

Groupe O² Nextpool - Sokool

UNE FÉDÉRATION D'ENTREPRISES AU SERVICE DE LA PISCINE



2016 a été une année riche pour Nextpool puisque 2 marques ont rejoint le groupe : le fabricant de volets automatiques Hydra Système ainsi que le fabricant d'abris pour piscines Sokool. Courant janvier, nous avons rencontré Nicolas Osanno, directeur opérationnel, et Patrick Negro, directeur marketing et communication, afin de faire le point avec eux sur les récentes évolutions du groupe O² né du regroupement de Nextpool et SOKOOL.

Propos recueillis par Michel Dupenloup

LAP : QUELLES SONT LES ORIGINES DU GROUPE NEXTPOOL ?

Nicolas Osanno : L'histoire de Nextpool commence en 2004 avec l'intégration du fabricant de volets de sécurité Abriblue. La volonté du groupe, alors naissant, est d'intégrer des produits et des activités complémentaires dans l'univers de la piscine. C'est donc dans cette logique qu'intervient, tout d'abord, le rachat du fabricant de liners Albon suivi par celui d'Albigès, un acteur important du marché de la confection de tissus techniques et une référence en couvertures à barres et protections solaires. Intervient ensuite le rachat de Stérilor, une entreprise pionnière dans le domaine de l'électrolyse du sel, puis,

plus récemment, ceux d'Hydra Système, un fabricant de volets, et du fabricant d'abris pour piscines Sokool. Avec son portefeuille d'entreprises, Nextpool maîtrise ainsi l'ensemble des solutions de couvertures de piscines, volets et abris, intervient dans le traitement automatique des eaux de piscine et est un acteur de la fabrication d'étanchéités liner. Concernant l'avenir, nous sommes toujours attentifs à de nouvelles acquisitions possibles à condition, bien évidemment, qu'elles s'inscrivent dans le projet global qui est le nôtre.

QUELS SONT LES POINTS FORTS DE VOTRE ORGANISATION ?

Il y a tout d'abord l'ADN de Nextpool.

J'aime à dire que Nextpool n'est pas un groupe mais plutôt une fédération d'entreprises à la tête desquelles il y a des entrepreneurs, hommes et femmes, qui placent leurs clients au centre de leurs préoccupations. Bénéficiant d'une grande autonomie, chaque entité du groupe est à même d'adapter son organisation afin d'apporter une proximité maximum et un service optimum à ses clients. Concrètement, cela se traduit par beaucoup de flexibilité et une grande réactivité, 2 qualités qui « font la différence » dans un métier aussi saisonnier que celui de la piscine. Le rôle du groupe Nextpool, envers les entreprises qui le constituent, est de créer les conditions de leur succès en leur

NEXTPOOL EN QUELQUES CHIFFRES



2004
Année de
création



270
collaborateurs



Export
présent dans
56 pays



CA
prévisionnel 2017 :
supérieur à 60 M€



6
usines

« Des produits 100 % made in France »

apportant des moyens supplémentaires, qu'ils soient financiers, d'ordre organisationnel ou en R&D. Nos clients professionnels, quant à eux, apprécient de travailler avec des fournisseurs qui appartiennent à un groupe solide garantissant ainsi la pérennité et le respect de leurs engagements. Une autre de nos forces réside dans les entreprises elles-mêmes. Abridblue, Albon, Albigès, Hydra Système, SOKOOL, Stérilor et les autres sont toutes des entreprises qui existent sur le marché depuis 20 ou 30 ans, voire même plus pour certaines. Cela signifie qu'elles bénéficient d'une forte notoriété, d'une longue expérience, et sont ainsi à même de répondre encore mieux aux attentes de leurs partenaires et aux évolutions du marché.

COMMENT ÊTES-VOUS ORGANISÉS SUR LE TERRAIN ?

Nous avons déployé 3 forces de vente organisées de la façon suivante :

- une équipe de vente dédiée à la protection solaire composée de 5 collaborateurs. Ces commerciaux ont en charge la visite de storistes, d'aluminiers et de magasins de décoration pour développer nos activités stores, pergolas, voiles d'ombrage et des produits de confection dits « techniques ». Ils assurent également la représentation d'Easy Sail, un voile d'ombrage que nous commercialisons depuis près de 2 ans ;
- une force de vente B-to-C abris, riche de 15 commerciaux qui gèrent 4 canaux de vente :

⇒ les apporteurs d'affaires tels que les pisciniers qui nous mettent en relation avec leurs clients.

C'est une collaboration qui nous est chère et que nous souhaitons développer encore plus,

- ⇒ nos 13 agences d'exposition réparties sur l'ensemble du territoire,
- ⇒ les 60 foires expositions auxquelles nous participons chaque année,
- ⇒ les demandes de prospects qui transitent par notre site Internet ;

• la force de vente Nextpool, France et export, constituée de 20 personnes. Sa mission est d'accompagner les clients professionnels aussi bien commercialement que techniquement pour l'ensemble des produits qui composent le catalogue Nextpool. Elle a également en charge, point important, la formation de ses clients.

