



Winnenden Building : le siège de Kärcher au rendez-vous de la modernité et de la qualité de vie au travail.

Photos: Kärcher

# Kärcher: construire ensemble de nouvelles solutions d'hygiène

La crise sanitaire qui n'a épargné aucun pays pèsera durablement sur nos habitudes de vie, nos organisations professionnelles et nos attentes en termes d'hygiène et de santé. Face à cette situation inédite, Kärcher a pu s'appuyer sur une réorganisation, engagée il y a déjà plusieurs mois, qui lui permet aujourd'hui d'être plus productif et efficace au service des professionnels. Très présent aux côtés de ses clients durant la crise, le fabricant va continuer à les accompagner dans leurs stratégies de nettoyage et de mise en œuvre de protocoles d'hygiène. Au-delà de l'expertise technologique développée sur la gamme la plus complète de matériels et équipements, le fabricant allemand veut plus que jamais capitaliser sur sa connaissance du marché de l'hygiène et de la propreté et sur sa proximité avec l'ensemble des professionnels du secteur et leurs clients.

« **L**e nettoyage n'est plus ce qui rend la saleté invisible, il devient ce qui procure la santé et la garantit. » Ce constat, unanimement partagé, est au cœur de la stratégie de Kärcher qui travaille depuis sa création, en 1935, pour des solutions qui changent le monde et améliorent la qualité de vie au quotidien. Un engagement qui se traduit de façon très concrète avec la mise sur le marché de 150 nouveaux produits en 2019, et un renouvellement de plus de 90 % de son portefeuille produits à moins de cinq ans. Le groupe qui vient de clore son précédent plan stratégique de dix ans sur un record de chiffre d'affaires à 2,578 milliards d'euros, s'est doté d'une nouvelle feuille de route pour les

cinq années qui viennent avec pour objectif d'être le leader mondial des solutions de nettoyage et d'entretien qui font la différence, centré sur le client.

## Vers des services associés

Au cœur de cette stratégie, Kärcher France a mis en place une nouvelle organisation, portée par un comité de direction renforcé sous la conduite de son président, François Malmanche. Depuis déjà plusieurs mois, le recentrage des équipes en pôles d'expertise a permis à Kärcher France de capitaliser sur son expertise et son savoir-faire et de démultiplier ses forces au service des clients. L'efficacité de cette nouvelle organisation repose également sur une très bonne connaissance du marché qui devrait se traduire par

une progression d'au moins 13 % des services externalisés de propreté et des services associés sur la période 2019-2023. La crise de la Covid-19 pourrait encore accélérer cette tendance en validant le tournant stratégique dans lequel s'est engagé le groupe Kärcher, celui d'une offre globale de solutions de nettoyage et de désinfection mais également de services associés. La présence sur ces nouveaux marchés a été facilitée par les rachats de Belos, il y a quelques années, ou de Max Holder plus récemment, qui confortent notamment la présence de Kärcher sur les segments de la voirie et de l'entretien des espaces verts.

## Digitalisation et RSE, deux priorités

Pour mener à bien cette transformation le fabricant allemand a su anticiper le tournant technologique et digital des métiers de l'hygiène et de la propreté en mobilisant le millier d'ingénieurs que compte le groupe, et en procédant à des opérations de croissance externe. Ainsi, Zoi TechCon GmbH, expert dans l'utilisation des nouvelles technologies dans l'environnement de l'entreprise, a été racheté il y a deux ans, ou encore Service Partner ONE GmbH, basé à Berlin, qui offre également une nouvelle solution digitale spécifiquement développée pour les entreprises de propreté. La RSE constitue un autre levier majeur pour le groupe.



### Kärcher publie un livre blanc pour les professionnels

En 70 pages – et 11 chapitres– Kärcher profite de la crise sanitaire que nous traversons pour répondre de façon très détaillée et pratique à deux questions essentielles : « Pourquoi faut-il continuer à nettoyer ? » et « Pourquoi faut-il désinfecter ? ». Après avoir partagé les connaissances les plus récentes sur le virus Sras-Cov-2 et les façons de l'éradiquer, les auteurs reviennent dans le détail sur toutes les bonnes pratiques en matière de nettoyage et de désinfection dans un contexte de risque, tel que nous le vivons aujourd'hui. Ce livre blanc est l'occasion pour tous les professionnels de l'hygiène et leurs clients, tous secteurs d'activités confondus, de se remettre en mémoire ou de découvrir les différentes familles de produits et matériels et leurs protocoles d'utilisation.

Un livre blanc à télécharger à l'adresse suivante : <https://www.kaercher.com/fr/telechargez-le-livre-blanc-kaercher.html>



Trois questions à

**Patrice Anderouard,**  
directeur marketing et communication,  
Kärcher France

### Comment Kärcher France a-t-elle traversé la crise de la Covid-19 ?

La crise n'est pas finie, même si le plus fort de celle-ci semble derrière nous. Grâce à l'organisation renforcée que nous avons mise en place en France depuis quelques mois, Kärcher a pu traverser la tempête dans de bonnes conditions et surtout être au plus près de ses clients ! La pandémie et ses 55 jours de confinement auront permis de rôder sans temps mort notre nouvelle organisation.

### Quels enseignements tirez-vous de cette période d'arrêt de l'activité économique, mais également d'urgence sur un plan sanitaire ?

