rapidement des positions en Suisse, en Allemagne et au Benelux. Le groupe indépendant, dont 100 % du capital est détenu par la famille fondatrice et les collaborateurs, annonce disposer d'une enveloppe de 150 à 200 millions d'euros pour réaliser des acquisitions en France et dans les pays limitrophes. Une première opération devrait ainsi être bouclée

prochainement avec une PME suisse. « Nous visons également 5 % de croissance organique dans les années qui viennent », détaille François Thuilleur, dont le positionnement est bien affirmé : « Nous ne serons jamais les moins chers du marché. » Mais Paredes a d'autres arguments à faire valoir auprès de ses clients. À commencer par une gamme d'articles « made in France ». Paredes, qui produit environ 20 % de son offre catalogue, vient notamment d'investir plus de 500 000 euros à Genas dans une nouvelle ligne de fabrication de savons. V.L.



69 / BIENS DE CONSOMMATION : le groupe Paredes a investi 520 000 euros dans son outil de production

Le **GROUPE PAREDES** / T : 04.72.47.47.47 (siège social à Genas/Rhône, CA 221 M€, 650 salariés), expert du marché de l'hygiène et de la protection professionnelles, a investi 520 000 euros dans une chaîne de fabrication de solutions lavantes sur son site de Genas. www.paredes.fr



S'abonner à la newsletter

Tous les 15 jours, recevez par email toute l'actualité Hygiène, Propreté, Multiservice & Déchets.



Au-delà d'une année 2020 exceptionnelle en termes de croissance, Paredes a conforté cette dynamique sur l'exercice suivant. L'ETI lyonnaise qui affiche une progression de 23% entre 2019 et 2021, consolide ainsi 83% de la croissance réalisée en 2020, soit un chiffre d'affaires de 213 M€. « Nous avons atteint les objectifs que nous nous étions fixés pour fin 2022 avec un an d'avance. La prochaine étape pour le groupe sera de devenir N°1 français de l'hygiène et leader en Europe, grâce, à minima, au doublement de notre chiffre d'affaires à échéance 2030, l'objectif étant fixé à 500 M€ » calcule François Thuilleur, le Pdg du groupe Paredes, qui devrait implanter d'ici la fin de l'année une filiale en Suisse générant 5 M€.

Une nouvelle activité dédiée aux savons

Détaillant les bons résultats de son groupe en 2021, François Thuilleur a pointé les 4 segments prioritaires auxquels Paredes associe son développement : la santé (+31% entre 2019 et 2021), l'industrie (+29%), les collectivités (+ 10%) et les entreprises de propreté (+ 7%). Une croissance que l'industriel souhaite sécuriser dans cette période de forte tension sur les prix et la disponibilité des produits en renforçant ses capacités de formulation et de production. Ainsi une toute nouvelle activité industrielle dédiée aux savons a vu le jour sur le site de Genas : un savon - en cours d'éco-labellisation - pour les entreprises de propreté sera disponible en juin, un savon désinfectant pour l'univers de la santé en septembre et un savon d'atelier en fin d'année.

Le groupe dispose aujourd'hui d'un stock très important, d'une valeur de 50 M€, qui lui permet par exemple de garantir entre 6 et 9 mois d'approvisionnements en gants.

Des hausses de prix importantes

Il n'en demeure pas moins que les hausses de prix inédites touchant tous les secteurs de l'hygiène impose une grande agilité et nourrit beaucoup d'incertitudes. « Depuis le 1er janvier le prix de la ouate a augmenté de 25%, celui des sacs plastiques de 20% et le prix du gaz a été multiplié par 10 en l'espace d'une année. Nos clients attendent de nous que nous négocions bien pour atténuer une partie de cette hausse, mais nous devons aussi leur expliquer que cette hausse, imposée en amont par nos fournisseurs, a besoin d'être argumentée auprès de leurs propres clients. Toute la chaîne est

concernée. Notre rôle est aussi de proposer des solutions concrètes, en optimisant la logistique au maximum, mais aussi en revoyant les spécifications des produits. Privilégier des références affichant moins de matières premières dérivées du pétrole, ou réduire les formats de papier de 19,5 cm à 18,1 cm » conclut François Thuilleur. La RSE accompagne le développement

