

# STRATÉGIE Concepteur, assembleur et importateur

**Apparu sur le marché professionnel du pesage il y a plus de quinze ans avec une gamme très courte, Timber répond aujourd'hui à l'ensemble des besoins, ajoutant à ses fabrications propres une large gamme de produits de négoce. Réactive et proche de sa clientèle, l'entreprise entend bien devenir incontournable sur son secteur et pratiquer un marketing efficace pour y parvenir.**



Frédéric Timbert qui codirige la société Timber avec son père François Timbert est plus spécialement en charge du marketing et du développement commercial.

François Timbert et son fils Frédéric, tous deux ingénieurs, créent en 1990 à Fontainebleau la société Timber spécialisée dans la conception et la fabrication d'instruments de pesage. Ne proposant au départ qu'un produit unique, un contrôleur de charge, Timber étendra son offre au cours de ses cinq premières années d'existence à une gamme de produits de pesage hydraulique conçus et assemblés dans ses ateliers et commercialisés auprès des utilisateurs professionnels finaux ainsi qu'à des constructeurs d'engins de maintenance. Destinés à équiper des engins de manutention mobiles (chariots élévateurs, transpalettes), ces instruments fonctionnent selon une technique de mesure de la pression d'huile dans les vérins. Timber, précurseur sur le secteur du pesage hydraulique, lancera au milieu des années 1990 le premier transpalette manuel peseur hydraulique, Transkil, qui générera des volumes de ventes élevés, en France comme à l'étranger.

A la même époque, et pour répondre à la demande de sa clientèle, Timber augmente son offre d'une gamme de produits de pesage fonctionnant selon la technique électronique des capteurs de force qui permet une plus grande précision que le pesage hydraulique. Le développement d'une gamme de produits de négoce n'empêche pas pour autant Timber de s'affirmer en tant que fabricant comme en témoigne son entrée en 1997 au COFIP - Comité Français des Industries du Pesage.



Trois produits extraits de l'offre faite par Timber en produits de pesage : une balance compteuse, un dynamomètre électronique pour environnements humides et poussiéreux et le transpalette peseur TL4, présentant une précision de pesage de 2 kg.

## Catalogues papier

2001 marque un tournant dans le développement de la société qui sort cette année-là son premier catalogue tarif papier sous le nom de Direct pesage. Tiré à 30000 exemplaires, ce document qui va permettre au chiffre d'affaires de Timber de faire un bond d'une trentaine de pour cent recense environ cent cinquante références produits que le fournisseur destine dès lors à trois types de clientèle : les utilisateurs finaux, les constructeurs d'engins de manutention et les distributeurs du secteur de la quincaillerie et de la fourniture industrielle. Aujourd'hui, cette dernière catégorie de clientèle représente quelque 150 à 200 clients qui activent régulièrement leur compte et génèrent environ une moitié du chiffre d'affaires de Timber qui s'est élevé en 2005 à 1,4 M€.

La seconde édition du catalogue tarif Direct pesage sortie en 2003 témoigne de l'élargissement régulier de l'offre du fournisseur. Sur une centaine de pages, quelque 800 références couvrant l'ensemble des besoins en matière de pesage y sont réparties dans les familles suivantes : une dizaine de catégories

différentes de balances, dessiccateurs, poids de contrôle, dynamomètres mécaniques, dynamomètres électroniques, pesage au sol, pesage véhicules, contrôle sur ligne de production, transpalettes peseurs et pesage embarqué. Tiré à 5 000 exemplaires, ce second catalogue Direct pesage était essentiellement destiné aux revendeurs des circuits de la distribution professionnelle.

## 1 500 références en ligne

Cette même année 2003, Timber crée le site internet Direct pesage qui inclut la présentation complète de toutes les gammes de produits commercialisées par l'entreprise, également proposée sur un cédérom. Média souple et réactif qui fait l'objet d'une remise à jour permanente effectuée par un collaborateur de Timber, le site se substitue alors totalement au catalogue papier qui ne connaît plus de nouvelle édition.

Trois ans plus tard, avoir misé sur le site internet s'avère un choix judicieux. En effet, premier site de pesage en France, [www.direct-pesage.net](http://www.direct-pesage.net) qui présente 1500 références produits en ligne enregistre quelque 17000 visites par mois. Aujourd'hui, les commandes passées en ligne représentent quelque 10% du chiffre d'affaires de Timber mais, au-delà de ce pourcentage, c'est plus d'un client de Timber sur deux qui a connu la société à travers son site internet. Pour les quincailliers et fournisseurs industriels qui sont nombreux à le fréquenter, ce site représente un excellent outil de travail qui leur permet, grâce à un accès personnalisé, d'obtenir la totalité des fiches produits à leur coordonnées et avec leurs prix sous format pdf. Prochainement, le téléchargement de mini-



Timber édite chaque mois « Le journal du pesage » à l'intention de ses revendeurs.

catalogues produits sera possible. Par la suite, c'est le téléchargement du catalogue complet des produits distribués par Timber qui sera réalisable.

## Largeur de gamme

Depuis l'année de la sortie de son premier catalogue, le chiffre d'affaires de Timber connaît une croissance de quelque 20 points par an. Ce développement s'explique par deux raisons majeures : la largeur de la gamme proposée et la réactivité dont fait preuve l'entreprise implantée à Esmans (77) depuis sept ans et qui compte aujourd'hui six collaborateurs.

En ce qui concerne l'offre produits, il faut préciser que la gamme développée par Timber, l'une des plus larges du marché proposée à un rapport qualité/prix intéressant, est composée pour partie d'une sélection de produits réalisée auprès d'une vingtaine de fournisseurs

européens faisant fabriquer leurs produits dans différents pays. Les propres fabrications de Timber ou celles de produits spécifiques que le fournisseur fait réaliser en sous-traitance selon ses propres cahiers des charges s'ajoutent à la gamme de négoce et génèrent quelque 10% du chiffre d'affaires de Timber.

## Une forte réactivité

Une équipe de trois personnes réceptionne les appels téléphoniques chaque jour de 8 h à 19 h et apporte une réponse rapide à toute demande faite à Timber. Les délais de livraison sont de l'ordre de cinq jours après le passage de la commande. Si celle-ci porte sur un produit de négoce, elle est envoyée via internet chez le fournisseur concerné qui conserve les stocks et qui réalisera lui-même l'expédition. En ce qui concerne le S.A.V, il est directement assuré par Timber sur son site d'Esmans ou sous-traité, en fonction des produits concernés.

La communication régulière que Timber entretient avec sa clientèle compte aussi parmi les raisons de son développement. Ainsi, un numéro indigo est à la disposition des clients pour toute demande. Pour renforcer les liens créés avec la distribution professionnelle, Timber édite depuis décembre 2005 à l'intention de son réseau de revendeurs le Journal du Pesage. Ce mensuel, un triptyque au format 21 x 29,7 élaboré au sein-même de l'entreprise, fourmille d'informations sur le pesage (historique, réglementations, présentations produits...) et informe les lecteurs des promotions en cours, accessibles par cet unique moyen.

## Etre incontournable

L'objectif de Timber est de poursuivre son développement sur le marché français du pesage estimé à 1 milliard d'euros, notamment en devenant la référence de son secteur sur le web. Pour cela, l'entreprise membre de la FEVAD (Fédération de la Vente à Distance) envisage la création prochaine d'un portail internet capable de fournir une réponse produit à quelque demande que ce soit concernant le pesage.



La page d'accueil du site internet [www.direct-pesage.net](http://www.direct-pesage.net) qui présente l'ensemble de la gamme de produits de pesage distribuée par Timber.