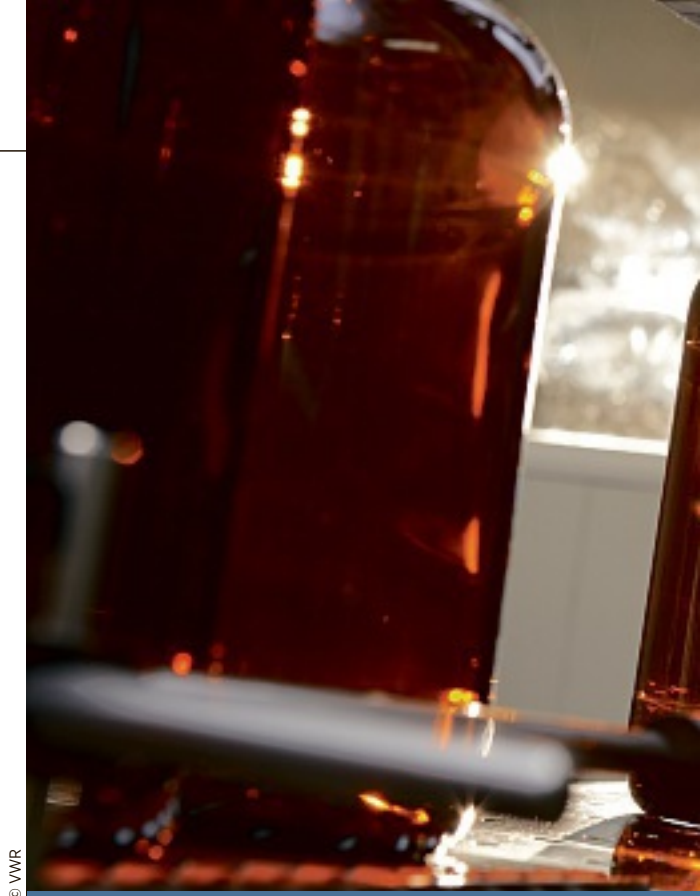


Arrivé depuis une douzaine d'années à la tête de la filiale française de **VWR International**, un des leaders mondiaux de la distribution de produits et équipements scientifiques pour le laboratoire, **Daniel Wiezmann** a travaillé sur le positionnement du site de production de Briare-le-Canal. Une nouvelle dynamique qui s'est concrétisée notamment par des investissements. En 10 ans, 17 M€ ont été injectés sur le site dont la production a plus que doublé.

Propos recueillis par Aurélie Dureuil



© VWR

VWR France : « Nous sommes comme un site vitrine au sein

Infchimie magazine : Pouvez-vous présenter la filiale française de VWR ?

Daniel Wiezmann : Notre métier est d'être un distributeur de produits et équipements scientifiques pour le laboratoire. Nous avons également une activité de prestations de services associés. Nos clients sont les laboratoires de recherche et d'analyses biomédicales. Nous comptons par ailleurs une activité de conditionnement de réactifs pour le laboratoire, ce qui fait notre spécificité sur le marché de la chimie en

France. Dans l'Hexagone, nous comptons 575 collaborateurs. Nous avons réalisé un chiffre d'affaire de 247,9 millions d'euros en 2015. Nous comptons 23 000 clients donneurs d'ordre et 887 fournisseurs pour la France. Nous avons deux sites principaux : le siège à Fontenay-sous-Bois {ndlr, Val-de-Marne} et notre usine à Briare-le-Canal {ndlr, Loiret}.

Justement, sur votre site de Briare, vous avez multiplié les investissements, ces dernières années...

D.W. : Effectivement. Il y a 12 ans, le site de Briare-le-Canal était en devenir. C'était un site qui ne

produisait pas assez. Il n'y avait pas eu d'investissement depuis près de 10 ans. La situation était très difficile. Il a fallu convaincre l'actionnaire américain de VWR qu'il ne fallait absolument pas fermer ce site mais plutôt réinvestir. Ainsi, depuis 2002, le site a reçu d'énormes investissements, au total 17 M€. Il est reparti dans une bonne dynamique. Nous sommes très fiers en tant que français du résultat. Nous sommes considérés comme un site vitrine au sein du groupe.

Pouvez-vous détailler ces investissements ?

D.W. : Nous avons beaucoup investi en automatisation des machines. En 2002, nous avons commencé par un investissement de 5,3 M€ pour la logistique. Puis, entre 2007 et 2008, 4,1 M€ ont été consacrés à la production des produits inflammables et à la sécurité. Entre 2013 et 2014, nous avons procédé à plusieurs extensions de la production et du magasin pour des montants d'environ 1 M€. La dernière extension en 2015 a concerné la production toujours avec un montant de 3,9 M€. Les travaux démarrent cet été. Nous sommes en cours de planification de futurs investissements. Près de la moitié de ces investissements concerne la sécurité et le réglementaire. Ainsi, dans le Loiret, nous sommes plutôt montrés comme un site pilote par les autorités.