Au-delà de sa dimension économique, technique et logistique, le plan DEFI2022 a installé durablement des pratiques de RSE au sein du groupe Paredes, en particulier le partage des bénéfices et l'ouverture du capital aux salariés. Une prime de 4 247 € a été versée en juin 2021 à l'ensemble des collaborateurs, alors que 70% investissaient pour 1,1 M€ dans leur outil de travail. Une politique RSE récompensée par l'obtention du Label « Engagé RSE » de l'Afnor, par la certification OR, pour la quatrième année consécutive, par EcoVadis, ce qui place l'entreprise dans le Top 3% des acteurs les plus performants en RSE du marché de l'hygiène. L'enjeu du e-commerce B2B

Lancé en avril 2021 le site de e-commerce du groupe Paredes réunit déjà 8 000 clients (dont 14% de nouveaux venus) autour d'un catalogue de plus de 7000 références et 80 marques. Alors que 10% des commandes passées au cours des 4 derniers mois de l'année 2021 l'ont été via le site marchand, le groupe Paredes prévoit de porter ce chiffre à 25% au 3^e trimestre 2022.

A lire également :

- Paredes met le cap à l'Ouest
- Paredes renforce sa présence e en Ile-de-France
- Paredes consolide sa croissance record de 2020
- Paredes lance son DEFI2022



S'abonner à la newsletter

Tous les 15 jours, recevez par email toute l'actualité sur la Sécurité et la Santé au Travail.

- Accueil
- Actualités
- EPI - EPC

ActualitésEPI - EPC 19 avr. 2022 14:21:49 Paredes explose ses objectifs !



En 2018, le distributeur affichait clairement ses ambitions dans son Plan #DEFI2022 : objectifs atteints. Mais dès 2021 !

« Dans le cadre de notre Plan #DEFI2022, nous nous étions donné un objectif, certes ambitieux : atteindre dès 2022 plus de 210 millions d'euros de CA sur le marché de l'hygiène professionnelle (savons, lingettes, EPI...), rappelle François Thuilleur (notre photo), président directeur général du Groupe Paredes. Aujourd'hui nous sommes heureux d'annoncer que cet objectif a été atteint dès 2021. Ce qui confirme la pertinence de nos choix stratégiques basés sur un recentrage sur nos marchés les plus porteurs, la sécurisation de nos stocks et de nos achats, la spécialisation de la force de vente par marché, l'e-commerce et l'implication des collaborateurs. »

Il faut reconnaître que Paredes affiche des résultats qui feraient pâlir certains. Ainsi, en 2020, Paredes enregistrait des résultats excellents avec un CA de 221 millions d'euros (+ 27 % par rapport à 2019). « Nous avons même réussi à consolider l'année dernière 85 % de la croissance exceptionnelle de l'année 2020, résultat pourtant porté par des besoins marchés liés à la pandémie », poursuit le Pdg de l'ETI lyonnaise. Nouveaux marchés

Les performances commerciales de Paredes sont réalisées à 89 % en France et 11 % en Italie. « Nous avons réalisé de forts gains de parts de marché dans le secteur de la santé (+31 % de CA entre 2019 et 2021), dans l'industrie (+ 29 %), auprès des collectivités publiques (+ 10 %) et des entreprises de propreté (+7 %) », ajoute François Thuilleur.

L'année 2021 a aussi été marquée par de nouveaux marchés remportés par le groupe. Tels la fourniture de tous les produits d'hygiène au groupe Perrier, l'équipement en gants et autres EPI de la coopérative Cooperl ou du chocolatier Cémoi. Sans oublier les contrats avec le Centre hospitalier Saint-Nazaire ou le Groupement Hospitalier Territoire

Loire...

