



# Du nouveau sur le front des NVO

L'expression "NVO" devrait-elle être rayée du langage des professionnels du transport maritime et remplacée par une formule qui définirait mieux la fonction du métier, comme par exemple "Logisticien en prestations maritimes"? "Je ne suis pas contre", dit Guy Foucherot, managing director de United Ocean Lines, un NVO nouvelle génération, filiale du groupe français Naxco, dont il est président. UOL met en pratique une nouvelle philosophie qui consiste notamment à intervenir en tant qu'alternative pour des agents maritimes qui, perdant la représentation de certains services, ont ainsi la possibilité de préserver leur know how et de garder une marge brute.

**Bernard Van den Bossche**

**Quelles sont les origines de cette opération UOL qui constitue une diversification pour Naxco?**

Il y eut tout d'abord la cessation au sein de notre groupe de la représentation par notre agence C.O.L.T de Naxco, d'une ligne maritime "Himalaya Express" avec droits de transport sur la mer Rouge/M-O et sous-continent indien, laquelle émanait de l'environnement CMB, puis de Safmarine. Ensuite l'intervention d'un ancien manager de CMB, Pascal Deelen, qui quitta ce dernier groupe au moment de l'intégration par Mærsk, et avait créé à Anvers la société Européenne de Transit (EDT). A son initiative est intervenue à Paris une réunion des agents qui représentaient ce service. Il fut alors décidé de créer notre propre connaissance, mais un "car-

## Naxco

- CA 2008: 290 mio. d'EUR
- Effectifs: 460 salariés
- 245.000/an TEU
- Tonnes fret traitées: 1.040.000 t/an
- fret roro 46.000 t/an
- Passagers 75.000/an
- Escales 5.600/an
- Activités: 12 agences maritimes en France, Belgique, Pays-Bas, Espagne, Algérie, Egypte; dont 3 à Anvers (DKT, Unamar et Trimar)
- Transport intermodal et logistique container, tous modes confondus
- El Amana - transport de colis lourds et volumineux en Algérie
- Services portuaires: Rotterdam, Anvers/Zeebrugge, ports français, espagnols et algériens
- Transit et division logistique avec bureaux aux Pays-Bas, Belgique (SDK Anvers/Zeebrugge), France, Espagne, Maroc et Vietnam
- Fret aérien et division logistique: membre du réseau Global Alliance Corp
- Transocean Shipping agent général de UOL et qui en gère les activités.

riers' B/L" et non un "house B/L", ce qui fait une énorme différence. On se substituait ainsi au carrier B/L d'Himalaya Express. Une bonne partie des chargeurs ont suivi. D'où

*«Nous ne voulons pas être le supermarché du container»*

la création du nom de United Ocean Lines, un NVO. A l'origine, ce B/L a été couvert par l'ITIC de Londres et aujourd'hui par GALATEA Londres. Le montant des événements couverts est de 500.000 dollars par événement sans limitation d'événements.

**Que représente aujourd'hui UOL dans le chiffre d'affaires du groupe?**

On ne peut pas parler de CA. Cette société n'est que le véhicule du B/L et dépend des membres qui vendent la marque UOL. En fait, le CA représente la contribution que chaque membre paie pour adhérer à ce réseau et éventuellement un coût additionnel au B/L. Ces fonds perçus servent à couvrir et payer l'assurance, le secrétariat, toutes les liaisons informatiques, et les réunions annuelles mondiales.

**Qui sont vos membres?**

La culture d'UOL est mixte, et se situe entre le transitaire et l'agence de ligne. Bon nombre de nos membres sont ou ont été des agents de ligne. Dans tous les grands groupes maritimes et pour des raisons connues, s'est développée la fonction d'expéditeur pour se rapprocher de la marchandise. La plupart de nos membres et partenaires ont cette double culture.

**Combien de membres avez-vous, quel est le prix du ticket d'entrée et quelles sont les prochaines étapes?**

Jusqu'à 2008, le réseau fonctionnait comme une association. On mettait le B/L à disposition des membres. En 2009, compte tenu des événements, à savoir restructura-

tions de services, fusions, arrêts ou disparitions de lignes, bref autant de CA qui ont disparu pour certains membres, UOL leur a permis de garder tout ou partie de ce CA au travers du NVO, du réseau et du potentiel que nous représentons. Nous comptons 33 membres, répartis de l'Europe du Nord à l'Asie en passant par le M-O, les pays du bassin méditerranéen et une enclave au Brésil.



Guy Foucherot, président et CEO de Naxco et managing director d'UOL.

Notre prochaine étape consiste à développer l'Amérique latine, l'Afrique et, en cours de signature, le continent nord-américain.