© VWR

Daniel Weizmann, p-dg de VWR France, vice-président Europe du Sud de VWR et président de l'UIC Île-de-France.



considérés du groupe »

Quelle est aujourd'hui l'activité sur le site de Briare ?

D.W. : La production a plus que doublé pour passer de 1,12 millions d'unités en 2004 à 2,7 millions d'unités en 2015. Et cette année, nous dépasserons les 3 millions d'unités. Il s'agit d'un centre de distribution et de conditionnement de produits chimiques. Nous avons également procédé à des embauches. Nos effectifs ont augmenté de 113 employés en 2013 à 142 personnes en 2015. L'activité concerne le conditionnement de réactifs liquides (solvants, acides...) dans des packaging allant d'un demi-litre à 1 000 l. Nous travaillons avec des flacons verre ou en polyéthylène. Nous disposons d'un catalogue d'environ 1 200 molécules. C'est exponentiel. Cela varie au gré des molécules utilisées par nos clients.

VWR FRANCE EN CHIFFRES

- 550 collaborateurs
- 5 implantations : siège à Fontenay-sous-Bois, usine à Briare-le-Canal, et trois bureaux à Pessac (33), Strasbourg (67) et Seclin (59).
- 247,89 M€ de chiffre d'affaires en 2015
- 2,73 M unités de produits chimiques fabriquées en 2015
- 23 000 clients
- 887 fournisseurs

Quels sont les marchés servis par le site français ?

D.W. : Nous avons beaucoup développé l'export. Il y a 10 ans, 70 % de la production était distribuée sur le marché français et l'export concernait la Belgique et le Royaume-Uni. Aujourd'hui, la France ne représente plus que 30 % du chiffre d'affaires. Nous n'avons pas réduit les volumes en France, mais nous exportons dans de nombreux pays. La majorité de la production s'écoule en Europe, mais nous allons également vers les États-Unis, l'Inde, l'Australie, la Chine...

Avec un tel portefeuille, comment avez-vous abordé le règlement Reach ?

D.W. : Nous avons pris la décision d'enregistrer toutes les molécules que nous sommes capables de produire. Cela a représenté 150 000 dossiers.

Quelles évolutions constatez-vous sur le marché des produits chimiques pour le laboratoire ?

D.W. : Nous ne sommes pas des fabricants de produits chimiques mais des conditionneurs. Nous voyons l'essor d'une demande de « sur-mesure ». Nos clients demandent de plus en plus de produits à façon. C'est sur ce type de services que reposera la vraie approche de différenciation de demain. Nous nous adresserons aussi aux fabricants de chimie verte et nous gérerons le conditionnement pour des produits pour le laboratoire.

Le groupe VWR a également entamé depuis quelques années une stratégie de croissance externe avec trois objectifs. Le premier concerne l'expansion géographique. Quelle est la couverture internationale de VWR ?

D.W. : Depuis 2007, le groupe a procédé à de nombreuses acquisitions pour un montant total de 650 M\$. Plusieurs objectifs ont été suivis. Il y a d'abord les opérations pour entrer sur un territoire ou renforcer notre présence. Il s'agit notamment des acquisitions de Bie & Berntsen au Danemark en 2007, Labart en Pologne en 2010 et Prolab Laboratuar Teknolojileri en Turquie en 2013. Au total, on dénombre une quinzaine d'opérations de croissance externe dans cet axe stratégique. Aujourd'hui, nous avons des filiales dans 35 pays et nous exportons dans 134 pays. Notre chiffre d'affaires est réalisé à 55 % aux États-Unis, 40 % en Europe et Asie-Pacifique, 4 % aux Canada, et enfin 1 % aux Amériques (centrale et du Sud). La France est la 3^e filiale derrière les États-Unis et l'Allemagne.

Le deuxième objectif de votre stratégie de croissance concerne le portefeuille de produits. Quelles sont les évolutions ?

●●● **D.W.** : D'autres opérations visent à renforcer notre offre « produits ». C'est le cas de Labonord en France et sa filiale Switch en Belgique, acquis en 2012. Et plus récemment, de Hichrom au Royaume-Uni, en avril 2015. VWR possède le plus large choix de produits au monde. Nous comptons 1,5 million de références et plus de 4 000 fournisseurs. Nous sommes un distributeur avec une offre incomparable, des partenariats avec tous les grands producteurs du marché... Il faut savoir que 76 % de notre portefeuille est constitué de produits que nous revendons. 15 % sont des produits de marque VWR. Cela concerne notamment la chimie. Nous sommes une société très orientée vers les consommables. Ils représentent 45 % de notre portefeuille. Viennent ensuite les réactifs chimiques, qui comptent pour 28 % de notre chiffre d'affaires. Nous avons également des équipements et instrumentation (18 %), puis des services (4%).