« De tels résultats sont possibles parce que nous assurons à nos clients, grâce à notre stock d'une valeur de 50 millions d'euros, la livraison, quasiment sans rupture, des produits commandés. Mais aussi parce les collaborateurs du groupe prennent une part très active dans notre réussite. C'est leur engagement qui nous a permis d'atteindre les objectifs du #DEFI2022 avec une année d'avance. C'est en reconnaissance de cette implication que 70 % de nos salariés sont désormais actionnaires du groupe », conclut François Thuilleur.

2 questions à François Thuilleur, pdg du Groupe Paredes

- Après ces très bons résultats, est-il possible de faire mieux et comment ? [...]

Retrouvez l'intégralité de cet article dans Pic 234 (mai-juin 2022). A lire également

- Dynamisme et croissance confirmées chez Paredes
- Distribution. Paredes : le numéro 2 affiche ses ambitions

Sur le même sujet



Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030

Numéro deux de l'hygiène professionnelle, l'ETI lyonnaise Paredes, pilotée depuis 2017 par François Thuilleur s'embarque désormais dans un plan de développement ambitieux, pour doubler de taille d'ici 2030.

François Thuilleur est un pragmatique. Quand le Covid frappe la planète en début d'année 2020, le dirigeant à la tête de l'ETI indépendante et familiale Paredes (CA 2021 : 213 M€ ; 650 salariés dont 225 en Auvergne-Rhône-Alpes), basée à Genas, se met en ordre de bataille pour fournir ses clients (monde médical, agroalimentaire...) en produits et équipements de protection et hygiène. Après un exercice 2020 qui voit le chiffre d'affaires progresser de 27 %, le patron affiche la couleur pour 2021 : "Maintenir la croissance connue en 2020". Aujourd'hui, la mission semble remplie. Le groupe affiche une hausse de ses revenus de 23 % à 213 millions d'euros en 2021. Depuis 2019, Paredes a gagné 40 millions d'euros de revenus et anticipé d'un an son objectif du plan Défi2022.

"Cette réussite s'explique par le fait que nous sommes parvenus à compenser la baisse des prix des produits par des gains de parts de marché et par le fait que nous avons une maîtrise de la supply chain. Aujourd'hui, nous pouvons nous vanter de n'avoir quasiment aucune rupture dans nos distributions", détaille François Thuilleur. Paredes compte pour 50 millions d'euros de stock, prêt à être livré. Un changement d'habitude pour ce patron qui travaillait auparavant dans le secteur automobile, plutôt adepte d'une organisation en flux tendu.

L'autre raison de ce succès est le recentrage des activités de l'entreprise vers des secteurs considérés comme stratégiques : la santé, l'industrie pharmaceutique, l'agroalimentaire et les collectivités. 500 M€ de CA en 2030

