

GROSSISTES

EXTENSO TELECOM **7,53**GPDIS (BARDOU) **7,06**CORIOLIS **6,66**EXTENSO TELECOM **7,77**EVODIAL **7,42**MODELABS **7,24**MODELABS **7,24**ASCENDEO (EX MCA) **7,17**STOCK AXESS **6,88**EXTENSO, 1^{ER} GROSSISTE EN LIGNES, 1^{ER} GROSSISTE EN TERMINAUX

EXTENSO RÉUSSIT ENCORE UN PAS DE DEUX

Cela devient presque une habitude ; pourtant, chez Extenso, on ne s'en lasse pas et on ne boudes pas son plaisir de truster encore les premières marches du podium dans les catégories grossistes en lignes GSM et grossiste en terminaux nus.

Particulièrement bien noté sur les délais d'approvisionnement, le grossiste filiale de Bouygues Telecom explique que cette consécration n'est pas forcément à mettre sur le compte d'une amélioration des process (cela a déjà été fait), mais sur la manière de gérer les difficultés lorsqu'il y en a eu.

« Nous avons eu des tensions sur quelques produits phares en fin d'année, comme sur l'iPhone ou sur le Galaxy S, puisqu'il n'y avait pas assez de terminaux, explique Jean-Pierre Hun, directeur général d'Extenso Telecom. Mais je pense que les distributeurs nous sont reconnaissants de la manière dont nous avons géré cette pénurie. Lorsque nous avons réussi à trouver des produits, nous les avons réparti de manière à servir tout le monde ».

Par ailleurs, sur le reste des notes, Jean-Pierre Hun se réjouit d'être « devant sur tous les critères. Nos notes sont plus homogènes, cela dénote une progression ». Très en pointe sur la diversification (cf JDT 223, p. 7), le grossiste constate cependant une réaction « contrastée » des distributeurs, qui apprécient qu'on leur propose de nouvelles pistes de business, mais qui ne s'empressent pas de les saisir. Un sujet plus immédiat de satisfaction : les derniers 80 magasins Phoneo qui ne l'avaient pas viennent d'obtenir l'agrément d'Apple qu'ils attendaient. « Nous

sommes un grossiste global, explique J-P. Hun, nous sommes multimarques, nous adressons le grand public et les entreprises, nous distribuons du fixe, du mobile, de l'Internet et de la télévision, et nous sommes présents dans la distribution physique comme dans le web ». Cette « multicanalité », au sein de laquelle le web progresse, puisqu'il représente déjà près de 10 % du chiffre d'affaires du grossiste, est particulièrement appréciée, compte tenu notamment des perspectives d'évolution du marché.

Un autre gros sujet d'actualité pour Jean-Pierre Hun, c'est l'adaptation nécessaire de la distribution aux évolutions que va connaître prochainement le marché (avec l'arrivée de Free et de La Poste, entre autres) et qui va probablement se traduire par la fin de la subvention et de l'engagement. « Nous essayons de sensibiliser les distributeurs au fait qu'il faut vendre des offres sans mobile, des box », explique-t-il. Cette évolution du marché étant également appelée à se répercuter sur l'activité des grossistes, Extenso ne s'interdit pas de réfléchir à des alliances, y compris avec d'autres grossistes. « Toutes les options sont ouvertes : croissance externe, fusion, accords commerciaux, conclut Jean-Pierre Hun. Nous sommes dans un monde qui bouge, et nous sommes prêts à bouger ».



Jean-Pierre Hun, directeur général d'Extenso Telecom

