

# LA CÉLÉBRATION D'UNE INTÉGRATION RÉUSSIE UN AN APRÈS L'ACQUISITION



## SYNERGIES TOTALES

500+ initiatives  
recensées

## INTÉGRATION

21 sociétés  
totalement  
intégrées

## ACHATS

Economies  
garanties à  
hauteur de 14  
millions de CHF

## NOUVEAUX PRODUITS

34 nouveaux pro-  
duits lancés dans  
plus de 10 pays

BUILDING TRUST





# PRINCIPALES RÉALISATIONS ANNÉE 1

**5**  
DOUBLES MARQUES  
INTÉGRÉES

**500+**  
INITIATIVES  
RECENSÉES

**CHF 25  
MILLION+**  
DE SYNERGIES  
RÉALISÉES

**21**  
SOCIÉTÉS  
TOTALEMENT  
INTÉGRÉES

**5+**  
PAYS NON-PAREX ONT LANCÉ LE  
CONCEPT DE «SPEND-BETTER»  
(DÉPENSER MIEUX)

**34**  
NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS  
DANS PLUS DE 10 PAYS

**48%**  
DU TOTAL DES  
SYNERGIES SE  
TROUVENT DANS LES  
VENTES CROISÉES

**TOUS**  
LES PAYS FONT ETAT DE  
SYNERGIES

**35+**  
INITIATIVES POUR  
LES SYNERGIES  
OPERATIONNELLES ONT  
DEBUTE



## CHERS AMIS

Cela fait maintenant un an que nous avons officiellement clôturé l'acquisition de Parex le 23 mai 2019. Depuis lors, nous avons constaté un travail remarquable dans toutes les sociétés, à tous les échelons et sur tous les marchés cibles. Le travail d'équipe a fait ses preuves d'une manière sans précédent et tout le monde travaille dans le même but : être une entreprise prospère et obtenir des résultats exceptionnels.

Plus de 500 initiatives sont identifiées. Ces initiatives garantissent la pleine exploitation du potentiel de synergie, avec des synergies prévisionnelles de 80 à 100 millions de francs suisses dans la fourchette haute. Rien que dans le domaine des achats, les économies réalisées ont déjà atteint 14 millions de francs suisses.

À la signature de l'acquisition, 38 marques ont été ajoutées au portefeuille de Sika, parmi lesquelles des marques à succès telles que Davco, Reveal, Klaukol, Parexlanko et Seifert. Le travail d'intégration a bien commencé et la double marque a déjà été introduite. Nous voyons de nouvelles initiatives partout : 34 nouveaux produits ont été lancés dans plus de 10 pays, 48 % des initiatives de synergie totale portent sur les ventes croisées et plus de 35 initiatives de synergies opérationnelles ont été lancées.

Félicitations aux pays pour les excellents progrès réalisés à ce jour. Malgré la pandémie en cours, votre travail a été encore plus rapide et plus ciblé. Tout le monde a fait preuve d'un grand travail d'équipe et d'une forte détermination pour surmonter les nombreux défis. Cet engagement garantira notre succès commun à l'avenir. Souhaitons la bienvenue à tous les employés de Parex dans leur nouvelle famille Sika !

PAUL SCHULER  
CEO

« Nous célébrons le premier anniversaire de l'acquisition de Parex et nous pouvons jeter un regard en arrière sur 12 mois de travail formidable réalisé par de nombreuses équipes et individus. Cependant, si nous pouvons être fiers de nos réalisations, il reste encore beaucoup de travail à faire et de nombreuses opportunités à saisir. Grâce aux nombreuses initiatives, nous constatons que les sociétés fusionnées sont encore plus fortes ensemble et notre présence dans la distribution a été renforcée. Nous devons maintenant poursuivre sur cette voie pour devenir le leader incontesté du marché de la finition des bâtiments (Building Finishing). »

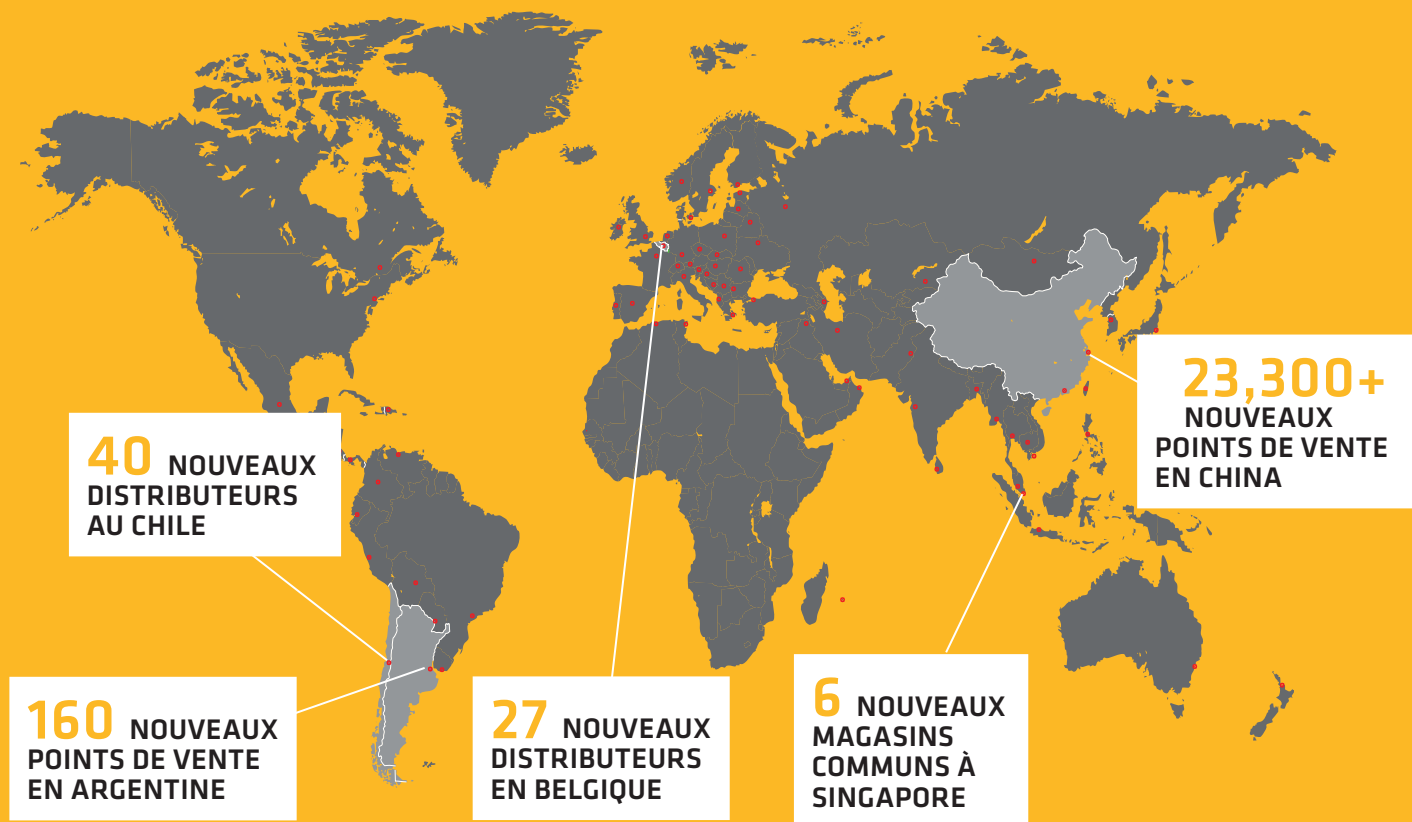
PHILIPPE JOST  
Responsable Construction