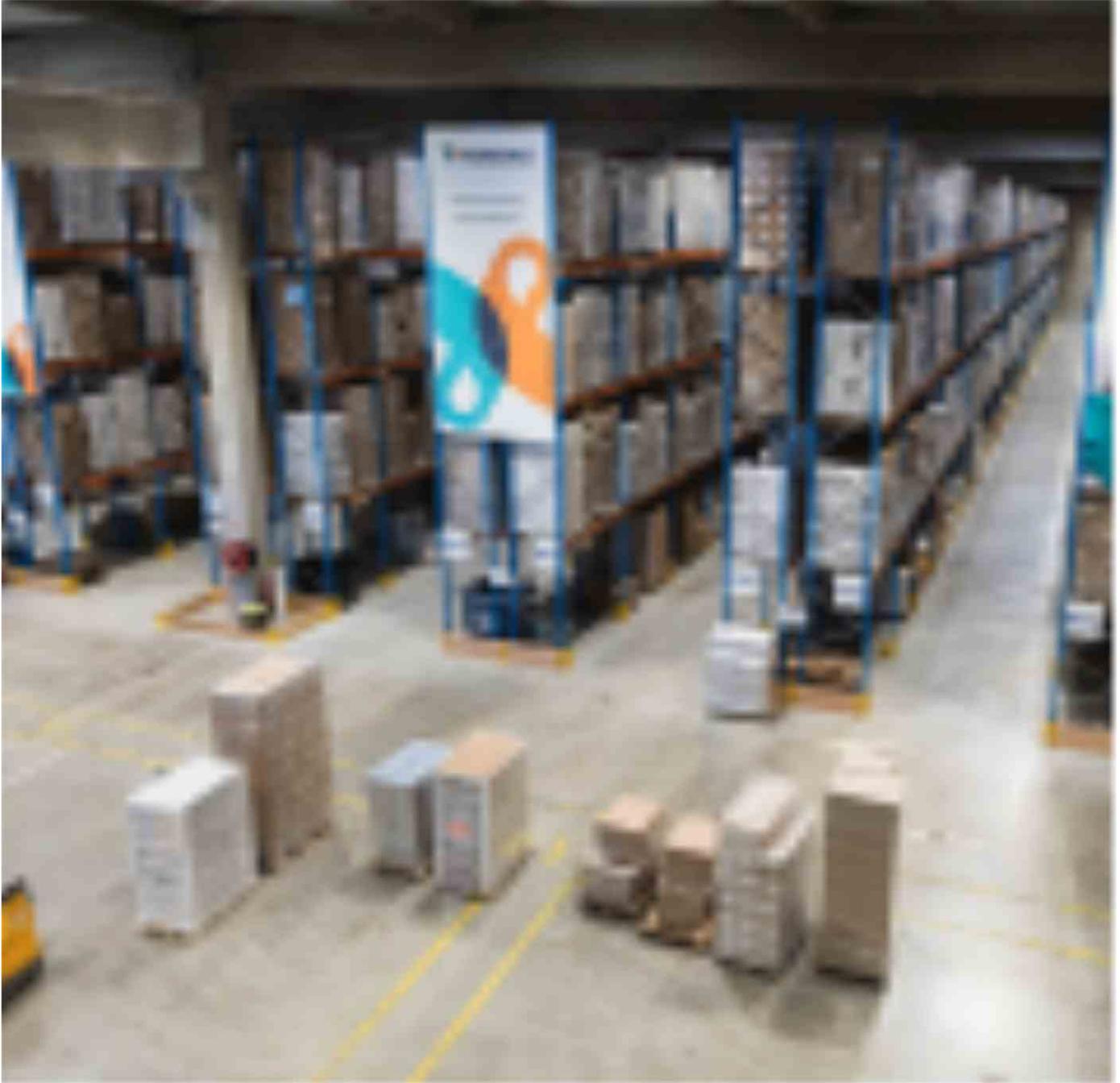
Une stratégie qui a fait ses preuves ces dernières années et qui pousse son dirigeant à passer la vitesse supérieure. Objectif : doubler de taille d'ici 2030 et atteindre les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le projet est simple : "Nous disposons d'une enveloppe de 200 millions d'euros pour réaliser des acquisitions de distributeurs en Europe", note François Thuilleur. Dans sa cible, des sociétés de distributions en Suisse, en Allemagne et au Bénélux. "Nous finalisons actuellement le rachat d'une société en Suisse qui réalise entre 5 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires", précise-t-il. Un premier pied en Suisse, attendu dès le mois de juin, alors que l'entreprise travaille aujourd'hui à 90 % en France et 10 % en Italie.

6 millions d'euros investis à Rennes

En parallèle, pour conforter sa supply chain, Paredes investit. Une enveloppe de 6 millions d'euros est engagée cette année à côté de Rennes pour multiplier par trois les capacités de stockage avec son outil logistique Ker Paredes. À Genas (Rhône), l'ETI a également investi 520 000 euros dans une ligne de fabrication de savon désinfectant. "Ces investissements apportent de la sécurité, défend François Thuilleur. Le grand enseignement de la crise que nous avons traversé en 2020 est simple : il faut que l'Europe soit autosuffisante".



