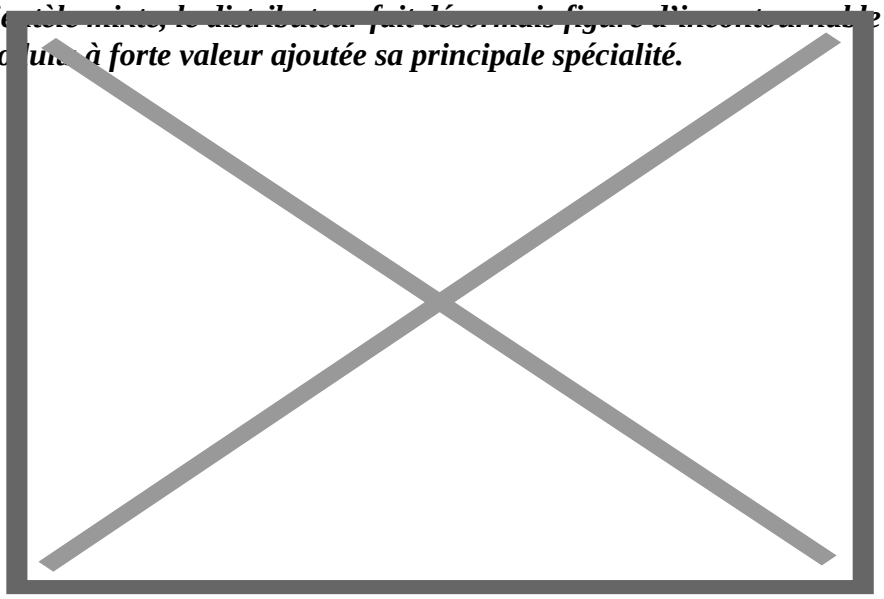
janvier 2015

Ets Vilatte

Le bois version valeur ajoutée

D'abord fournisseur de bois massifs à l'attention d'une clientèle regroupant exclusivement des menuisiers, les Etablissements Georges Vilatte (Sylvalliance) se sont ensuite spécialisés sur le mélaminé décor et sur le contreplaqué pour se positionner sur le secteur de l'évènementiel. Misant depuis sur cette clientèle mixte, le distributeur fait désormais figure d'incontournable en région parisienne et a fait des produits à forte valeur ajoutée sa principale spécialité.



Responsable départemental des eaux et forêts jusqu'en 1946, et après plusieurs expériences professionnelles sur les marchés de l'importation et de la distribution de bois, Georges Vilatte ouvre dans les années 1950 son propre négoce sur la commune de Châtillon, au sud de Paris. L'entreprise baptisée Etablissements Georges Vilatte est alors spécialisée dans la commercialisation de plots et d'avivés en bois massifs, notamment les essences de feuillus et de résineux. Au début des années 1980, Jean-Jacques Vilatte prend la succession de son père à la tête de l'entreprise. Très vite, il développe l'activité panneaux et se positionne comme l'un des spécialistes parisiens du contreplaqué okoumé. Il établit une relation commerciale forte avec Isoroy qui, à l'époque, dispose d'une gamme qui était l'une des plus large et des plus profonde du marché. S'adressant historiquement aux menuisiers traditionnels, le distributeur séduit alors une nouvelle typologie de clients à savoir les standistes et autres professionnels présents sur les secteurs de l'évènementiel et des métiers du décor.

En 1991, du fait de son développement important, l'entreprise déménage vers un autre site de la commune dont la surface de 7 000 m2 est davantage propice à son expansion. Aujourd'hui, les Etablissements Georges Vilatte comptent une vingtaine de salariés et rayonnent sur une zone de chalandise d'environ 50 kilomètres autour de Paris avec, paradoxalement, une concentration de l'activité sur le nord de la capitale qui compte plus de zones d'activités et d'industries que le sud.

Un expert du contreplaqué

Compte-tenu de sa typologie de clientèle et de l'évolution de son offre (labellisée PEFC), l'entreprise est

aujourd'hui considérée comme un hyper spécialiste du contreplaqué et propose de nombreuses références, tant standards que spécifiques (marine, feu, bardage…) dans des épaisseurs de panneaux allant de 3 à 40 mm. Cette notoriété est d'ailleurs telle que le distributeur peut parfois être le fournisseur d'autres négoces. En plus du contreplaqué okoumé, peuplier ou standard, l'offre panneau (75% du CA) regroupe des références de MDF mais aussi de mélaminés tant en blanc qu'en décor. « Nous nous positionnons peu sur le marché du mélaminé blanc à l'exception de produits techniques ou au format très particulier. Nos clients sont en effet demandeurs de panneaux délivrant des résistances mécaniques fortes et répondant à des normes spécifiques, ainsi une part significative de notre chiffre d'affaires est réalisée avec les MDF et les contreplaqués dits « extérieurs » ou « Euroclass B (M1) ». C'est pourquoi, concernant les contreplaqués, nous faisons volontairement abstraction des références twin qui, bien qu'elles possèdent des faces en okoumé, ont des performances de contreplaqués peuplier » explique Frédéric Vilatte présent dans l'entreprise depuis 2007 et venant de prendre la succession de son père.

Malgré une offre en panneaux qui s'est rapidement élargie, le distributeur n'a pas pour autant délaissé son référencement de bois massifs (25% du CA). En effet, les Etablissements Georges Vilatte possèdent un stock exhaustif de sapin du nord (65% du CA bois) pour la menuiserie, important de bois de pays (25% du CA bois) destinés à la fabrication de charpentes et de coffrage avec essentiellement deux essences (chêne et sapin) ainsi que de nombreuses essences commercialisées en plots ou avivées (5% du CA bois) comme le chêne, le sipo, le sapelli, le châtaignier, le frêne, le hêtre, le merisier, le meranti, le teck…. Cette offre en bois massifs est complétée par des sections usinées (5% du CA bois) pour la fabrication de marches d'escaliers, de plans de travail, de tablettes, de portes ou encore de terrasses et de bardages.