## SOMMAIRE

|  |    |   |    |
|--|----|---|----|
| RÉSEAU DE DISTRIBUTION & SYNERGIES     | 4  | CONCOURS CARRELEURS & NOUVEAU MORTIER EPOXY | 12 |
| FACTEURS DE RÉUSSITE DE L'INTEGRATIONS | 5  | "GOLDEN SIKA STORE", SINGAPOUR              | 14 |
| RENFORCEMENT DE LA DISTRIBUTION        | 6  | LES ACHATS GAGNENT                          | 15 |
| BUILDING TRUST AVEC LES COLLABORATEURS | 7  | SOUTENIR LA CONSTRUCTION DURABLE            | 16 |
| CHILI: DEUX SOCIÉTÉS EN UNE            | 8  | ENTHOUSIASME DES CLIENTS AUX PHILIPPINES    | 18 |
| INTÉGRATION DES MARQUES PAREX          | 10 | RÉALISATIONS ET PROCHAINES ÉTAPES           | 19 |



# AUGMENTATION DU RÉSEAU DE DISTRIBUTION: +10% DE DISTRIBUTEURS EN 2020



## UNE STRATÉGIE DE VENTE CROISÉE RÉUSSIE EN CHINE

Depuis l'acquisition, un solide dispositif de vente croisée a été mis en place. Cela ne fournit pas seulement une croissance supplémentaire. C'est également la base d'une bonne reprise après la pandémie et la poursuite de la stratégie d'expansion.

- Des ventes générées avec les produits Sika dans plus de 70% des 3 200 magasins exclusifs Davco existants et dans plus de 23 300 points de vente Davco.
- Développement d'un nouveau modèle de vente au détail pour les produits Sika, avec déjà 10 magasins exclusifs Sika ouverts à travers la Chine.
- Cette approche a été lancée pour le commerce de détail avec un focus sur la catégorie Mastics & Colles. Elle sera étendue à d'autres catégories en 2020.
- Des synergies de vente croisée ont été créées non seulement dans le canal de vente au détail, mais également via notre plateforme e-commerce en pleine croissance.
- Déjà 10 nouveaux produits Sika ont été lancés depuis la clôture



Olivier Chaudet, Head Distribution et Building Finishing Asia/Pacific, Vice President China

# LES FACTEURS DE RÉUSSITE DE L'INTÉGRATION

**SÉRGIO FERREIRA - RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL, TARGET MARKET «BUILDING FINISHING» (FINITION DU BÂTIMENT), AMÉRIQUE LATINE**

" Le processus d'intégration des deux sociétés a été très discipliné, structuré et inclusif, avec des réunions périodiques.

L'engagement des collaborateurs, l'accent mis sur une compréhension mutuelle de l'entreprise et la recherche de l'avantage de ce que chacune des entreprises a à offrir peuvent être considérés comme les principaux facteurs de réussite de l'intégration.

Aujourd'hui, l'organisation étant unifiée, de plus grandes réalisations sont à venir. Nous avons de fantastiques opportunités de ventes croisées. Nous nous concentrons sur les offres combinées du point de vue du système, plutôt que sur celui du produit. Il y a encore beaucoup à faire, mais avec de la détermination, nous y arriverons".



**KATARINA LUCIC - RESPONSABLE RÉGIONALE DE LA STRATÉGIE ET DE L'INTÉGRATION, ASIE/PACIFIQUE**

"Il est incroyable de voir ce qui peut être réalisé lorsque les gens travaillent ensemble vers un objectif commun : chacun peut bénéficier de l'expertise marché et produits de l'autre afin de servir au mieux nos clients".

**KILSON NOGUEIRA - DIRECTEUR COMMERCIAL DE LA DISTRIBUTION, PAREX BRÉSIL**

"Un facteur clé de succès pour nos ventes croisées au cours du processus d'intégration a été la révision de la segmentation du marché, car nous avons de nouveaux sous-groupes de clients venant de Parex qui n'existaient pas auparavant chez Sika, tels que les commerces et les magasins de carrelage. Cela nous a permis d'introduire des produits Sika sophistiqués en utilisant notre concept de gestion des catégories. Et grâce à l'excellente collaboration entre les équipes de Sika et de Parex, nous avons pris un très bon départ au Brésil".



**EVELYNE PRAT, RESPONSABLE DE LA TECHNOLOGIE DES SYSTÈMES CIMENTAIRES, ET LUZ GRANIZO, RESPONSABLE DE LA TECHNOLOGIE DES MORTIERS TECHNIQUES**

"Cela fait un an que les équipes Parex ont rejoint la communauté R&D de Sika, mais nous avons le sentiment de faire déjà partie de la famille. Notre premier objectif commun avec Luz Granizo a été de rassembler les personnes afin qu'elles partagent le même esprit d'entreprise et apprennent les unes des autres.

Notre réseau de 65 centres techniques, situés dans 60 pays, bénéficie de l'expertise combinée des filières de formulation du ciment de Parex et de Sika : nous sommes tous prêts à contribuer en tant qu'équipe à fournir des solutions durables et performantes au marché de la construction".







