



Des pièces de tôlerie via Internet

Laserhub est une startup allemande fondée en 2017 permettant aux industriels de passer directement des commandes à une sélection de prestataires certifiés qui produiront sur demande les pièces requises.

Ce nouveau service de gestion numérique du traitement de la tôle, déjà présent en Allemagne et en Autriche, est aujourd'hui disponible sur le marché français.

L'occasion de poser quelques questions à Adrian Raidt, Directeur général opérationnel de l'entreprise.

Tôlerie Magazine : Comment avez-vous eu l'idée de créer ce service ?

Adrian Raidt : J'ai travaillé durant neuf ans pour Trumpf au sein de plusieurs départements, ce qui m'a permis de voir évoluer les machines de découpe laser jusqu'à des niveaux de performances considérables, mais de rester frustré par des durées d'utilisation effectives avec le faisceau actif de ces machines, relativement faibles. Il y a deux raisons à ce constat. La première est aujourd'hui assez bien prise en considération par les grands constructeurs et concerne l'environnement de la machine qui s'automatise de plus en plus afin de minimiser les temps d'arrêts. Quant à la seconde cause identifiée, c'est un problème de connexion entre le client et le producteur qui n'a pas évolué depuis plus de trente ans. En effet, le producteur reçoit des demandes de prix, non structurées, émanant de plusieurs clients auxquels il doit répondre et qui, pour certaines, se mueront en commande. De même pour l'acheteur qui doit traiter les offres non structurées qu'il reçoit et sélectionner un fournisseur à qui il confiera le travail. C'est un processus très chronophage, tout particulièrement pour l'entreprise qui réalise les pièces et ne peut généralement pas compter récupérer plus de

15% des offres auxquelles elle répond sous forme de commande.

TM : En quoi votre intervention modifie-t-elle cette relation client/fournisseur ?

AR : Notre objectif est de créer un lien entre les prestataires et leurs clients, et nous travaillons tous les jours à le rendre le plus efficace possible. Nous ne nous positionnons pas comme un simple « broker » qui se bornerait à mettre les deux parties en présence sans rien faire de plus. Nous cherchons à alléger le travail de l'acheteur en le déchargeant de la tâche d'analyse des offres qu'il a d'ordinaire à traiter. Tournant le dos à cette approche, notre plateforme se place comme partenaire contractuel du client, en prenant à notre charge les risques relatifs à la qualité de la prestation de production des pièces et à la logistique de livraison. A ce titre nous sélectionnons des partenaires que nous auditons et que nous classifions en fonction de leurs parcs machines et de leurs aptitudes d'usinages et de compétences spécifiques. Concrètement, le service fonctionne de la manière suivante : nous avons tout d'abord voulu faciliter le travail de l'acheteur en lui offrant une chaîne numérique complète. Ainsi peut-il nous transmettre les

définitions numériques des pièces qu'il souhaite faire réaliser directement sur la plateforme. Nous procédons ensuite à leur analyse de faisabilité et à leur chiffrage, ce qui lui permet de commander en quelques minutes les articles dont il a besoin. Pour chaque commande passée, nous recherchons au sein de la base de partenaires que nous avons constituée, le prestataire le plus apte à exécuter la commande. Nous utilisons pour cela des critères de compétence et de qualité, mais également de proximité et de disponibilité de stock, afin de proposer la meilleure équation technico-économique possible. Autre aspect important, induit par la numérisation des échanges, le donneur d'ordres a la possibilité de récupérer les offres que nous lui proposons directement, dans son système d'information centralisé. Ainsi, la saisie de la commande au sein de l'ERP qui lui demande normalement 15 minutes, sera effectuée en moins de 2 minutes.

TM : Quel sont les modes de rémunération que vous utilisez pour ce service ?