Une clientèle exclusivement professionnelle

Réalisant 90% de son chiffre d'affaires en livraison, l'entreprise accueille peu de professionnels sur son dépôt. De ce fait, le libre-service regroupe uniquement les 20/80 du menuisier, c'est-à-dire des vis, de la colle à bois, de la quincaillerie d'agencement et des produits de traitement. « Nous n'attirons pas les particuliers car cela nécessiterait de modifier la disposition du dépôt pour accueillir du public, la création d'une véritable salle d'exposition, la mise en place d'une structure commerciale dédiée, d'une politique tarifaire spécifique, et l'ouverture le samedi… », explique Frédéric Vilatte.

Revenir au bâtiment

Longtemps présents sur le marché du bâtiment avec sa clientèle de menuisiers, les Etablissements Vilatte se sont ensuite pleinement orientés vers les métiers de l'évènementiels, les standistes allant jusqu'à représenter, à eux seuls, près de 75% du chiffre d'affaires de l'entreprise. Afin de mieux équilibrer la répartition de ses clients dans ses résultats et ainsi prévenir les éventuelles difficultés que peuvent rencontrer les secteurs de l'événementiel ou du bâtiment, le distributeur a depuis plusieurs années recentré sa stratégie commerciale autour de son offre bois. « En plus de vendre du bois en plot ou en avivé, nous nous orientons de plus en plus sur du spécifique pour valoriser notre offre. Pour cela, nous nous appuyons sur un site d'usinage situé en Dordogne, à 20 kilomètres de Brive-la-Gaillarde, qui, depuis 1970, effectue toutes les opérations de rabotage et de découpe mais uniquement pour le compte des Etablissements Vilatte », explique Frédéric Vilatte. Ce site de menuiserie sert également à fabriquer les tasseaux et blocs-portes standards proposés par le négoce « ainsi que toute série de produits spécifiques. Cela nous permet d'une part de conserver des marges intéressantes mais aussi d'offrir à nos clients plus de souplesse et de réactivité. Notre objectif est de tendre vers un équilibre de notre chiffre d'affaires entre clients événementiels et clients traditionnels du bâtiment ».

Flexibilité commerciale

En plus de son centre d'usinage, le distributeur peut également compter sur sa force de vente pour accompagner ses clients. Regroupant aujourd'hui un commercial sédentaire et trois techni-commerciaux itinérants (un technicien en menuiseries, un technicien multiproduits et un commercial polyvalent), ce service

est principalement chargé d'entretenir les relations commerciales avec les clients et de présenter l'étendue de l'offre du distributeur. « S'il est vrai que nous commercialisons des produits techniques, leur mise en œuvre est en revanche familière pour nos clients. Le rôle technique de nos ATC se résume donc surtout dans la préconisation du bon produit pour la bonne application ». Bien évidemment, ces « bons » produits doivent impérativement être stockés et disponibles de suite, le secteur de l'évènementiel nécessitant le plus souvent des besoins immédiats. C'est également de plus en plus le cas pour la clientèle du bâtiment. « Nous prenons les commandes jusqu'à 19 heures et les feuilles de tournées sont éditées le matin afin que nos quatre camions (dont un pour Paris intra-muros) puissent commencer à livrer dès 6h du matin. Les commandes urgentes peuvent ainsi être traitées le plus vite possible même si cela doit nécessiter la modification du plan de tournée. De cette façon, nous cherchons toujours à trouver une solution pour nos clients et à ne jamais leur dire non », précise Frédéric Vilatte.

Miser sur la valeur ajoutée

Si depuis son arrivée, les résultats de l'entreprise ont toujours été en conformité avec les objectifs fixés, Frédéric Vilatte reconnaît néanmoins que 2013 a été un tournant. « Compte-tenu du manque de visibilité économique, tout ce qui touche à la communication, et donc à l'évènementiel est passé au second plan. Nous avons donc dû faire face à la baisse significative du carnet de commande de nos clients standistes à laquelle s'est ajoutée la concurrence en provenance d'autres pays européens. Des entreprises étrangères viennent concurrencer nos clients franciliens grâce à une main d'œuvre moins chère et un approvisionnement sur leur marché national qui leur permettent d'assurer des prestations de plus ou moins bonne qualité mais 20% moins chère », explique le dirigeant. Cette année là, le distributeur a également dû gérer le départ d'un de ses commerciaux en charge de clients stratégiques. « Nous avons confié ces clients à un de nos trois commerciaux qui a été promu responsable de notre force de vente. Cela nous a ainsi permis de remettre de l'ordre dans notre politique commerciale tout en optimisant les échanges entre nos ATC. Nous sommes finalement parvenus à trouver une bonne alchimie commerciale ».
Concernant l'offre, le distributeur souhaite conserver ses familles de produits actuelles et entend poursuivre sa politique de stockage important tout en offrant encore plus de valeur ajoutée aux produits. Pour autant, il n'exclut pas de référencer de nouvelles gammes pour anticiper les besoins de ses clients. Par exemple, récemment, la force de vente a reçu une formation dédiée aux panneaux acoustiques. Bien que nécessitant des délais de décision plus longs du fait de leur technicité et de la prise en compte du facteur esthétique, ces panneaux doivent permettre aux Etablissements Vilatte de se positionner sur de nouveaux marchés pour ensuite proposer son offre traditionnelle.

Nicolas Desbordes