Présentation Sika en rayon pour les distributeurs français

## RENFORCEMENT DE LA DISTRIBUTION

La gestion des catégories est l'un des éléments clés du secteur de la distribution. La gestion par catégories est le processus d'organisation de nos produits en solutions combinées qui correspondent aux catégories de nos distributeurs, comme les matériaux de construction dans les Grandes Surfaces de Bricolage, ou les solutions de revêtement de sol pour les revendeurs partenaires.

La gestion par catégorie permet à Sika d'adopter le point de vue du client en étant le fournisseur unique pour une catégorie spécifique et en améliorant la vente croisée de la gamme de produits Sika.

Avant l'acquisition de Parex, la première catégorie de Sika était celle du béton et de la réparation, qui représentait 32 % des ventes de la distribution. Cette catégorie est bien développée, avec des solutions vendues dans tous les pays Sika chez les marchands de matériaux de construction, les GSB et les quincailleries.

À la suite de l'acquisition de Parex, le secteur des revêtements de sol de Sika se situe désormais au même niveau que celui du béton et des réparations. Cela permettra à Sika d'accéder à un nouveau canal, les distributeurs de revêtements de sol, pour vendre des solutions haut de gamme pour la préparation des sols (sous-couches autolissantes), les colles pour sols et la pose de carrelage. L'activité de Sika était auparavant sous-représentée, mais la société a maintenant accès à un nouveau réseau dans les pays où Sika est active. Cela permet également à Sika de conquérir de nouvelles parts de marché dans les magasins en offrant aux clients des systèmes performants.

L'objectif de l'intégration est de construire ces offres par catégorie, de gagner de nouveaux canaux de distribution - tels que les distributeurs de revêtements de sol - et de gagner de nouvelles références dans les magasins.

Pour y parvenir, Sika a nommé un Responsable de la Catégorie Revêtement de Sol de Parex au sein de son équipe Corporate Distribution, afin d'identifier des solutions de vente croisée et de développer le segment du revêtement de sol avec toutes les solutions que nos marchés cibles (target markets) offrent. Cela permettra à terme de construire la croissance à long terme de Sika et de renforcer la position de la société sur le marché de la distribution



**STEPHANE HAUTSCH,**  
CATEGORY MANAGER  
REVÊTEMENT DE SOL -  
DISTRIBUTION  
CORPORATE

" Afin de développer la catégorie des revêtements de sol, nous avons étudié la voie d'accès au marché des matériaux de pose de carrelage, y compris les solutions d'étanchéité et de sous-couches auto-nivellantes dans trois pays d'Amérique latine non-Parex : Colombie, Équateur et Pérou.

Nous avons conclu que nos principaux concurrents locaux ne sont pas aussi actifs dans le segment des distributeurs de revêtements de sol (15 à 25 % du marché). Avec nos équipes locales, nous avons donc construit un concept pour la catégorie des Revêtements de sol dédiée aux magasins de carrelage, combinant des produits spécifiques et des solutions de décoration.

Nous avons pris le meilleur de chaque équipe chez Sika et Parex pour y parvenir".

# CONSTRUIRE LA CONFIANCE POUR UNE INTÉGRATION RÉUSSIE

Catherine Mathieu, responsable des ressources humaines chez Parex, révèle comment les collaborateurs de Parex et de Sika ont contribué à une intégration réussie.

## COMMENT DÉCRIREZ-VOUS LES PRINCIPALES SIMILITUDES ET DIFFÉRENCES CULTURELLES ENTRE PAREX ET SIKA ?

Parex et Sika partageaient la même passion pour leurs activités, un engagement fort pour le service à la clientèle et la volonté d'innover. Nos collaborateurs partageaient également un engagement fort envers l'entreprise dans laquelle beaucoup d'entre nous ont grandi et ont évolué.

Avant l'acquisition, la culture orale de Parex était encore très forte par rapport à son utilisation des formes écrites, en raison de son histoire et de sa taille. La structure de l'entreprise était plus informelle, coordonnant des processus clés basés sur la mise en réseau des personnes.

Il y avait un lien direct entre le Corporate et un nombre de pays beaucoup plus restreint que chez Sika. Avec l'intégration au sein de Sika, nous avons connu une organisation et un soutien régionaux forts.

Nous avons maintenant plusieurs points de contact, alors qu'auparavant il n'y en avait qu'un seul, ce qui change la dynamique du processus de prise de décision. Dans le même temps, ce système offre davantage de soutien et d'outils.

Un autre point que nous avons en commun est la "confiance". Le slogan de Parex était "Construire l'expertise, ensemble" tandis que celui de Sika est "Construire la confiance". Ces slogans soulignent que nous sommes tous engagés à construire des relations durables avec nos clients.

## AU COURS DU PROCESSUS D'INTÉGRATION, QUELLES DISPOSITIONS ONT ÉTÉ PRISES POUR ASSURER L'INTÉGRATION CULTURELLE DES COLLABORATEURS DE PAREX AU SEIN DES ENTITÉS SIKA ?

L'intégration a été planifiée et organisée sur la base des principes de développement commercial, de ventes croisées, d'achat et de dépense, ce qui a constitué une manière positive, efficace et pragmatique de commencer à travailler ensemble. Elle a bien sûr été adaptée à la taille des entreprises dans les pays et à leur environnement.

Nous avons passé du temps à expliquer les cinq valeurs et principes de Sika et la politique de conformité, qui constituent une partie importante du groupe Sika, à chaque collabo-



Catherine Mathieu

rateur de Parex, par le biais de webinaires ou de présentations en face à face.

La nomination de plusieurs directeurs de Parex à des postes clés chez Sika, tant au niveau du Corporate qu'en local, a également été un élément clé et a contribué à l'intégration. Certains managers ont été invités à participer à des programmes de formation Groupe, qui sont très importants pour comprendre la culture du Groupe et créer des opportunités de réseau pour les collaborateurs.

## QUELLE EST LA PROCHAINE ÉTAPE EN TERMES D'INTÉGRATION CULTURELLE ?

Malgré la crise sanitaire mondiale actuelle, nous continuons à faire preuve d'un engagement fort de la part des équipes qui partagent les meilleures pratiques et élargissent leurs réseaux.

Nous mettons en place des objectifs quantitatifs et qualitatifs communs pour accroître le sentiment de coresponsabilité. Et enfin, nous jetons les bases d'une histoire commune, faite de succès mutuels et de développement commun des marchés, comme celui des façades, pour que chacun ait le sentiment d'appartenir au groupe Sika.