Alors que Paredes produit 20 % de son offre catalogue, l'enjeu du distributeur est aussi de participer à limiter la dépendance à l'Asie en accompagnant des industriels en France et en Europe. "Nous le faisons déjà avec plusieurs acteurs en lien avec l'État", dévoile-t-il.



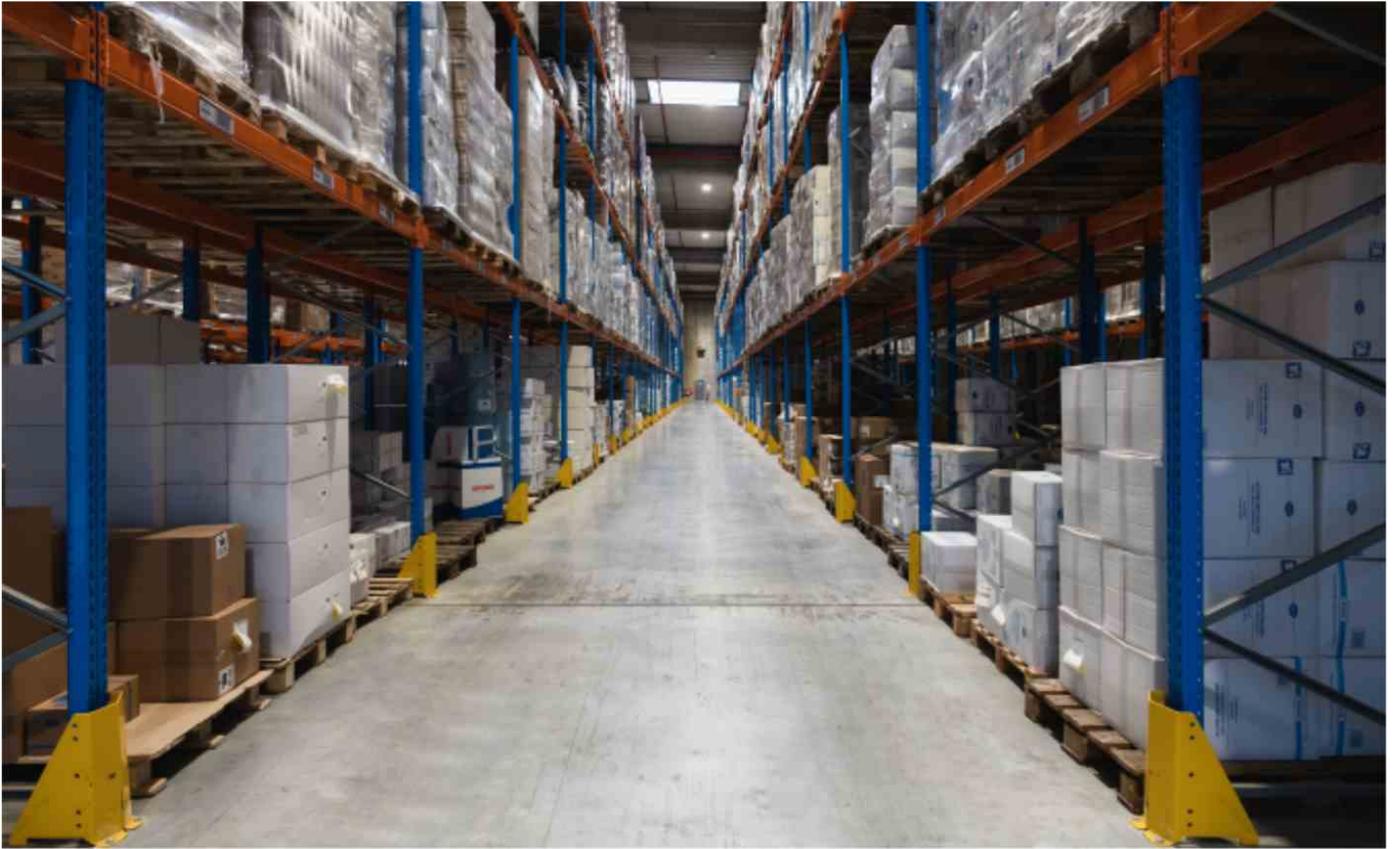
https://www.lejournaldesentreprises.com/sites/lejournaldesentreprises.com/files/styles/twitter_card/public/2022-04/Paredes-vise--doubler-de-taille-en-atteignant-le-5277940.jpeg?h=4a7d1ed4&itok=gsbYFpGp

