

11/04/2014 | [Entreprises](#)

Le faire c'est bien, le faire savoir c'est mieux

Pour vivre heureux, vivons caché, tel a longtemps été l'état d'esprit des adhérents du groupement POLE mais ça, c'est du passé. Les différents membres ont décidé que le savoir-faire ne suffisait plus et qu'il fallait à présent le dire haut et fort.



Paul-Antoine Jung (Altrans) et Catherine Leroux, présidente de POLE

Le groupement **POLE** a profité de la SITL 2014 pour communiquer et mettre en avant sa nouvelle identité et son nouveau logo. Mais pas seulement. Nous avons rencontré Paul-Antoine Jung (Altrans, 57), adhérent récemment palmé à la soirée des Transporteurs de l'année et Catherine Leroux, présidente de POLE, qui nous ont tous deux expliqué leur volonté nouvelle de communiquer.

Travail collaboratif

Créée en 1997, le groupement POLE (Palettes Organisation Logistique Européenne) a longtemps été l'un des plus discrets des réseaux de transporteurs. Pourtant avec 55 adhérents et 4 plates-formes logistiques à Ludres (54), Épièdes-en-Beauce (45), Genas (69) et Bouglon (47), permettant d'assurer une couverture nationale en 24 à 48h, le groupe estime être le leader français de la distribution de palettes. Il entend désormais le faire savoir à ses clients, mais aussi aux entreprises qui pourraient avoir envie de rejoindre le réseau. *"Même si nous ne sommes pas en phase de recrutement"*, précise M. Jung. Il explique qu'au sein du réseau, les adhérents travaillent de façon collaborative, en accordant autant d'importance à leurs clients qu'à ceux de leurs confrères. *"Le fait d'avoir des plates-formes nous permet de ne plus avoir à envoyer un véhicule à l'autre bout de la France, nous pratiquons les échanges de palettes et optimisons nos transports"*, se félicite M. Jung.

Ouvrir des portes

Si les quatre régions de POLE sont indépendantes, elles ont appris à travailler ensemble à travers leurs tractions. Fort de ce réseau, les adhérents du réseau peuvent proposer à leurs clients des réponses globales. *"Chaque adhérent devient commercial pour le réseau et ses confrères. Adhérer au réseau permet non seulement de sortir de l'isolement mais ouvre aussi des portes"*, poursuit Mme Leroux. *"Avec 15 cartes grises on se retrouve à même d'offrir une offre commerciale sur toute la France tout en ayant des possibilités de se développer"*, enchaîne M. Jung.


Ecologie et économies

Appartenir au réseau et bénéficier de ses plates-formes permet aux membres de réaliser des économies. *"En passant par les plates-formes, on massifie la volumétrie. Nous n'avons plus besoin d'envoyer des camions partout. Nous mutualisons nos moyens par groupage, dégroupage. On mutualise nos véhicules, on économise et le client ne paye que pour la partie du véhicule qu'il utilise. C'est à la fois bon pour l'économie mais aussi pour l'écologie puisque nous utilisons moins de gasoil"*, ajoute M. Jung. Autre économie rendue possible par l'appartenance au groupement : *"On n'utilise plus de papier. Nous travaillons en gestion économique des documents. Nous avons une offre EDI et utilisons tous le même logiciel qui nous permet de transmettre des données informatiques à nos clients et de leur permettre de suivre pas à pas toutes les étapes de leurs colis puisque ceux-ci sont scannés à toutes les étapes."*

Le choix de la communication

Pourquoi avoir soudain décidé de communiquer après des années de discrétion ? *"Il faut présenter de l'attractivité pour les entreprises. Même si nous ne recrutons pas, il est bon de faire savoir que nous avons un savoir-faire fiable. La communication doit aussi permettre aux acheteurs de réaliser la force du réseau et ses moyens. Nous nous sommes rendu compte qu'aujourd'hui il fallait communiquer",* plaide Mme Leroux. *"Adhérer à POLE donne la capacité aux adhérents d'attaquer des grands comptes. Nous avons besoin de leur adresser des messages pour qu'ils aient confiance au réseau et qu'ils fassent confiance aux adhérents. Il faut que les gros chargeurs sachent que le réseau existe et quelle est sa puissance. Nous avons transporté 840.000 palettes en 2013. Le faire c'est bien, le faire savoir c'est mieux",* conclut M. Jung

Valérie Chrzavzez

Réagissez à cet article 

Seul votre pseudo sera rendu public

- [Réagir à cet article](#)
- [Envoyer à un ami](#)



Wolters Kluwer
Transport Services

Teleroute