Sponsoring d'un tournoi de football local organisé par EASY, une grande surface de bricolage et auquel ont participé des entreprises du bâtiment et des consommateurs

# SIKA CHILI: DEUX SOCIÉTÉS EN UNE

Daniel Monteiro, General Manager de Sika Chili et Sergio Wertheim, Manager pour l'Intégration, nous révèlent les résultats d'une intégration réussie depuis 1 an.

## POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE L'HISTORIQUE DE CES DEUX ENTREPRISES ?

Sika Chili comptait deux usines et quatre agences commerciales dans tout le pays avec environ 150 collaborateurs, était active sur les sept Target Markets et produisait 75% des produits localement, principalement des adjuvants, des mortiers techniques, des colles époxy et pour les sols, des mastics et des membranes d'étanchéité liquide. L'usine principale et le siège social sont situés à Santiago, une autre usine et des bureaux à Antofagasta et d'autres bureaux encore à Concepción et Puerto Montt.

Parex Chili comptait trois usines et bureaux dans tout le pays avec environ 140 employés, principalement actifs sur le marché des mortiers et des colles à carrelage (désormais Target Market Building Finishing) avec 95% de produits fabriqués localement. L'usine principale et le siège social étaient à Santiago, avec des usines à Arica et Los Angeles.

Comme vous pouvez le voir, bien que les deux sociétés soient de taille similaire, elles opéraient sur des marchés différents. Grâce à cette acquisition, 60% des ventes totales sont désormais réalisées en Distribution et plus de 1 500 clients sont servis depuis nos installations. Nous construisons une entreprise solide et utilisons les bonnes pratiques de Sika et de Parex.

## QU'AVEZ-VOUS RÉALISÉ EN UNE ANNÉE?

Nous avons commencé le processus d'intégration peu de temps après le « closing » et, en septembre 2019, la future organisation a été définie. L'organisation visée a été mise en place en janvier 2020 avec un seul objectif en tête : que les personnes travaillent ensemble. La R&D, les Ventes, le Marketing, les Ressources Humaines, les Opérations et une partie de la Finance travaillent désormais ensemble.

De plus, des opportunités de ventes croisées ont été identifiées et les deux équipes commerciales travaillent en permanence pour contacter de nouveaux clients et vendre de nouveaux produits. La gamme SikaCeram®, notre marque de colle carrelage, a été enrichie de nouveaux produits, tels que les joints de carrelage, ce qui a permis à Sika de rivaliser sur ce segment avec le leader actuel du marché. Dans le prolongement de cette initiative de vente croisée, Sika Chili a commencé à exporter ces produits vers des pays d'Amérique latine qui ne produisent pas de gamme complète et où les sociétés Parex n'existent pas.

En termes d'exploitation, la première initiative a été de transférer la production des mortiers du site de San Joaquin vers le site de Lampa, qui a une plus grande efficacité et une plus grande capacité de production. De plus, nous avons consolidé les opérations dans la zone Nord en fermant l'usine d'Arica et en déplaçant la production à Antofagasta, siège de nombreuses industries minières au Chili. Ces deux initiatives ont été conclues fin 2019.

Nous simplifions également notre portefeuille actuel de marques Parex pour définir les marques qui resteront à l'avenir, passant de six marques Parex à trois. En gardant les marques fortes, nous resterons facilement identifiables pour le client.

En ce qui concerne l'administration, nous nous efforçons de consolider les deux sociétés en une seule entité juridique en incluant Parex dans l'ERP Sika. Ce processus est toujours en cours et devrait se terminer d'ici la fin du deuxième trimestre 2020. Cette intégration ERP renforcera le sentiment d'avoir « une seule entreprise » opérant sous un seul système.



Formation de clients Sika dans l'usine Parex

# 40 NOUVEAUX DISTRIBUTEURS DEPUIS L'ACQUISITION

## QUELS SONT VOS FACTEURS CLÉS POUR UNE INTÉGRATION RÉUSSIE ?

L'intégration est une affaire de personnes et de processus, et il est important de comprendre le marché afin de prendre les bonnes décisions. Nous considérons que les facteurs clés de succès de cette intégration sont les suivants:

- Que les collaborateurs des deux entreprises soient ouverts d'esprit, reconnaissant et appliquant les meilleures pratiques, au lieu d'essayer d'appliquer leur façon habituelle de faire les choses.
- La plupart des collaborateurs ont compris que l'intégration était une opportunité importante développement professionnel.
- Nous avons désigné un cadre supérieur qui a été reconnu et accepté comme responsable de l'intégration par les deux entreprises et qui a coordonné le processus d'intégration
- Nous avons pu définir les plans d'action adaptés et allouer des ressources pour les rendre possibles
- Nous avons fixé des objectifs communs et commencé à travailler ensemble pour les atteindre

## QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES?

Jusqu'à fin mai, nous allons travailler à la consolidation de notre centre de distribution à Santiago, en passant de quatre sites différents dans la ville à un seul à Lampa, situé à proximité de l'usine.

Début juillet, les deux sociétés seront intégrées dans l'ERP, et la consolidation en une seule entité juridique sera achevée dans un délai de 30 jours.

La consolidation des opérations dans la zone sud, où nous visons à augmenter la production de mortier et à commencer la production d'adjuvants, est prévue pour 2021, avec de nouvelles installations à Concepción.

Et enfin, notre prochaine étape consiste à être une seule entreprise, Sika, avec deux fondements solides - l'héritage de Sika et l'héritage de Parex.

we are aiming to increase mortar production and start admixture production, is planned for 2021, with new facilities in Concepción.



# INTÉGRATION DES MARQUES PAREX



Reveal, une marque forte en Argentine dans le canal peinture, spécialisée dans les finitions texturées

Avec l'acquisition de Parex, 38 marques ont été ajoutées au portefeuille Sika et leur intégration interne a déjà commencé. Au cours des cinq prochaines années, la plupart des marques et produits Parex vont être intégrés dans la gamme de produits Sika. L'étape suivante consiste à planifier et à assurer une transition en douceur «dans les rayons».

Sika a identifié des marques fortes dans le secteur de la distribution et qui suivront donc un parcours de transition - de la marque au Packaging, puis au Marketing, à la Communication jusqu'à l'intégration complète, pas à pas. Cela garantit une communication (visuelle) claire avec le client et un transfert en douceur de la valeur de la marque vers Sika.

