

# PARTENARIAT GAGNANT



**Pour dessiner sa musculature de champion, BHD peut compter sur ses savoir-faire historiques, sur l'innovation... et sur le Pacte PME. Bénéficiaire en 2011 d'un portage en Afrique par le groupe Total, l'ETI spécialiste du textile technique est aujourd'hui parrainée par Airbus dans le cadre du dispositif de renforcement créé par l'association. Dans la ligne de mire de BHD, un objectif de doublement de son chiffre d'affaires en cinq ans pour atteindre 100 millions d'euros en 2018.**

## UN PLAN DE CROISSANCE DÉCENNAL

« L'art de la réussite consiste à savoir s'entourer des meilleurs », affirmait John Fitzgerald Kennedy. BHD cultive méthodiquement cette sagesse du président américain... Et plus encore depuis que Benoît Le Gall, aujourd'hui directeur international et grands comptes, a découvert en 2011 l'existence de l'association Pacte PME. Nous avons déjà raconté ailleurs les bénéfices que RCY, filiale de BHD, leader du barrage anti-pollution, a tiré du patronage bienveillant du groupe Total au Gabon, puis au Congo (cf. *Partenariat gagnant RCY + Total*). Mais l'ETI de Nort-sur-Erdre et ses dirigeants ont l'intelligence industrielle d'écrire une suite à ces succès africains. « Pour comprendre notre nouvelle stratégie, il faut brièvement revenir sur l'histoire de BHD, explique Vincent Plessis, directeur général. Elle est indissolublement liée à celle de monsieur Blond, notre p-dg, qui avec sa famille a constitué le groupe au gré de rachats successifs. En 2012, à l'aube de la soixantaine, il a décidé de donner à BHD un essor irrépensible au cours des dix années qui viennent. J'ai donc été recruté à ce moment pour constituer avec Benoît une équipe dirigeante qui a pour mission d'étendre l'envergure du groupe »

La nouvelle stratégie, qui s'appuie autant sur la croissance organique que sur la croissance externe et surtout valorise l'augmentation de la rentabilité, comprend deux volets. « Elle est orientée, non pas sur la découverte de niches ou de savoir-faire, mais sur une démarche d'unification et de communication, poursuit Vincent Plessis. Nous sommes déjà positionnés sur tous les types d'activité, depuis les bâches de camion, notre activité historique, jusqu'à l'événementiel en passant par l'agriculture, la protection civile, la signalétique, etc. Il nous restait à articuler ces forces entre elles, y compris les nouvelles acquisitions qui doivent être intégrées au fur et à mesure, et à faire connaître notre capacité de réponse à tous les types de demande. » Second volet de cette stratégie conquérante : la rationalisation du processus d'innovation. « Nous recueillons les idées en provenance de deux sources : d'un côté nos collaborateurs, ouvriers et techniciens, qui inspirent plutôt des méthodes d'optimisation de la production ; de l'autre, les demandes de nos clients. » Jusqu'alors en effet, BHD leur proposait plutôt des produits sur catalogue. « Aujourd'hui, nous écoutons davantage leurs attentes, reprend Vincent Plessis. Nous avons mis en place un comité d'innovation qui sélectionne chaque année de deux à cinq projets que nous développons depuis l'étude jusqu'à l'industrialisation et la commercialisation. »

## PUISSANTS BOOSTERS

Pour faire avancer cette belle machine, armée pour faire du groupe un leader mondial, le groupe BHD a ajouté la dimension « relations grands comptes » à sa business unit consacrée à l'export et dirigée par Benoît Le Gall. « Voici encore un ou deux ans, BHD avec toutes ses filiales, était plus proche d'une fédération de PME que d'un groupe mû par des ambitions définies et hiérarchisées, rappelle-t-il. Le travail réalisé avec le groupe Total et le Pacte PME

Albert VARENNE

Médiateur des relations interentreprises et de la sous-traitance AIRBUS GROUP



« Premier signataire de la Charte de la médiation, Airbus Group (ex-EADS) a appliqué très rapidement les recommandations de la médiation inter-entreprise, en particulier la désignation d'un médiateur chargé de veiller au bon équilibre de la relation des PME avec le groupe. Nommé à ce poste en avril 2010, mon périmètre d'action s'est enrichi d'une dimension opérationnelle lorsque notre président Fabrice Brégier a pris la tête de l'association Pacte PME en 2011. Elle consiste notamment à participer aux groupes de travail de l'association pour bâtir, promouvoir et accompagner la mise en œuvre d'un référentiel de bonnes pratiques et de programmes de développement de PME clés.

Le dispositif "Renforcement" consiste, pour les grands comptes membres à parrainer des PME fournisseurs ou partenaires qui, grâce à cela, bénéficient d'un soutien mutualisé auprès de grands comptes ciblés dans le cadre de leur stratégie de développement, parmi près de 600 entreprises mobilisables. Une grille de décision, cooptée par les membres de l'association Pacte PME, permet de les sélectionner. Ces PME doivent être porteuses d'innovations aisément transposables d'un groupe aéronautique comme le nôtre à un électricien comme EDF ou à un leader de l'Oil & Gas comme Total. Leurs dirigeants doivent aussi souhaiter ce développement et se montrer ouverts aux actions d'alignement stratégique pour croître en même temps que leurs clients.