AR : Pour chaque offre, nous calculons deux prix. Le premier correspond à celui que nous facturons au client

pour la fourniture de ses pièces rendues sur place dans son usine. Pour calculer le prix que nous offrons pour la réalisation des pièces, nous enlevons notre marge à ce premier prix. C'est ce prix cible que nous proposons au producteur que nous avons choisi. Il faut bien comprendre que nous ne procédons pas à la mise en concurrence de plusieurs partenaires. Nous proposons la réalisation de la commande au prix cible que nous avons calculé de manière automatique à un premier fournisseur, et seulement s'il décline l'offre, nous la soumettons à un autre qui nous semble en mesure de la produire. D'une certaine manière, nous endossons une partie du rôle de commercial en déterminant un prix qui satisfasse les deux parties.

TM : Vous venez d'ouvrir la plateforme à la France. Comment cela fonctionne-t-il et comment en imaginez-vous le développement ?

AR : Le service est en effet accessible en France depuis le mois de septembre et nous avons dès le début enregistré plusieurs dizaines de commandes que nous faisons réaliser pour l'instant par nos partenaires basés en Allemagne. En effet, comme lors de notre implantation en Autriche, qui a été notre première extension de marché à l'export, nous travaillons par étapes. Ainsi, si la tendance se confirme et que les volumes se développent, nous prévoyons de faire comme en Autriche, à savoir renforcer notre panel de partenaires avec des acteurs de proximité, car il est important d'optimiser les coûts de transport et la réactivité de notre réponse. L'avantage de cette approche est de nous permettre d'offrir, dès le début, la totalité du spectre de notre offre allant de quelques centièmes d'épaisseur à des pièces en tôle très épaisses, que ce soit pour de la découpe ou du pliage avec des opérations de finition comme l'ébavurage ou le brossage, sans oublier la peinture poudre et des opérations complémentaires de perçage, taraudage, la pose

d'inserts et de goujons filetés. Ainsi pourrions-nous par la suite développer un réseau de partenaires adapté à la demande réelle du marché que nous ciblons.

TM : Ne craignez-vous pas d'être perçu comme un Uber ou un Booking par le tissu industriel sur lequel vous souhaitez vous appuyer ?

AR : Notre but à terme est de révolutionner la relation acheteur/commercial en faisant gagner du temps aux deux, et parvenir à créer ce lien qui va s'automatiser petit à petit

de leur politique d'achat. Notre plateforme leur sert à libérer du temps pour mieux se concentrer sur cette activité.

Autre argument qui va dans le même sens, les acheteurs ne veulent pas dépendre d'une seule source d'approvisionnement et seront donc les premiers à ne pas nous placer en situation de position dominante. Ce premier point, qui concerne principalement les grandes entreprises, est renforcé par un second plus général. En effet, un entrepreneur qui, au fil des années, a développé une relation avec un fournisseur local, se trouve



Les trois fondateurs de Laserhub créé en juillet 2017 : de gauche à droite, Adrian Raidt, Christoph Rübner et Jonas Schweizer.

dans le cadre de l'Industrie du Futur. De ce fait, la question est légitime, mais pour autant je ne pense pas que l'on puisse réellement craindre pareille situation dans le domaine de la tôlerie, et je vois plusieurs raisons à cela. Pour commencer, nous travaillons depuis près de deux ans avec de grands groupes en Allemagne qui utilisent la plateforme pour les 20% de commandes qui ne rentrent pas dans le cadre de leurs activités planifiables (pièces détachées, maintenance, prototypes...). Les 80% restants passent par le circuit classique d'achats directs et continueront à être le fer de lance

dans un type de relation où il n'y a pas de coûts réellement liés à la transaction. Dans un tel cas, ces acteurs ont appris à travailler ensemble et notre plateforme n'a pas réellement la possibilité d'apporter une valeur à cette relation. Par contre, nous pourrions faire bénéficier ce fournisseur local de l'outil de calcul que nous avons développé, sans pour autant que toutes les commandes n'arrivent sur notre plateforme. Le marché européen de la tôlerie représente autour de 20 milliards d'euros en Europe et, même si ça me plairait, je ne crois pas à leur centralisation sur Laserhub ! ■