Le nouveau modèle d'intégration, ainsi que la transition de marque, sera également appliqué à l'intégration des autres sociétés acquises.

Pour la plupart des marques qui suivront cette phase de transition de la marque, le développement et la mise en œuvre du Packaging, du Marketing et de Communication ont déjà commencé. Celles qui restent à traiter sont en phase de planification.

22

MARQUES SERONT COMPLÈTEMENT INTÉGRÉES D'ICI 3-5 ANS

9

MARQUES SERONT COMPLÈTEMENT INTÉGRÉES EN 2020

38

MARQUES AU TOTAL

11

MARQUES DE DISTRIBUTION FORTES EN COURS DE TRANSITION

## EXEMPLES DE MARQUES EN COURS DE TRANSITION

Reveal en Argentine est principalement vendu dans les magasins de peinture, ciblant un nouveau type d'utilisateur final pour Sika : les propriétaires. Pour ce segment, Sika est perçu comme une marque technique, tandis que Reveal a davantage une image de marque émotionnelle. La combinaison de Reveal et Sika permettra aux deux marques de bénéficier des atouts de chacune et des avantages de leur image de marque respective.



Reveal, une marque forte en Argentine dans le canal peinture, spécialisée dans les finitions texturées

Portokoll au Brésil détient une part de marché plus élevée que Sika sur le marché des colles à carrelage. Le passage à une phase de transition de la marque permettra au marché de s'habituer à la marque Sika, qui soutiendra le développement de la gamme de colles carrelage SikaCeram®, car Sika prévoit de renforcer cette marque de produits au Brésil et dans toute la région.



D'autres exemples de packagings pendant la première phase de transition et d'intégration de PortoKoll (Brésil) et Seifert (Belgique) dans Sika

Seifert détient une part de marché élevée dans le secteur des façades sur son marché domestique en Belgique - un marché où Sika n'était pas présent jusqu'à maintenant. Là encore, les deux marques bénéficieront l'une de l'autre, Sika ayant accès à de nouveaux clients, et Seifert en faisant distribuer ses produits via le réseau de Sika, où Seifert n'était pas vendu auparavant.



# FAIRE PASSER LA POSE DE CARRELAGE AU NIVEAU SUPÉRIEUR

En tant que l'un des principaux fabricants de matériaux de pose de carrelage, Sika a mis en œuvre diverses initiatives dédiées aux carreleurs. Dans de nombreux pays, des formations sont organisées régulièrement pour partager des conseils techniques, enseigner les dernières technologies des produits et améliorer l'expertise et les compétences du carreleur.

En outre, Sika élargit et déploie désormais le concept Parex du «concours carreleur» dans d'autres pays. L'année dernière, la finale du premier concours international de carreleurs a été organisée par Davco Chine et s'est tenue à Guangzhou, rassemblant les gagnants des concours régionaux de Chine ainsi que les meilleurs carreleurs nationaux sélectionnés dans cinq pays participants - France, Australie, Argentine, Maroc et Paraguay.

Lors de la finale à Guangzhou, les champions du carrelage ont dû réaliser un projet technique en un temps limité, qui

a ensuite été évalué par un jury. Ce fut un grand moment pour tous les carreleurs participants et une expérience qu'ils n'oublieront pas. Non seulement pour les récompenses et reconnaissances qu'ils ont reçues (interviews télévisées et plus de 100 000 visiteurs qui ont regardé la compétition dans un grand centre commercial), mais aussi pour la merveilleuse opportunité de voyage et d'échange avec des collègues d'autres pays.

Chez Sika, nous valorisons les carreleurs et visons à promouvoir leurs talents et leur savoir-faire, sachant qu'un projet réussi est la combinaison d'un bon produit et d'un applicateur compétent. L'empreinte de la Distribution Sika dans nos 100 pays, combinée à l'expérience et à l'expertise de Parex avec près de 100 000 carreleurs formés dans le monde chaque année, soutient et stimule les efforts visant à porter les compétences des carreleurs au niveau supérieur.



Concours de carreleurs organisé à Sydney, en Australie, en septembre 2019

**100,000**  
CARRELEURS FORMÉS  
DANS LE MONDE  
CHAQUE ANNÉE



Concours international des carreleurs à Guangzhou, en Chine, en novembre 2019

**14 MILLION+**  
DE VUES DU CONCOURS  
CARRELEURS SUR LES  
RÉSEAUX SOCIAUX  
L'ANNÉE DERNIÈRE



Le nouveau joint époxy - application facile pour un résultat décoratif exceptionnel

## UN JOINT EPOXY EN CARTOUCHE

Pour tout nouveau produit, Sika encourage l'innovation pour rendre le travail des carreleurs plus facile et plus efficace.

Traditionnellement, les joints époxy sont connus pour leurs performances techniques, mais le nettoyage des résidus après l'application est souvent difficile. Grâce à l'expertise de Parex, Sika a lancé le SikaCerem®-850 Design. Grâce à son emballage pratique en cartouche bi-composants, il peut être appliqué comme n'importe quel mastic. Il en résulte moins de résidus par rapport à une application standard avec une taloche. Comme tout autre joint époxy, SikaCerem®-850 Design offre une résistance exceptionnelle aux taches, aux produits chimiques et à l'humidité. De plus, SikaCerem®-850 Design est livré avec un kit de nettoyage spécial pour fournir une finition parfaite et propre.

Le déploiement du SikaCerem®-850 Design a déjà commencé en Asie du Sud-Est et en Amérique latine, avec des packagings spécifiques et divers outils de lancement marketing.







Ouverture officielle du Golden Store, Février 2020

# BOUTIQUE SIKI GOLDEN STORE, SINGAPOUR

Grâce à Parex, Sika Singapour a fait équipe avec leur client de longue date, Aik Chin Hin (ACH), pour lancer le premier « Golden Sika Store » à Singapour.

Inauguré officiellement le 19 février 2020, le Golden Sika Store propose une large gamme de produits Sika soigneusement sélectionnés pour répondre à la demande du secteur de la distribution locale.

Le Golden Sika Store, situé dans la partie centrale de Singapour dans une zone industrielle animée, prend l'expérience

interactive classique et l'amplifie avec diverses expositions de produits dans le magasin. Cela permet aux clients qui arrivent sans rendez-vous de visualiser et de comprendre facilement les applications et l'utilisation de chaque produit. Cela leur permet ainsi de sélectionner le produit Sika adapté à leurs besoins.