Paredes vise à doubler de taille en atteignant les 500 millions de chiffre d'affaires d'ici 2030. — Photo : Jérémie Morel - Paredes Avec une stratégie de "sans-rupture", Paredes compte un stock d'une valeur de plus de 50 millions d'euros. - Photo : Jérémie Morel - Paredes



https://www.lejournaldesentreprises.com/sites/lejournaldesentreprises.com/files/styles/landscape_web/public/2022-04/Paredes-vise--doubler-de-taille-en-atteignant-le-5277940.jpeg?h=6baa4406&itok=ZY_U2kKF

Paredes vise à doubler de taille en atteignant les 500 millions de chiffre d'affaires d'ici 2030. — Photo : Jérémie Morel - Paredes Avec une stratégie de "sans-rupture", Paredes compte un stock d'une valeur de plus de 50 millions d'euros. - Photo : Jérémie Morel - Paredes



https://www.lejournaldesentreprises.com/sites/lejournaldesentreprises.com/files/styles/landscape_web/public/2022-04/Avec-une-strategie-de-sans-rupture-Paredes-com-3388964.jpeg?h=70350146&itok=ossAvAQ-

■



Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030



Boosté par la crise sanitaire, Paredes vise les 500 millions d'euros de revenus en 2030

Pierre Lelièvre,

Numéro deux de l'hygiène professionnelle, l'ETI lyonnaise Paredes, pilotée depuis 2017 par François Thuilleur s'embarque désormais dans un plan de développement ambitieux, pour doubler de taille d'ici 2030.



• Paredes vise à doubler de taille en atteignant les 500 millions de chiffre d'affaires d'ici 2030.

François Thuilleur est un pragmatique. Quand le Covid frappe la planète en début d'année 2020, le dirigeant à la tête de l'ETI indépendante et familiale Paredes (CA 2021 : 213 M€ ; 650 salariés dont 225 en Auvergne-Rhône-Alpes), basée à Genas, se met en ordre de bataille pour fournir ses clients (monde médical, agroalimentaire...) en produits et équipements de protection et hygiène. Après un exercice 2020 qui voit le chiffre d'affaires progresser de 27 %, le patron affiche la couleur pour 2021 : "Maintenir la croissance connue en 2020". Aujourd'hui, la mission

semble remplie. Le groupe affiche une hausse de ses revenus de 23 % à 213 millions d'euros en 2021. Depuis 2019, Paredes a gagné 40 millions d'euros de revenus et anticipé d'un an son objectif du plan Défi2022.

"Cette réussite s'explique par le fait que nous sommes parvenus à compenser la baisse des prix des produits par des gains de parts de marché et par le fait que nous avons une maîtrise de la supply chain. Aujourd'hui, nous pouvons nous vanter de n'avoir quasiment aucune rupture dans nos distributions", détaille François Thuilleur. Paredes compte pour 50 millions d'euros de stock, prêt à être livré. Un changement d'habitude pour ce patron qui travaillait auparavant dans le secteur automobile, plutôt adepte d'une organisation en flux tendu.

