

EDI

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION IT

CHANNEL • VAR • ESN • MSP • INTÉGRATEURS • GROSSISTES

PORTRAIT P.21

Laurent Lhermitte, NFON

ENTREPRISE P.42

Naotic met l'informatique en boîte

BUSINESS P.30

- La crise redistribue **les cartes du channel**
- **GoMSP**, l'union au service des MSP
- **Fujitsu** transforme en se transformant
- **Lenovo** modernise l'espace collaboratif
- **D-Link** fait monter Nuclias en puissance

CŒUR DE MÉTIER P.52

ASI, quand service et humanisme vont de pair

ENTRETIEN P.58

Christophe Beaud, Peoplefone
« *Nous sommes en croissance
sur un marché décroissant* »

DOSSIER P.60

LA CYBERSÉCURITÉ NE CONNAÎT PAS LA CRISE

Téléchargez notre **application** gratuite

my
agenda





Naotic crée et assemble ses produits dans des locaux de 1 300 m² implantés à Orvault, près de Nantes.



NAOTIC MET L'INFORMATIQUE EN BOÎTE

Les « fondateurs » de Naotic ont dégagé une meilleure rentabilité dans leur activité de fabricant de mobilier connecté. Leur stratégie de vente indirecte a été la clé de cette performance économique.

Par Thierry Bienfait

Résilients face à l'adversité, **Sonia Beckelynck, Fabrice Belouin, Thomas Breton, Virginie Etienne et Christophe Grasser se sont battus pour arriver là où ils sont.** En 2006, Edu 4, leur employeur d'alors, connaît de graves difficultés financières. Au point que, six ans plus tard, il ne pourra éviter le dépôt de bilan, malgré plusieurs tentatives de relance. Les cinq salariés, eux, comprennent vite les erreurs stratégiques qui ont conduit à l'échec cette PME nantaise spécialisée dans la fabrication de matériel multimédia pédagogique (dont les laboratoires de langues). Tandis que les dirigeants d'Edu 4 jettent l'éponge, les « cinq mousquetaires » relèvent le gant. Ils s'associent, reprennent une partie des actifs d'Edu 4 à la barre du tribunal de commerce, et fondent Naotic en septembre 2012. Remettant en question le modèle économique et commercial de leur ex-employeur, ils tirent parti de leur expérience professionnelle, et d'un bon carnet d'adresses. Après avoir notamment recruté d'anciens collègues d'Edu 4,

prêts à apporter leur savoir-faire technique, les dirigeants et leur équipe déploient leur énergie à créer une gamme de produits destinés à adresser le marché des classes mobiles, et concurrencer des acteurs ancrés dans ce marché, comme l'allemand Atesum ou l'anglais Lapcabby. Leur affaire démarre sous de bons auspices. À l'époque, le ministère de l'Éducation nationale

s'attelle en effet à mettre en œuvre son Plan numérique à l'école, avec des millions d'euros de subventions à la clé, afin que les collectivités équipent les établissements scolaires en classes mobiles, notamment.

VENTES ADDITIONNELLES

Une aubaine pour la jeune pousse, car le plan veut apporter des opportunités d'affaires à ceux qui se prévaudront d'une fabrication sur le sol français. Pain béni pour Naotic dont les sous-traitants sont surtout implantés dans l'ouest. Afin de répondre aux commandes qui affluent, la quinzaine de collaborateurs de l'entreprise conçoit et développe une trentaine de références constituées de chariots connectés, mais aussi de casiers, d'armoires ou de valises pour le stockage et le transport de matériels informatiques, tels que laptops, tablettes, PDA, lunettes de réalité virtuelle, audioguides, etc. « Pour les partenaires, nos solutions présentent une opportunité de ventes additionnelles en matériel informatique et en services d'intégration, ou SAV », assure Virginie

DATES, CHIFFRES CLÉS

- 2012** Création de Naotic et ouverture de ses locaux à Bouguenais (Loire-Atlantique)
- 2013** Lancement de la gamme de chariots Naocart
- 2016** Lancement des gammes Tabicart et Tabicase, faites pour l'ultramobilité
- 2016** Lancement de la gamme de boîtiers de charge USB Tabipower
- 2018** C. A. de 4,9 M€
- 2018** Naotic installe son siège, son pôle R&D et son usine à Orvault (Loire-Atlantique)
- 2018** Lancement de la gamme Tabisafe, destinée à la gestion individuelle des appareils mobiles
- 2020** Le réseau de partenaires Naotic dépasse la barre des 1 000 comptes partenaires revendeurs

Etiemble, directrice commerciale.