Pour assurer le succès du Golden Sika Store, une formation produit régulière et des sessions d'application pratique sont données au personnel d'ACH pour lui permettre de répondre à toutes les demandes des clients et de fournir un bon service avant-vente et après-vente.

ACH dispose d'une grande équipe de vente intérieure et extérieure pour promouvoir les produits Sika auprès de son vaste réseau de clients de quincaillerie.

La marque Sika sera déployée dans les cinq succursales du réseau de magasins ACH et des cinq magasins Red Flag de Davco, augmentant la notoriété de la marque Sika dans le secteur de la distribution tout en faisant la promotion et le développement de la gamme de produits Sika sur le marché local.

**6**  
NOUVEAUX PRODUITS DÉJÀ LANCÉS À SINGAPOUR

# LES ACHATS GAGNENT

Marcos Vazquez, Responsable en chef des achats chez Sika, révèle à quel point le travail d'équipe a assuré des synergies importantes d'approvisionnement.

Les premières semaines après la clôture de l'acquisition ont été très intenses pour l'équipe Achats. L'approvisionnement était le domaine principal pour des gains rapides et le temps était essentiel pour commencer à générer les premières économies après l'acquisition. Notre principale priorité était de commencer à travailler de manière coordonnée avec l'équipe d'approvisionnement de Parex sur le plan de réalisation de la synergie, qui comprenait la vérification des données sur les dépenses consolidées, l'élaboration de plans d'action pour harmoniser nos matières premières et la préparation de négociations avec tous les principaux fournisseurs.

Après le premier jour, nous avons rapidement regroupé les équipes d'approvisionnement Sika et Parex aux niveaux mondial, régional et national, et commencé à travailler sur ces plans pour chaque pays et fournisseur. Dans un délai très court, nous avons pu développer une excellente ambiance d'équipe, avec des membres de l'équipe très expérimentés et professionnels partageant expertise et meilleures pratiques, tout en étant pleinement engagés pour atteindre nos ambitieux objectifs de synergie d'approvisionnement.

Grâce à ce formidable travail d'équipe, nous sommes fiers d'annoncer que nous avons réalisé d'importantes réductions de prix qui se traduiront par des économies de plus de CHF 14 millions sur une base annuelle. De plus, nous avons achevé l'intégration des équipes d'approvisionnement dans tous les pays et nous continuons de travailler sur des initiatives d'économies supplémentaires qui généreront de la valeur ajoutée en plus de ce que nous avons réalisé au cours de notre parcours d'intégration de 12 mois.



Marcos Vazquez

## FAITS MARQUANTS DE LA NÉGOCIATION

### PACKAGING

Les réductions de prix des fournisseurs Corporate ont été utilisées pour obtenir de meilleurs prix des fournisseurs locaux de sacs en papier. Les équipes d'approvisionnement locales et régionales de Parex et Sika ont négocié de meilleures conditions avec les fournisseurs locaux pour une consommation annuelle totale d'environ 50 millions de pièces. Les nouvelles conditions sont valables depuis octobre 2019.

CONSOLIDATION AU NIVEAU CORPORATE, RÉGIONAL & LOCAL

ÉCONOMIES ANNUELLES TOTALES DE CHF 500 000



### MATIÈRES PREMIÈRES

Le ciment alumineux a été renégocié pour l'ensemble du groupe Sika. La consommation mondiale de Sika a été mise à profit pour obtenir des réductions de prix importantes dans toutes les régions. Le responsable Groupe Global Materials de Sika a renégocié les volumes combinés Sika-Parex avec le soutien des équipes d'approvisionnement locales. Des volumes plus élevés et un potentiel de croissance commun ont permis de meilleurs prix. Les prix nouvellement convenus sont en vigueur depuis octobre 2019.

CONSOLIDATION DES VOLUMES COMBINÉS & POTENTIEL DE CROISSANCE

ÉCONOMIES ANNUELLES TOTALES DE CHF 250 000

La fumée de silice a été renégociée dans la région EMEA. Les volumes groupés de Sika et Parex ont été utilisés pour obtenir de meilleures conditions, y compris dans les pays non-Parex. De nouveaux prix sont appliqués depuis mars 2020.

CONSOLIDATION DES VOLUMES POUR UNE ÉCONOMIE DE MATIÈRES B PAREX

ÉCONOMIES ANNUELLES TOTALES DE CHF 150 000







PARNATUR®, le premier mortier à base de chanvre à isolation thermique et phonique «facile à pulvériser»

# SOUTENIR LA CONSTRUCTION DURABLE

Le développement durable fait depuis longtemps partie de l'identité de Sika. Avec l'intégration de Parex, l'entreprise a pu accroître encore sa force stratégique.

Le développement durable est une valeur clé et un élément central de la direction du groupe Sika depuis de nombreuses années. Grâce à l'innovation, les équipes Parex et Sika ont toutes deux contribué au développement d'une construction durable et renforcé son rôle dans le développement de nouveaux produits répondant aux exigences des clients, tout en réduisant l'impact sur l'environnement. Depuis la mi-2019, les initiatives de développement durable de Parex ont été intégrées dans les plans de Sika. Ces initiatives ont été fusionnées dans la stratégie globale de développement durable, la formulation des produits, l'engagement social, la santé et la sécurité au travail, ainsi que la gestion des ressources sur les sites de production.

## FOCUS STRATÉGIQUE SUR LA PERFORMANCE CLIMATIQUE

La transition vers une économie sobre en carbone a conduit à une focalisation stratégique accrue sur la performance cli-

matique et sur le développement de nouvelles technologies et pratiques opérationnelles. La stratégie développement durable de Sika «Plus de valeur - moins d'impact» (« More value - Less impact ») comprend l'objectif primordial de réduire de 12% les émissions de CO2 par tonne vendue jusqu'en 2023, ce qui est aligné sur les objectifs de réduction de la consommation d'énergie et d'eau, de réduction des déchets et d'augmentation du taux d'électricité d'origine renouvelable. Au cours du processus d'intégration, le programme de responsabilité sociale des entreprises Parex (CSR) «Building Responsibly», avec ses contributions au développement durable, a été revu et fusionné avec la stratégie de développement durable de Sika. Les initiatives conjointes visent à améliorer le développement durable des produits et leur durabilité ainsi qu'à optimiser la gestion des ressources afin de réduire l'empreinte environnementale globale pour Sika et ses clients.