VWR a également entamé une diversification de ses activités. Pouvez-vous détailler cette stratégie ?

D.W. : Enfin, depuis 2011, VWR a orienté ses acquisitions vers l'univers de la production, avec une douzaine d'opérations dans ce sens. Une stratégie qui s'est intensifiée depuis avril 2012 avec le rachat de Basan. Rien qu'en ce début d'année 2016, nous avons acquis Therapak aux États-Unis, et sa filiale au Royaume-Uni, en janvier, puis JM Separations au Pays-Bas. Enfin, début juillet, c'est PAW BioScience Products qui est passé dans le giron de VWR.

Historiquement, VWR est connu pour son activité pour le laboratoire. Pourquoi ce virage vers la production ?

UNE ACQUISITION AUTOUR DE LA BIOPRODUCTION

Dernière opération de croissance externe en date pour VWR : l'acquisition de PAW BioScience Products. Annoncée début juillet 2016, l'opération permet à VWR de renforcer son offre pour les bioprocédés. Le groupe américain s'empare ainsi d'un fabricant et distributeur de produits de traitement des fluides pour les industries de biotechnologies, de biopharmacie et de diagnostics. Créé en 2000, PAW BioScience est notamment spécialisé dans les connecteurs et composants

à usage unique et la distribution de produits pour la culture de cellules et la purification. VWR ajoute ainsi une nouvelle corde à son arc. Le groupe qui revendique 160 ans d'expertise, a pris une première fois le nom de VWR dans les années 60. Il est notamment à l'origine de la création du distributeur Univar. Passé dans le giron de l'Allemand Merck, il reprend sa liberté en 2004, avec le soutien de fonds d'investissement qui se succèdent jusqu'en 2014, année de l'introduction en Bourse.



© VWR

Le site de Briare a vu sa production plus que doubler.

D.W. : Nous évoluons sur un marché où il existe deux acteurs mondiaux dans la distribution pour le laboratoire {ndlr, VWR et Thermo Fisher Scientific}. Tous nos autres concurrents sont locaux et spécialistes. Sur un marché potentiel de 51 Mrds \$, nous réalisons un chiffre d'affaires de 4,3 Mrds \$. Par exemple, en France, nous représentons 50 % de part de marché des réactifs chimiques de laboratoire. Nous avons d'abord développé notre gamme de produits pour le laboratoire, puis nous avons ajouté le service. Aujourd'hui, nous pouvons aller jusqu'à vendre et installer des laboratoires complets pour lesquels nous sommes maître d'œuvre. Une des stratégies depuis 10 ans a été d'entrer dans la production. En effet, nous étions présents dans les laboratoires de recherche, puis un premier mouvement a été lié à l'avènement du contrôle dans l'industrie. Nous sommes ainsi entrés sur les sites de production par les laboratoires de contrôle, il y a plus de 20 ans. Nous sommes ensuite passés aux environnements contrôlés via des acquisitions. Dans un premier temps, cela a concerné les équipements de protection individuelle. Et maintenant, nous entrons sur les bioprocess.

Dans la production, nous avons une croissance à deux chiffres depuis 7 à 8 ans. Notre positionnement correspond au fonctionnement des acheteurs des grands groupes qui recherchent une offre intégrée.

VWR fournit des produits et équipements scientifiques pour le laboratoire.



© VWR

Un des piliers de votre stratégie de développement repose sur les services. De quels types sont-ils ?

D.W. : Le 3^e pilier de notre profession de foi est l'adjonction de services. Il est extrêmement important. Nous avons développé une gamme de services pour personnaliser notre offre, répondre aux demandes spécifiques et aussi fidéliser nos clients. Elle passe par les services associés à nos produits, comme la customisation des réactifs, mais aussi par le site Internet. Nous investissons énormément dans ce domaine. Nous avons une collection d'applications pour tablette et smartphone. Notre boutique en ligne comprend des documents techniques et réglementaires. Notre catalogue électronique recense 2,4 millions de références. Nous avons également des outils d'intégration de gestion de stocks. En interne, nous avons également mis en place une plateforme d'e-learning. En France, nous avons créé un poste de directeur du digital car cela devient un véritable canal de ventes. Cette année, nous devrions dépasser le demi-million d'utilisateurs de notre site au niveau mondial. •