L'autre raison de ce succès est le recentrage des activités de l'entreprise vers des secteurs considérés comme stratégiques : la santé, l'industrie pharmaceutique, l'agroalimentaire et les collectivités. **500M€ de CA en 2030**

Une stratégie qui a fait ses preuves ces dernières années et qui pousse son dirigeant à passer la vitesse supérieure. Objectif : doubler de taille d'ici 2030 et atteindre les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le projet est simple : "Nous disposons d'une enveloppe de 200

millions d'euros pour réaliser des acquisitions de distributeurs en Europe", note François Thuilleur. Dans sa cible, des sociétés de distributions en Suisse, en Allemagne et au Bénélux. "Nous finalisons actuellement le rachat d'une société en Suisse qui réalise entre 5 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires", précise-t-il. Un premier pied en Suisse, attendu dès le mois de juin, alors que l'entreprise travaille aujourd'hui à 90 % en France et 10 % en Italie.



• Avec une stratégie de "sans-rupture", Paredes compte un stock d'une valeur de plus de 50 millions d'euros. - Photo : Jérémie Morel - Paredes

6 millions d'euros investis à Rennes

En parallèle, pour conforter sa supply chain, Paredes investit. Une enveloppe de 6 millions d'euros est engagée cette année à côté de Rennes pour multiplier par trois les capacités de stockage avec son outil logistique Ker Paredes. À Genas (Rhône), l'ETI a également investi 520 000 euros dans une ligne de



fabrication de savon désinfectant.

"Ces investissements apportent de la sécurité, défend François Thuilleur.

Le grand enseignement de la crise que nous avons traversé en 2020 est simple : il faut que l'Europe soit autosuffisante".

Alors que Paredes produit 20 % de son offre catalogue, l'enjeu du distributeur est aussi de participer à limiter la dépendance à l'Asie en accompagnant des industriels en France et en Europe. "Nous le faisons déjà avec plusieurs acteurs en lien avec l'État", dévoile-t-il. ■



Flambée des prix : quelles conséquences pour la distribution hygiène et propreté



WILSON, SÉVERINE | le 29/04/2022 La nouvelle ligne de transformation de ouate de Paredes dans le Rhône. La pénurie des matières premières, les difficultés d'approvisionnement, la hausse des coûts de l'énergie et du transport, auxquels s'ajoute le conflit en Ukraine, entraînent une flambée des prix qui n'épargne pas le secteur de l'hygiène et de la propreté. Trois acteurs de la distribution en témoignent.

Flambée des prix : quelles conséquences pour la distribution hygiène et propreté

« Depuis le milieu de l'année 2021, le prix de la ouate a tendance à augmenter », explique François Thuilleur, PDG de Paredes. Au sein de son usine, le spécialiste de l'hygiène et de la protection professionnelles a réussi à gagner en productivité et donc à atténuer les coûts fixes. « Nous n'avons pas été trop impactés en 2021 mais, depuis janvier 2022, les prix fournisseurs grimpent en flèche sur la ouate pour atteindre + 25 % en cumul sur les 4 premiers mois de l'année et nous devons discuter avec nos clients, souligne François Thuilleur. Avec le conflit en Ukraine, le gaz a flambé, en passant de 20 à 30 € le mégawattheure il y a un an, à près de 200 € »

Explosion des coûts de l'énergie

La multiplication par dix des coûts de l'énergie a conduit certains papetiers à fermer partiellement ou à arrêter des lignes de production pour ne pas produire à perte. « Cette pénurie de matières premières contribue à l'augmentation très conséquente des prix des essuie-mains, du papier toilette (etc.), alerte François Thuilleur. Nous essayons de négocier au mieux pour faire bénéficier nos clients de hausses plus modérées mais sans mettre en risque leur sécurité d'approvisionnement. » Cette situation pourrait avoir un impact sur les produits notamment en jouant sur les formats – sur la largeur par exemple – ou sur le grammage du papier, pour réaliser des économies. « Des gammes de produits plus économiques vont voir le jour avec différents niveaux de grammage, précise le PDG. Utiliser de la matière recyclée peut aussi être intéressant, c'est le choix qu'a fait Paredes. »