Sika se concentre sur huit des dix-sept objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD des Nations Unies).

Ces huit objectifs sont alignés sur la stratégie de développement durable et soutenus par les initiatives qui conduisent l'exécution de la stratégie. L'ODD 13 «Action pour le climat» de l'ONU, par exemple, est soutenue par une utilisation accrue des énergies renouvelables, des émissions de CO2 réduites et des développements de produits ayant un impact positif sur l'empreinte carbone des clients.

## DE NOUVELLES SOLUTIONS POUR SOUTENIR LA CONSTRUCTION DURABLE

Dans le domaine des solutions durables, les projets impliquant l'utilisation de matières premières recyclées ou biosourcées sont privilégiés. De nouvelles solutions comme PARNATUR®, premier mortier à base de chanvre à isolation thermique et phonique «facile à pulvériser», contribuent à réduire la consommation d'énergie en favorisant l'utilisation d'agrégats biosourcés dans le bâtiment. Le béton de chanvre est une solution naturelle, car il a un coefficient de stockage de CO2 élevé et est entièrement recyclable. En outre, le Sika Global Technology Center pour les systèmes base ciment, un ancien centre de R&D de Parex situé près de Lyon, en France, travaille actuellement sur des liants alternatifs et des sables qui sont des sous-produits de la fabrication industrielle. L'équipe développe des formulations de produits pour, par exemple, la réutilisation et la valorisation des résidus de production ou des fines provenant des usines de mortier.

Les matières premières alternatives sont non seulement utilisées pour améliorer les performances de durabilité d'un produit, mais peuvent apporter des fonctionnalités supplémentaires telles que la résistance à l'abrasion.

## ENGAGÉ POUR L'ENVIRONNEMENT, LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ ET L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Plusieurs actions sont actuellement mises en œuvre pour réduire la consommation d'énergie sur les sites de production de Sika, telles que des mesures systématiques de consommation, l'optimisation de l'approvisionnement énergétique et l'amélioration des processus. Outre l'énergie, les déchets et la réduction de consommation de l'eau, la stratégie de développement durable 2023 se concentre également sur la santé et la sécurité au travail et Sika a adopté avec succès le modèle de «sécurité en ligne» de Parex. En partageant des informations sur les causes originelles et les mesures préventives, la base de connaissances a été étendue et notre capacité à éviter les accidents s'est améliorée.

L'initiative Parex, en partenariat avec «PUR Projet», une entreprise sociale française et experte dans la conduite de projets d'agroforesterie communautaire, de reboisement et de conservation, devrait voir le jour dans certains pays. Les objectifs sont l'atténuation des impacts du changement climatique, la préservation de l'eau et le soutien au développement des communautés locales.



Les experts en développement durable de la société Parex sont pleinement intégrés à l'équipe de développement durable de Sika

**15%**  
DE RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE PAR TONNE VENDUE D'ICI 2023

**12%**  
DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CO2 PAR TONNE VENDUE D'ICI 2023



PARNATUR® est conçu pour réduire l'utilisation de ciment dans la construction et pour réduire les émissions de CO2



# ENTHOUSIASME DES CLIENTS AUX PHILIPPINES

Christophe Lejeune, ancien Directeur Général de Parex Davco et nouveau Directeur Général de Sika Philippines, indique à quel point les clients sont enthousiasmés par l'étendue des gammes de produits.

## QUELLES SONT LES PLUS GRANDES ÉTAPES D'INTÉGRATION QUE SIKA PHILIPPINES AIT RÉALISÉES À CE JOUR?

Une priorité absolue pendant le processus d'intégration était de savoir comment gérer au mieux l'intégration des personnes au sein des deux organisations. Les entreprises disposaient de bonnes équipes et l'un des défis était de définir la meilleure structure dans laquelle les deux se compléteraient et tireraient parti des forces de l'autre pour mieux servir le marché et nos clients. Un point positif était que les cultures étaient similaires, ce qui a aidé pendant le processus d'intégration.

En examinant nos clients respectifs, nous avons pu voir que deux modèles commerciaux étaient utilisés : un modèle de distribution et un modèle de vente directe. Nous développons maintenant chacun des modèles en fonction du comportement du marché, en nous concentrant sur celui qui nous permet de continuer à servir les clients existants tout en en développant de nouveaux.

En ce qui concerne notre offre produits, les deux sociétés desservaient des segments différents avec seulement quelques produits concurrents, et chaque marque occupait une bonne position sur chaque Target Market. Un exercice sur la marque a été mené sous la direction du Corporate et avec le soutien de l'équipe régionale, et nous avons pu proposer une cartographie solide de chaque Target Market afin de développer le meilleur positionnement pour chaque marque. Cela nous a permis d'offrir une gamme de produits plus large sur tous les segments et nous avons atteint une position plus solide vis-à-vis de la concurrence.

En termes d'Opérations, nous exploitons maintenant deux sites distincts dans des lieux différents et ils sont désormais entièrement intégrés pour servir les clients plus efficacement, chaque site se concentrant sur une gamme de produits identifiée.

## EN QUOI CONSISTENT LES AVANTAGES LES PLUS SIGNIFICATIFS DE CETTE INTÉGRATION POUR LES COLLABORATEURS DE DAVCO?

Tout d'abord, je dois dire que l'intégration a été réalisée de manière très professionnelle et les employés de Davco ont

été impressionnés par la qualité du travail et l'esprit de collaboration réalisés au cours du processus.

Nous pouvons voir une organisation avec une structure améliorée et des rôles bien définis. Les politiques sont mieux définies, ce qui améliore les directives et la clarté des activités de chacun.

Sika a développé un certain nombre d'excellents outils tels que SikaWorld, qui donne accès à une expertise technique mondiale et à une mine d'informations. Les meilleures pratiques de chaque marché cible et des technologies sont partagées entre toutes les fonctions. Des modules de formation sont disponibles pour répondre aux besoins de chaque collaborateur.

## LES DEUX ENTREPRISES ONT UNE RÉPUTATION SOLIDE AUX PHILIPPINES. COMMENT LE MARCHÉ A-T-IL RÉAGI À L'ACQUISITION?

Jusqu'à présent, le marché répond très bien car les gammes de produits sont complémentaires et nous sommes désormais en mesure de fournir à nos clients une gamme complète de produits qui répondent à tous leurs besoins et exigences, du début d'un projet jusqu'à son achèvement.