Comme la plupart de nos concitoyens nous avons pu mesurer à quel point la santé et la maîtrise du risque sanitaire représentaient des priorités absolues. Mais nous avons vu aussi le rôle essentiel de l'hygiène et du nettoyage. La demande pour les produits a explosé mais, au-delà, c'est la perception même des notions de propreté et de nettoyage qui ont radicalement changé. Éradiquer la saleté ne suffit plus, il faut aujourd'hui rassurer, et surtout assurer des prestations qui garantiront la santé et la qualité de vie au travail. Tous les acteurs de la propreté, à commencer par les agents, sont devenus visibles. Ils jouent un rôle clé.

### Quelle incidence cette reconnaissance peut-elle avoir sur le développement de nouvelles machines ou de nouveaux produits ?

Ces nouvelles attentes en matière de nettoyage et de désinfection, directement associées à l'hygiène et à la santé, vont faire évoluer de façon très sensible l'offre et les besoins des professionnels et de leurs clients. Nous allons passer de façon durable d'une logique de développement principalement axée autour des machines à une offre basée sur des solutions globales et tous les outils, digitaux notamment, qui permettent d'en mesurer la qualité. C'est la stratégie dans laquelle s'est engagé Kärcher depuis plusieurs années qui est ainsi validée. ■



De par son origine germanique, la nature même de son capital, et le fait d'être une entreprise familiale, Kärcher attache une importance particulière à la RSE. Toutes ses actions sur le long terme s'inscrivent dans cette dynamique. La législation française en renforçant certains aspects au travers de la loi Pacte ou du droit social ne fait que confirmer l'engagement RSE de la filiale française.

C'est cet ADN qui permettra au groupe d'afficher dès 2021 sa neutralité carbone et de répondre aux attentes environnementales et sociétales de ses clients qui sont de plus en plus nombreux à intégrer cette démarche à leur gouvernance d'entreprise mais également à leurs politiques d'achats. À l'hygiène et la propreté il sera par conséquent important d'associer une marque, reconnue, reconnaissable, rassurante et qui exprime à elle seule le nettoyage. Grâce à sa notoriété spontanée parmi les plus fortes de toutes les marques, Kärcher souhaite pouvoir incarner cette image, car aujourd'hui il n'est plus question d'être reconnu des seuls professionnels du secteur, mais des usagers, des employés de bureau et du grand public en général. ■



Une application pour tout faire et réserver ses interventions, unique sur le marché.



Le service client en lien avec les interventions commandées depuis l'application.



Une équipe de techniciens complète et mobilisée pendant la crise.



Investir pour préparer l'entreprise de demain.

### **Kärcher, sur le pont pendant la crise !**

Pendant la crise de la Covid 19, Kärcher a mis en œuvre son expertise et a pu bénéficier de la force de son organisation. Un engagement qui s'est traduit par la mise en œuvre du plan de continuité qui a permis de garantir les livraisons et d'assurer plus de 1600 interventions auprès des clients. Un pari gagné grâce notamment aux équipes de techniciens – animées par Sébastien Rolland, le directeur du département SAV – qui ont été à pied d'œuvre et en première ligne durant cette période Covid. Dès les premiers jours de la crise sanitaire, Kärcher a tenu à manifester sa solidarité avec les équipes soignantes en réalisant des dons de matériels de nettoyage et de désinfection à l'hôpital Beaujon de Clichy (92) et à l'hôpital de Corbeil-Essonnes (91). Dans la lutte au quotidien contre la pandémie, les équipes de Kärcher France ont assuré l'embarquement de matériel sur les porte-hélicoptères Tonnerre et Dixmud de la Marine nationale en partance pour les départements d'outre-mer. Sans oublier les nombreuses interventions réalisées au cœur de différents établissements de santé ou médico-sociaux (Ehpad La Goélette à Lille, hôpital de Troyes, hôpital Beaujon, hôpital de Corbeil-Essonnes, etc.).

# KÄRCHER

## EFFICACITÉ, RÉACTIVITÉ, EXPERTISE.

UN CONDENSÉ DE PROFESSIONNALISME  
DANS **UNE NOUVELLE ORGANISATION.**  
EXPÉRIMENTEZ-LÀ,  
ENSEMBLE CHANGEONS !



**98 % DU TERRITOIRE COUVERT  
EN MOINS DE 2 H**

- 🏠 22 structures régionales
- ✂️ 321 réparateurs agréés
- 👤 74 assistant(e)s support clients
- 👤 148 commerciaux à votre écoute
- ✂️ 104 techniciens itinérants
- ✂️ 385 techniciens agréés en régions
- ✂️ 12 techniciens en support technique et atelier



**KÄRCHER**  
Service

### KÄRCHER SERVICE APP

Une application pour enregistrer toutes vos demandes d'intervention rapidement et simplement pour vous garantir un taux de service exceptionnel.

**KÄRCHER**  
All Brand  
Service

### RÉPARATION MULTIMARQUES

Le Service de Réparations Multi-Markes « **Kärcher All Brands Service** » pour la réparation et l'entretien de la totalité de votre parc de matériels de nettoyage.

**PROFITEZ DE LA LOCATION COURTE DURÉE  
SUR LE MATÉRIEL PROFESSIONNEL KÄRCHER**



**WWW.KARCHER.FR**

Kärcher France  
5 avenue des Coquelicots  
94865 Bonneuil-sur-Marne Cedex  
Tél. : 0 825 820 150 | E-mail : commercialpro.VD@fr.kaercher.com