L'ensemble de ces forces de vente est renforcé par 3 équipes sédentaires expérimentées, des cellules d'accompagnement des ventes, capables de répondre aux demandes de devis, d'apporter des réponses techniques, de valider des délais et d'intervenir sur la logistique. Ces équipes sédentaires sont, en pratique, les interfaces efficaces de nos usines. L'ensemble de cette organisation nous permet de servir un total de 5 000 clients, dont 2 600 clients piscine, et d'entretenir avec eux une relation de proximité très efficace.

« Une relation de proximité avec les professionnels »

DES NOUVEAUTÉS POUR 2017 ?

Parmi les nouveautés, je citerai tout d'abord l'apparition du Label

d'excellence Hydra Système qui a pour vocation de rassembler 10 équipements d'exception figurant à notre catalogue. Ces équipements, issus de l'ensemble des marques du groupe, répondent aux cahiers des charges les plus exigeants et permettent aux professionnels de se distinguer en proposant des produits alliant confort, simplicité d'utilisation, résistance et fiabilité. Une offre qui sera appréciée par les clients qui recherchent des solutions exclusives de qualité supérieure. Au catalogue 2017 et bénéficiant du label Hydra Système, vous trouverez :

- les liners à très haute performance Premium qui bénéficient de 12 ans de garantie dont 6 ans pleins ;
- l'électrolyseur Steriphox 2 régulé par ampérométrie ;
- la couverture immergée avec moteur axial Immeo, bénéficiant d'une motorisation garantie 7 ans et de la garantie Non'Co ;
- la couverture immergée Diver, avec mécanique en fond de bassin et pouvant recevoir 2 motorisations : axiale ou en coffre sec ;
- le volet hors d'eau autonome, mobile et motorisé Odyssée ;
- la couverture escamotable Agora ;
- Deepso, un volet hors d'eau escamotable. En position ouverte, il est intégré sous sa plage donc totalement invisible ;
- la couverture à barres Easy Top ;
- la couverture filtrante Grille Extrem, garantie 5 ans ;
- Skin Extrem, une couverture d'hivernage de sécurité également garantie 5 ans.



Autre nouveauté, No Stress, un assistant connecté contre les risques de noyade. Commercialisé en vente directe sur le web dès 2016, avec pour objectif de le tester, il vient d'intégrer notre catalogue après avoir fait ses preuves. Connecté à un smartphone ou à son Phare, cet équipement, en collier ou en bracelet, détecte différents dangers : immersion, éloignement, exposition UV, etc. Il témoigne de la volonté d'innovation qui caractérise Nextpool.

ET L'EXPORT ?

Nous fabriquons l'ensemble de notre production dans nos 6 usines françaises et nos ventes à l'export progressent chaque année d'environ 20 %. Nous avons adapté notre organisation à nos ambitions internationales : notre catalogue est ainsi disponible en 5 langues et notre équipe export est constituée de 5 commerciaux, 4 terrains et 1 sédentaire, qui parlent couramment pas moins de 7 langues. Nous réalisons ainsi entre 15 % et 20 % de notre CA à l'international et vendons dans 56 pays. L'Allemagne, l'Espagne et la Belgique figurent parmi les pays où nous enregistrons nos plus fortes progressions.

UN MOT SUR LA SAISON 2016...

La saison 2016 a été une excellente saison puisque nous affichons sur la période une croissance à 2 chiffres. Les 2 marques qui ont intégré Nextpool l'année dernière, Sokool et Hydra Système, et qui ont vécu de ce fait une période transitoire, affichent elles aussi une croissance significative. Pour 2017, nous ambitionnons également une croissance à 2 chiffres en périmètre constant pour l'ensemble du groupe. Cette progression sera portée par l'arrivée de nouveaux produits qui conforteront notre position sur le marché en apportant de réelles innovations et par la réorganisation de certaines entreprises du groupe afin de les rendre encore plus performantes. C'est le cas par exemple du fabricant d'abris Sokool dont la réorganisation effectuée en 2016 doit permettre une croissance proche de 20 % en 2017. Notre croissance sera également portée par la typologie de notre portefeuille de produits qui s'adresse aussi bien au marché de la construction qu'à celui, toujours plus prometteur, de la rénovation. À l'horizon 2020, nous avons pour objectif 100 millions de chiffre d'affaires.



4



5



6



7



8

1. Nicolas Osanno, Directeur Opérationnel Groupe O² et Patrick Negro, responsable marketing et communication
2. L'équipe commerciale Nextpool sur son stand lors du salon de Lyon
3. Le fabricant d'abris Sokool a rejoint le groupe au début de l'année 2016
4. Le site Albigès à Millau spécialisé dans la fabrication de couvertures à barres et de protections solaires
5. Couverture à barres Easy Top
6. Couverture immergée Imméo
7. Liner anthracite
8. Au catalogue 2017 No Stress, un assistant connecté contre les risques de noyade