



Communiqué de presse du 6 novembre 2012

Le conseil d'administration, à l'unanimité, a approuvé le nouveau plan stratégique proposé par Paul Baeck, fruit d'une analyse approfondie au cours des cinq derniers mois et d'un travail fait en étroite collaboration avec le management.

Le nouveau plan stratégique portera sur la période 2013-2017

PROGRAMME KAFFA 2017.

Il couvrira principalement la stratégie commerciale, le modèle de distribution, l'implantation géographique et l'organisation commerciale, opérationnelle et administrative. La mise en place du plan se fait au travers d'une présentation aux équipes internes et d'une gestion suivant un modèle participatif.

Les objectifs principaux sont le repositionnement de Fountain dans le marché du service aux entreprises, le développement des activités, et la croissance du chiffre d'affaires, avec un objectif de plus de 50% à l'horizon 2017. Ce plan demandera un investissement important sur les 2 prochaines années, ce qui impactera négativement l'EBITDA. L'investissement se fera principalement au niveau du renforcement des équipes de vente, ainsi que sur les coûts commerciaux liés à la croissance de la base clients.

Dès 2015, l'EBITDA retrouvera un niveau de croissance important et repassera la barre des 20% du chiffre d'affaires. Durant cette période, Fountain poursuivra sa politique de désendettement démarrée en 2008, ce qui permettra de disposer de capacités d'investissements importants pour le cas où une opportunité de rachat se présenterait sur le marché. L'entreprise n'envisage pas de modifier la politique suivie en matière de distribution de dividendes.

La stratégie commerciale

Afin de relancer la croissance, une nouvelle approche commerciale, basée sur une étude approfondie du marché et des attentes de nos clients ainsi que des prospects, sera finalisée dans les prochains mois. Cette approche intégrera principalement la différenciation, la qualité du service et l'écoute du client. Afin de relancer le développement de notre portefeuille client, nous allons engager une vingtaine de commerciaux sur les 2 prochaines années, ceux-ci seront principalement actifs sur les entreprises de plus de 50 employés, ce qui n'était pas notre cœur de cible jusqu'à présent.

Pour cela, nous avons également décidé de poursuivre le développement de la distribution automatique au sein de notre gamme

Le modèle de distribution

Nous allons poursuivre le développement de la télévente, et avons pris la décision d'investir sur un nouveau web store afin de développer la vente sur internet. Ces 2 canaux seront soutenus par un regroupement des différentes plateformes logistiques dans le nord de la France, permettant la livraison en 24 heures vers nos clients français, belges et hollandais. Le modèle de vendeur produit tel que nous le connaissons aujourd'hui évoluera vers un service haut de gamme intégrant un ensemble de nouveaux services tels que la mise à disposition de solutions boissons complètes, mais également le nettoyage et l'entretien préventif des machines. Il permettra également de soutenir le développement du concept de distribution automatique qui a pris de l'ampleur avec le rachat de 2 sociétés dans la région de Lyon en 2011.

La distribution automatique consiste à mettre à disposition d'entreprises ou de collectivités des distributeurs de boissons, entretenus et réassortis par nos équipes.

L'implantation géographique.

La France et la Belgique restent les pays prioritaires en matière de développement de nos activités.

Les activités aux Pays-Bas seront reprises par l'organisation belge créant de fait une structure Benelux. Cela permettra de réaliser des économies d'échelles, mais surtout de faire bénéficier nos distributeurs indépendants hollandais d'une organisation plus dynamique et d'une offre plus complète. Quand au Danemark, nous y poursuivons nos activités tout en lançant une étude de marché qui devrait nous permettre de prendre une décision sur la stratégie future dans le courant de l'année prochaine.

L'organisation commerciale, opérationnelle et administrative.

Après plusieurs années de stagnation, la transformation du modèle opérationnel sera l'élément clef pour relever le défi de la croissance.

Les différentes filiales françaises seront regroupées au sein d'une entité unique, cela améliorera la cohésion du groupe, le degré d'appartenance et facilitera une approche commerciale nationale ainsi qu'une gestion financière et administrative optimisées.

Nous allons créer une organisation commerciale nationale sur la France sous la responsabilité d'un directeur commercial, organisée par régions, leurs objectifs principaux seront l'amélioration de la relation clients et la recherche de nouveaux clients ; Ils seront supportés par un réseau d'agences locales regroupant les activités de support technique, de réassort produits et de l'administration des ventes. Cette organisation, plus proche du client, doit nous permettre d'améliorer la qualité de notre service. Les services généraux seront regroupés par pôle de compétences, comme par exemple, la télévente.

Le Benelux sera organisé sur le même modèle que la France.

Le marketing, les achats, la logistique, l'informatique et le contrôle de gestion restent logés au niveau du groupe.

Le comité de direction est convaincu que l'ensemble de ces mesures doivent permettre à Fountain de retrouver une dynamique permettant un renforcement de sa position sur le marché et d'atteindre des objectifs financiers ambitieux mais néanmoins réalistes.

Renseignements

Paul Baeck – Chief Executive Officer

(paul.baeck@fountain.eu – tél +32 2 389 08 01 +32 497 487 081)

Eric Dienst - Chief Financial Officer

(eric.dienst.@fountain.eu – tél +32 2 389 08 11 ou +32 475 795 722).

<http://www.fountain.eu>