En 2008, notre B/L a couvert 17.000 TEU avec l'ensemble des membres. Cette année, le volume se situera entre 40 et 50.000 TEU et nous pensons réaliser près de 80.000 TEU en 2010. Actuellement, 85% du volume est traité entre pays membres, et 15% en crosstrade, activité que nous allons développer. Fin 2009, nous aurons pour la première fois des statistiques complètes portant sur les échanges entre continents. Ce qui va nous permettre de pouvoir globaliser nos volumes par trade et ensuite de discuter avec un certain nombre d'armateurs.

**Comment se présente l'évolution du système UOL?**

Chaque membre est libre de sa négociation, même si la récente tendance a été de privilégier certains armements via certains membres qui avaient des relations privilé-

giées. Nous envisageons maintenant de structurer UOL de manière différente. Un manager aurait la responsabilité de la négociation avec les armements et du développement du réseau. L'important est d'être compétitif et avant tout, il faut donner à la clientèle une qualité de service opérationnelle qu'elle n'obtient plus de l'industrie maritime. Certes, les taux sont importants, ce qui l'est plus c'est d'être réactif et c'est sur la réactivité qu'UOL mise. Nous n'avons pas l'ambition du volume. Le concept doit être rémunéré pour le faire fonctionner, le bénéfice devant aller aux membres.

**Quels sont les avantages pour les membres?**

Ils bénéficient des opportunités des conditions tarifaires qui peuvent être négociées, de partenaires fiables qui sont tous de grands groupes industriels maritimes, et surtout, UOL bénéficie à tout moment de la réactivité du réseau.

Nous mettons en place un site internet, qui sera

cours des 18 prochains mois, s'associer avec un armement. En fait, nous créons une nouvelle forme de NVO. Nous aidons nos membres sur base de trois critères: disponibilité, communication et réactivité.

**Quelles sont les conditions d'adhésion?**

Le prix de l'adhésion pour la première année est de 3.000 dollars, de 2.000 pour la deuxième année, montant qui devient ensuite annuel. C'est minime. Je précise que nos activités incluent déjà le service intégré door to door. Ce que nous demandons à nos membres est important. Nous souhaitons que les partenaires adhèrent à notre philosophie et ils doivent tous avoir le même état d'esprit. Nous recherchons des gens qui peuvent mettre à la disposition de nos clients, en sus de prestations terrestres et maritimes, des moyens de stockage et de distribution, en propre ou pas.

**Vos préférences vont-elles aux taux all-in ou décomposés?**

**GUY FOUCHEROT**

- Né le 21 juin 1953
- Marié, trois enfants
- Diplômé de l'Ecole des Dirigeants et Créateurs d'entreprises. (E.D.C. Paris)
- MBA obtenu aux USA.
- Carrière: fonctions de direction commerciale (régionale et nationale) chez Sea-Land, Cast et US Lines
- 1991 Intégration au sein du groupe Naxco et gestion de trois agences maritimes.
- 2002 gestion des activités maritimes du groupe.
- 2005 acquisition du groupe Naxco

interactif entre les membres. Les conditions du marché sont en évolution permanente et en fonction de cela, un message d'alerte sera adressé à chacun des membres qui pourra apporter réponse, voire une solution. Cela fonctionne déjà un peu comme cela aujourd'hui, par l'échange d'emails, mais notre développement nous conduit à la mise en place d'un portail. Ainsi est créée une communication, qui doit donner un sens réel à UOL, à notre association et à son réseau. Le site en question sera simple et fonctionnel. Il donnera aux membres des indications de taux négociés avec des armements comme une référence. Nous n'envisageons pas de contrat de service dans un premier temps, mais si un membre souhaite le faire à titre personnel et avec B/L, UOL on ne s'y oppose pas. Nous ne souhaitons pas, dans l'immédiat, même si on laisse entendre qu'on va fédérer des volumes, pour des raisons économiques et de marchés qui vont continuer de fluctuer au

Que les taux soient all-in ou décomposés, ce qui est important, c'est qu'ils restent compétitifs et donnent une garantie dans le temps. Lorsque nous avons des taux de global carriers, nous respectons nos engagements et nous ne jouons pas les taux à la baisse quand la qualité de service est présente, car elle prévaut. Si le NVO obtient un taux intéressant, c'est en fonction d'un volume, taux qui doit permettre aux deux parties d'être gagnantes. Nous recherchons la stabilité pour nous-mêmes et nos clients. UOL n'a pas de contraintes financières et donc pas de risque de disparaître. L'évolution d'UOL sera aussi fonction de l'environnement économique. Si le développement des volumes nous oblige à structurer d'une manière plus importante, on réfléchira au mode de fonctionnement, mais toujours en faisant en sorte de ne pas tuer l'état d'esprit mis en place à l'origine.

www.unitedoceanlines.com