Les clients sont ravis d'avoir accès à une gamme plus large de solutions de construction via un portail unique. Nous pouvons voir des clients passer des commandes sur les deux lignes de produits. En fait, ils y voient également une opportunité d'élargir leurs activités commerciales.



Christophe Lejeune et son équipe



Les équipes Sika et Parex d'Argentine et du Brésil ont travaillé ensemble au Revestir Expo, le principal salon au Brésil pour les architectes et les entrepreneurs

# RÉALISATIONS ET PROCHAINES ÉTAPES

Alors que nous célébrons la première année de la clôture de l'intégration de Parex et considérons nos succès, nous continuons à poursuivre la réalisation des synergies attendues.

Cette dernière année a été très chargée. En Chine par exemple, un nombre impressionnant de nouveaux points de vente et Shop-in-Shops ont ouvert. Tous les employés de Parex et de Sika ont dû apprendre de nouveaux marchés, de nouveaux produits et de nouveaux processus, tout en établissant des relations avec de nouveaux collègues et parfois même en déménageant.

Bien sûr, l'intégration n'a pas toujours été facile et avec plus de 500 initiatives à mettre en œuvre, il y avait nombre de défis à surmonter en cours de route. Mais grâce à la communication, à un esprit ouvert et à de la persévérance, tous les collaborateurs ont pu surmonter ces défis et jeter les bases d'une collaboration réussie.

Nous construisons maintenant la croissance future du groupe Sika. Il y a encore beaucoup de travail à faire, avec des sociétés à fusionner légalement, quinze systèmes ERP et

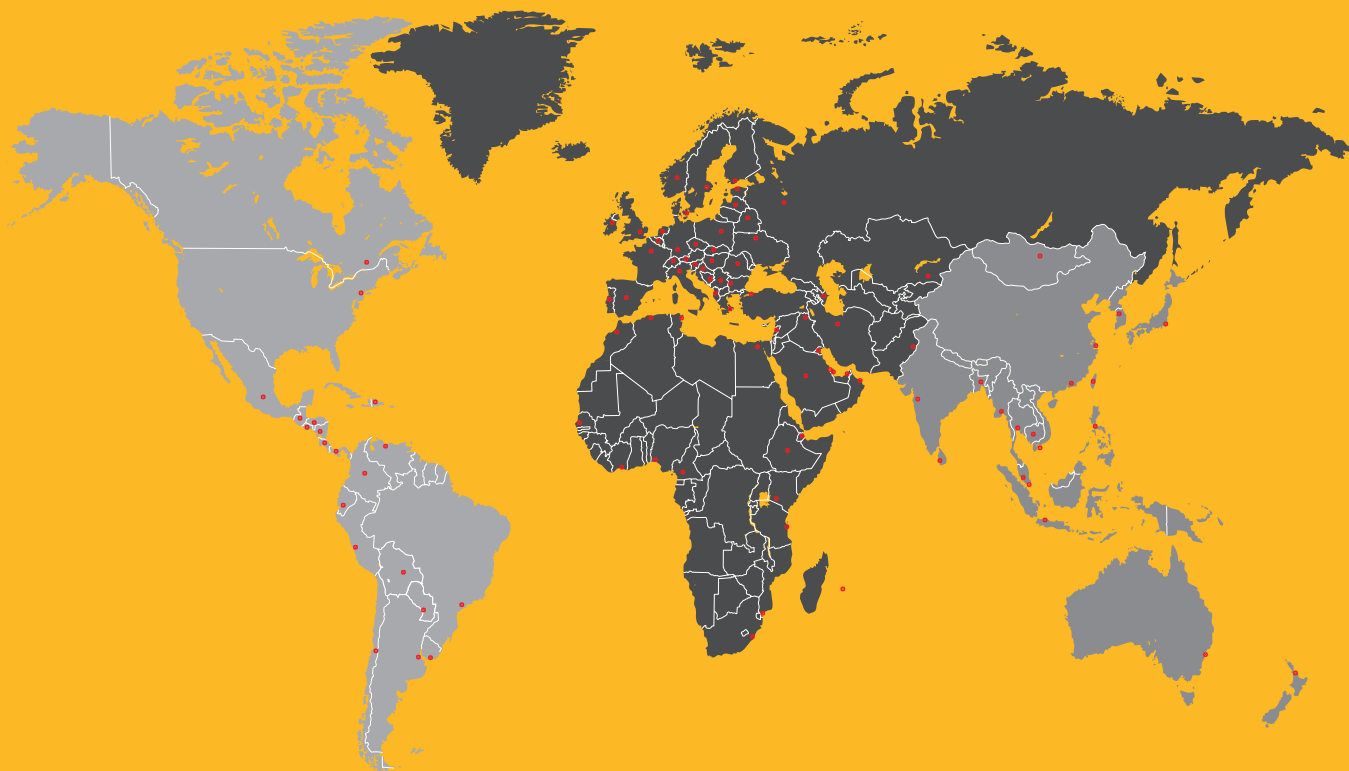
plus de trente marques à intégrer. Les équipes commerciales tireront parti des synergies de ventes croisées, tandis que le back-office renforcera ses opérations, dépensera mieux, achètera mieux et se concentrera sur les synergies SG&A.

Nous sommes convaincus que nous relèverons le défi de la crise sanitaire actuelle en tant qu'entreprise plus forte en poursuivant notre excellente collaboration.

**CHF 100 MILLION**  
DE SYNERGIES  
ATTENDUES POUR  
2023



UNE INTÉGRATION RÉUSSIE EN COURS  
DANS 23 PAYS - DE NOMBREUSES  
OPPORTUNITÉS ONT ÉTÉ IDENTIFIÉES  
POUR DÉVELOPPER NOTRE ACTIVITÉ.



DÉPLOYONS CES MODÈLES  
GAGNANTS ET CES RÉUSSITES DANS  
PLUS DE PAYS SIKA : ENSEMBLE NOUS  
SOMMES PLUS FORTS!

**SIKA AG**  
Zugerstrasse 50  
6341 Baar  
Switzerland

**Contact**  
Phone +41 58 436 68 00  
Fax +41 58 436 68 50  
[www.sika.com](http://www.sika.com)

**BUILDING TRUST**

