

# Décathlon Benelux réalise 20% d'économies sur ses coûts d'impression

**LE CLIENT** Décathlon

**SECTEUR** Commerce de détail

**CATÉGORIE DE COÛTS** Impression

## LE CLIENT

Créée en France en 1976 et enseigne historique du groupe OXYLANE, Décathlon fabrique et distribue des articles de sport sous marques propres et marques internationales. Le groupe emploie 46 000 personnes dans le monde et a réalisé un chiffre d'affaires de 5,44 milliards d'euros en 2010. Au Benelux, c'est près de 1 500 employés, 13 magasins Décathlon, un centre logistique, et des projets concrets d'expansion en 2011.

## LE PROJET

Décathlon Benelux est une entreprise relativement jeune qui n'a connu que des années de croissance, mais elle n'en était pas moins consciente des bénéfices qu'elle pourrait tirer d'un programme de maîtrise des coûts. C'est pourquoi, Pieter Van Dyck, Directeur Financier, a confié à Johan Van Delm, gestionnaire du projet chez Expense Reduction Analysts, l'analyse et l'optimisation de ses coûts d'impression.

Le budget annuel d'impression de Décathlon Benelux s'élevait à 1,3 million d'euros, dont une grande partie dédiée aux 2 millions de toutes-boîtes promotionnels mensuels. Toute la coordination, de la conception graphique à la distribution, en passant par l'impression proprement dite, était confiée à une agence. Décathlon Benelux avait très peu de contact avec l'imprimeur mais était très satisfait de la qualité et du niveau de service rendu.

Expense Reduction Analysts a proposé à Décathlon Benelux de changer leur stratégie d'achats, en passant d'une agence unique à un nombre restreint de partenaires spécialisés par domaine de compétences et capables de répondre aux besoins et aux attentes de Décathlon. L'agence a conservé la conception graphique. Afin de trouver l'imprimeur le plus adapté, Expense Reduction Analysts a lancé un appel d'offres auprès de quatre prestataires basés au Benelux (dont le fournisseur historique).

Pour garantir le succès du projet, il a été nécessaire de rassurer la direction marketing de Décathlon Benelux sur le fait qu'un éventuel changement de fournisseur n'aurait d'impact ni sur la qualité ni sur la continuité du service, et n'entraînerait pas non plus de surcroît de travail pour l'équipe marketing. Aussi, Expense Reduction Analysts a organisé des visites sur les sites des deux imprimeurs recommandés. Les présentations des divers intervenants qui seraient en charge du compte Décathlon (de la prise des commandes à leur exécution) ont permis à chacun de se sentir pleinement



“

« Les résultats financiers ont dépassé nos attentes, avec des niveaux de qualité et de service au moins aussi bons qu'auparavant. »

ILYA CHARDOME, DIRECTEUR MARKETING, DÉCATHLON BENELUX

impliqué et de clarifier les livrables pour toutes les parties prenantes. Grâce à cet appel d'offres, Décathlon Benelux a diminué ses coûts d'impression de 20 % et décidé de réinvestir une partie de ces économies dans de nouvelles actions promotionnelles.

Ilya Chardome, Directeur Marketing : « Lors de nos premières réunions de briefing avec Expense Reduction Analysts, nous avons accepté la remise en question de notre mode de fonctionnement, même si cela nous amenait à modifier notre panel fournisseurs. La transparence et la rapidité de la méthodologie d'Expense Reduction Analysts nous ont rassurés et permis d'avoir davantage confiance dans les solutions alternatives identifiées. De plus, les résultats financiers ont dépassé nos attentes, avec des niveaux de qualité et de service au moins aussi bons qu'auparavant. »

## LE RÉSULTAT

Dépenses annuelles: 1 300 000 euros

Économies annuelles: 260 000 euros / 20%