Le groupe BHD correspond trait pour trait à ce profil. Il s'agit déjà d'une ETI championne qui n'a pas de concurrent national. Notre contribution à son expansion n'intervient pas au détriment d'une autre entreprise française. L'éventail des applications des textiles techniques, dont beaucoup sont innovantes, est large, depuis la protection des matériaux en général, jusqu'aux éléments embarqués sur les avions, comme les protections de sondes Pitot. Elles peuvent même intéresser Airbus Helicopters ou être proposés dans des packages à des clients qui souhaiteraient disposer d'infrastructures facilement implantables pour des hangars de maintenance ou de stockage d'aéronefs. De plus, le groupe BHD affiche une forte volonté de croissance dans nos échanges, traduite également dans sa structuration en business units et l'existence d'interlocuteurs référents. À ce jour, nous avons mené une opération de communication et de partage autour de BHD, au sein du groupe et auprès de nos fournisseurs. Nous espérons qu'elle permettra à BHD de gagner de nouveaux clients. En se renforçant ainsi, BHD diminue pour nous le risque inhérent à la coopération avec des PME sur des projets à très long terme et peut ainsi devenir un de nos fournisseurs clés. »

avait mis en évidence qu'un grand nombre de nos entités avaient réussi à acquérir de la visibilité au sein de certains grands comptes. En croisant leurs listings clients, nous nous étions aperçus que tous les grands comptes y figuraient. Mais dans la mesure où ces informations ne circulaient pas, il était plus difficile de capitaliser commercialement sur ces expériences. Aujourd'hui, grâce à cette business unit, BHD peut s'adresser tous ces grands clients en leur parlant d'une seule voix. »

Et pour identifier à coup sûr les bonnes portes auxquelles frapper, Benoît Le Gall a souhaité profiter d'une autre initiative de l'association Pacte PME : le programme de renforcement. « C'est exactement l'accélérateur de croissance dont nous avons besoin pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés à moyen terme », commente-t-il. Grâce à ses bons offices, l'ETI est parrainée par Airbus, à la fois auprès des sister companies d'Airbus Group comme ACJC ou ATR, de certains grands comptes membres du Pacte PME comme la DGA, mais aussi des fournisseurs d'Airbus, comme Catherineau, leader français des aménagements d'intérieurs d'avion VIP.

Ces mises en relation sont particulièrement efficaces. « Nous venons tout juste de prendre attache avec la société Catherineau à laquelle nous pourrions proposer des prestations de sellerie de luxe, grâce à notre récent rachat de Sereniseat, enchaîne Benoît Le Gall. Par ailleurs nous avons déjà commencé à enregistrer, en région toulousaine, des commandes de la part de sous-traitants de rang 1 d'Airbus. Nous nous en réjouissons, car jusqu'à présent BHD, qui travaillait avec Airbus Nantes et Airbus Saint-Nazaire, manquait d'une clé d'entrée sur les autres sites. Grâce à ce parrainage, elle nous a été donnée par Albert Varenne, non seulement pour Toulouse, mais aussi sur l'intégralité d'Airbus Group. Cette ouverture nous a conduits aussi à signer un contrat de distribution mondiale de nos abris hélicoptères avec Airbus Helicopters »

## PORTEFEUILLE DE MARQUES

Vincent Plessis et Benoît Le Gall manifestent un même enthousiasme à l'énumération des bénéficiaires déjà tangibles de cette opération de renforcement et s'accordent à déclarer que « outre les contrats déjà signés, le dispositif en lui-même et, surtout, l'engagement d'un grand nom comme celui d'Airbus offrent des thèmes de communication, interne et externe, porteurs d'un sens très vertueux ». C'est tout d'abord un facteur d'homogénéisation de la culture d'entreprise. « Nos salariés sont fiers de travailler pour les plus grandes entreprises de ce monde, note Benoît Le Gall. Leur capacité d'innovation s'en trouve décuplée, parce qu'ils savent que le destin de leurs idées n'en sera que plus grand. C'est aussi vrai pour les opérations de croissance externe qui sont facilitées d'autant par ces belles références. Par exemple, lors du rachat de Sereniseat, son équipe dirigeante avait une conscience aiguë de pouvoir désormais entrer en contact avec de grands donneurs d'ordre auxquels ils n'avaient pas accès auparavant. Et c'est aussi vrai pour nos clients et prospects, rassurés par la diversification de notre groupe et le prestige des entreprises pour lesquelles nous travaillons, de LVMH à EDF. »

Cette bienveillance méritée d'un cénacle de grands comptes dope les ambitions et la créativité commerciale de BHD. « Actuellement nous établissons des accords inédits, prévoyant un développement de matériel, une dynamique d'amélioration continue et un éventuel partage des gains avec des clients comme le Stade de France ou Roland-Garros, conclut Benoît Le Gall. Et nous planifions la création de notre première filiale à l'étranger pour la fin de l'année. » Un plan de bataille qui démontre que l'industrie textile française peut toujours prendre la première place sur les podium à condition d'être conquérante et d'innover.

Le 26 mai 2014

## GRUPE BHD EN BREF

**Activité** Le groupe BHD développe et commercialise, à l'échelle internationale, des solutions textiles composites qui contribuent à la protection et à la sécurisation des hommes et des biens dans les secteurs suivants : transport, industrie, protection civile, environnement, agriculture, aéronautique, militaire, architecture textile, événementiel, sport, loisir et plein air. Il est aussi transformateur et distributeur de textiles et matières composites pour les métiers de la signalétique et de la publicité.

**Effectif** 387 collaborateurs.

**Création** 1974.

**Implantation** Nort-sur-Erdre (44).

**Export** 19 % du chiffre d'affaires.

**R&D** 6 % du chiffre d'affaires.

[www.bhd.fr](http://www.bhd.fr)



**Benoît LE GALL**  
Directeur international  
et grands comptes



**Vincent PLESSIS**  
Directeur général