Hausse des prix des matières premières

Pour Orapi Group, c'est la reprise d'activité après les confinements qui a été compliquée à gérer en raison du faible niveau des stocks. « Les pénuries sur certains produits et les tensions sur le transport maritime se sont cumulées pour conduire à une hausse

générale des prix sur les matières premières, de l'énergie, des emballages et des produits de négoce », affirme Laurine Louche, directrice marketing Orapi Hygiène. L'ensemble de la chaîne a été touché : c'est du jamais vu pour l'industriel qui a dû faire face à des cas de force majeure. Orapi est une entreprise globale qui produit et distribue des solutions d'hygiène, de désinfection et de maintenance. « Pour la partie production, comme nous fabriquons en France, il a été possible de mieux maîtriser les coûts, poursuit Laurine Louche. Nous avons fait le choix stratégique d'adapter et de limiter les hausses de prix. » Tous les prix des produits d'hygiène et de désinfection (gel hydroalcoolique, crème hydroalcoolique, produits d'entretien pour le tertiaire, la santé, le transport...) ont pu être contenus en début d'année, « mais nous faisons face à une situation inédite qui ne permet pas de maintenir les prix sur plusieurs mois. »

Concernant les produits distribués, Orapi Group s'est associé à des fournisseurs - de gants et de masques notamment – implantés en France pour compenser les problèmes de stocks et limiter les délais de livraison. « Nous leur avons demandé d'accroître leurs capacités de production », souligne Laurine Louche.

Avec cette hausse générale du marché, le groupe continue à accompagner ses clients en fournissant un service de qualité et une livraison rapide. « La crise nous a permis de démontrer notre savoir « être agile », souligne Laurine Louche. Nous avons dû encore optimiser nos outils de production et réengager l'ensemble des équipes pour fournir au mieux nos clients existants et ceux que nous avons gagnés. Mais comme l'ensemble des fabricants, il a fallu appliquer des revalorisations tarifaires différenciées car certaines matières premières, comme l'acide sulfamique ou les solvants, ont augmenté dans des proportions aussi inédites qu'imprévisibles. »

Bond des coûts de transport

Le groupement Équipage Hygiène Solutions, spécialisé dans la distribution de produits, matériels et solutions d'hygiène professionnelle, fait face à un contexte inédit d'inflation galopante due aux hausses de prix de l'énergie et à la pandémie de Covid-19, aggravé par la guerre en Ukraine et les sanctions vis-à-vis de la Russie – ces deux pays étant des producteurs importants d'énergies et de matières premières nécessaires au secteur de l'hygiène. « Face à cette situation, nous avons pris des mesures exceptionnelles, explique Jean-Claude Fartaria (Sodevi), membre du comité de direction d'Équipage et en charge du service achats pour le groupement. Nous avons mis en place une cellule de crise interne afin de suivre les évolutions de prix des matières premières, des emballages et du transport. Elle identifie et anticipe également les points de tensions avec nos fournisseurs partenaires afin de stocker et de limiter les pénuries sur les produits les plus demandés. Nous avons aussi changé certains produits et renforcé notre partenariat avec des fournisseurs plus compétitifs.

« Parallèlement d'autres sources d'approvisionnement ont été trouvées. Nos fournisseurs se sont engagés à ne pas prendre de nouveaux clients pour continuer d'assurer les approvisionnements des membres du groupement », précise-t-il. Équipage Hygiène travaille principalement avec des clients locaux ou régionaux qui demandent beaucoup de réactivité. Une sélection plus pointue des fournisseurs, en privilégiant la France et l'Europe, lui permet de limiter les éventuelles pénuries à venir et de réduire les coûts de transport. Pour un container maritime, le prix est passé de 2 000 \$ avant la pandémie à plus de 14 000 \$. « Cette hausse a un impact énorme sur notre activité, indique Jean-Claude Fartaria. Notre choix stratégique de privilégier des fabricants français et européens depuis quelques années prend tout son sens et devient primordial aujourd'hui. »