De son côté, Naotic consent de lourds investissements en R&D afin d'enrichir son catalogue de produits – standard ou fabriqués à façon – incluant encore plus d'innovations, avec des dispositifs sophistiqués de sécurisation, d'accès WiFi, de rechargement électrique, de synchronisation ou transfert de données centralisé par prise USB et connexion réseau. Par ailleurs, forte d'une vision globale sur le long terme, Naotic comprend vite qu'elle doit se diversifier, au-delà du secteur de l'éducation, ou de celui des centres de formation.

LA RÉUSSITE EST PASSÉE PAR LE 100 % CHANNEL

La multiplication des appels entrants le convainc que le *corporate* regorge de potentiel. Ce marché devient donc son autre grande cible, pour laquelle le constructeur commercialise une offre adaptée aux flottes de matériels informatiques mobiles dans le retail, la santé, la culture ou l'industrie. « *Nous réalisons presque 20 % notre C. A. dans le corporate* », se félicite Virginie Etiemble. Reste que c'est avant tout au channel que Naotic doit sa réussite.

Tandis qu'Edu 4 fonctionnait en mode direct, la PME trace sa route avec un millier de partenaires chargés de commercialiser la totalité de ses solutions. De gros revendeurs comme CFI, Computacenter ou Quadria lui accordent leur confiance. « *La vraie clé de notre croissance, c'est de miser sur un réseau de revendeurs intégrateurs. Celui-ci s'avère déterminant dans notre projet et dans nos challenges* », analyse Christophe Grasser, directeur marketing. Mais cette marche en avant aux côtés du channel s'accompagne d'un soutien déterminé de la part de Naotic à l'égard de ses partenaires. « *Notre expérience chez Edu 4 qui pratiquait la vente directe, nous a dotés de solides compétences dans l'animation d'un réseau de commerciaux* », souligne Virginie Etiemble. Une aptitude dont Naotic fait profiter ses partenaires. Ils sont en effet accompagnés auprès de leurs clients, ou orientés vers des projets détectés par une veille sur les appels d'offres, et par du lobbying auprès des institutionnels (conseils régionaux, communautés



(De g. à dr.) Christophe Grasser, directeur marketing, Sonia Beckelynck, directrice de production, Virginie Etiemble, directrice commerciale, Fabrice Belouin, président.

« La distribution indirecte est notre fer de lance »



Le catalogue Naotic comprend une trentaine de références, allant des armoires de stockage aux boîtiers USB de rechargement, en passant par les chariots et les sacs de transport. Gage de qualité des solutions, leurs éléments techniques tels que les boîtiers de charge, sont certifiés EN 62368-1 et EN 60950-1.

L'AVIS DU PARTENAIRE QUADRIA

Destiné à combler le retard français dans l'équipement numérique des écoles, le Plan numérique pour l'éducation (PNE) est à l'origine du partenariat entre Quadria et Naotic. Le revendeur a profité de l'opération pour se lancer dans une activité d'intégrateur de classes mobiles (ces chariots permettant le stockage, le transport et le rechargement de notebooks ou de tablettes). « *Nous avons été convaincus que les produits Naotic étaient les meilleurs* », explique Philippe Goubert, directeur général de Quadria. Lequel évoque les efforts du fabricant pour concevoir des modèles correspondant parfaitement à un cahier

des charges PNE, très strict pour ces mobiliers. La collaboration avec Naotic porte ses fruits également par la qualité des relations humaines : « *Ils se montrent très réactifs pour répondre à nos demandes*. » Naotic satisfait aussi son partenaire par sa capacité à créer des solutions techniques innovantes qu'exige la clientèle, non seulement dans l'éducation mais aussi dans le *corporate*. « *Les configurations modulaires et l'électronique embarquée des produits Naotic sont faites pour répondre à tous les besoins des clients*, ajoute-t-il. Autre avantage, le SAV fournit rapidement les pièces et les correctifs pour que les intégrateurs dépannent sur site les solutions en production. »

de communes, rectorats, réseau Canopé, etc.) « *Nous avons gardé l'habitude du contact avec les clients utilisateurs pour mieux être à leur écoute, comprendre leurs besoins, et réagir à ces remontés du marché*. » Résultat de cette stratégie : en quelques années seulement, le fournisseur nantais s'est fait une place au soleil. Habitué à attendre une croissance annuelle de deux chiffres, il affichait près de 5 M€ de C. A. en 2017-2018. Néanmoins, le coronavirus a pesé sur son activité qui culmine tout de même à 3,8 M€ sur son dernier exercice fiscal. Ses managers ont malgré tout l'optimisme chevillé au corps. Prêt à renouer avec une croissance record quand arrivera l'ère post-Covid, le fournisseur accélère dans le développement de nouveautés. Il annonce le lancement de sa plateforme Aliacloud, pour la réservation d'appareils mobiles stockés dans des armoires sécurisées, permettant des inventaires automatisés de leur contenu, et une gestion d'alertes, ou encore pour la géolocalisation de contenants mobiles. ■