

Chez Trapy, la 3^e génération prête à relever les grands chantiers de demain

Karine Simon et Véronique Athanaze prennent les rênes du groupe familial Trapy. Ce négoce régional en matériel électrique travaille son identité, se renforce dans le digital et vise la RSE.

En 2021, le groupe Trapy devrait enregistrer un chiffre d'affaires de 45 M€, soit 36 M€ pour Trapy, l'enseigne historique, et 9 M€ pour Soditelem, une entreprise acquise en 2017. Ce volume, légèrement supérieur à celui de 2019, montre la solidité de cet ensemble familial, que Karine Simon, 49 ans, vient de reprendre, à la suite de son père Jean-Jacques Trapy, fils du fondateur Louis Trapy. Pour ce négoce familial comptant 19 points de vente et dont le siège est à Marsac-sur-l'Isle, près de Périgueux (Dordogne), cette croissance est un succès. Avec sa sœur Véronique Athanaze, qui prend la direction générale, la nouvelle présidente s'est fixé trois priorités.

Harmonisation. Tout d'abord, elle entend accélérer l'intégration de Soditelem. « Les deux enseignes, Trapy Pro et Soditelem, fonctionnent encore sur des logiques trop différentes », explique Karine Simon. En cette rentrée, la communication s'accroît autour de la marque Groupe Trapy, qui vise à créer une culture commune entre les deux entités. L'harmonisation des logos va dans ce sens. L'amélioration s'étend aux outils informatiques, à déployer dans les cinq agences. L'effort porte également sur le plan de vente, à rationaliser pour mieux massifier les achats,

Véronique Athanaze (à gauche) et Karine Simon, respectivement directrice générale et présidente du groupe Trapy.



Trapy

45 M€
de chiffre d'affaires visé
en 2021 pour le groupe

2
enseignes, Trapy Pro
et Soditelem

19
agences

Source: Trapy

même si chaque enseigne peut conserver ses spécificités pour servir des clientèles différentes. La vocation de distributeur professionnel est rappelée pour chaque enseigne, avec une orientation marquée vers les artisans chez Trapy Pro et vers l'industrie chez Soditelem.

Commerce en ligne. Ensuite, l'entreprise entend travailler le volet digital. « Trapy Pro a son site, mais celui-ci n'est pas suffisamment marchand », estime Karine Simon. Les clients peuvent y consulter leurs prix et la disponibilité des produits. La dirigeante souhaite un site renouvelé, plus ergonomique, dans lequel les clients retrouvent facilement leurs références et puissent passer commande. Les équipes travaillent donc l'information produits, avec un PIM perfor-

mant pour alimenter l'outil avec les informations en provenance des fournisseurs.

En route vers la RSE. Enfin, Karine Simon veut faire avancer l'entreprise sur le sujet de la RSE. « Pour une PME, ce n'est pas simple de trouver le bon label », détaille la dirigeante, qui travaille sur le sujet avec l'aide de la région Nouvelle-Aquitaine. Une affaire de conviction personnelle, mais aussi de nécessité d'entreprise. « Nous avons déjà été interrogés sur nos démarches dans ce domaine dans le cadre d'appels d'offres », explique-t-elle. Avec une certitude : cette exigence va s'intensifier dans les années qui viennent. De quoi donner envie à cette entreprise adhérente du groupement Socoda de prendre une longueur d'avance. •

Pierre Pichère