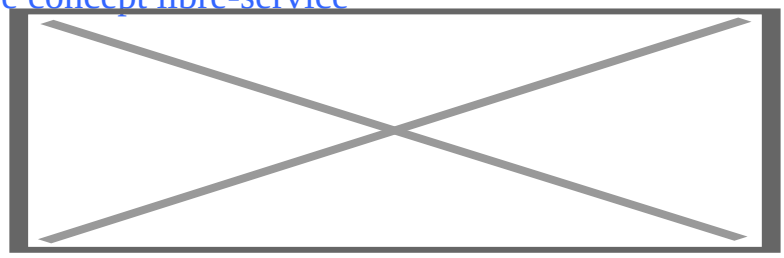
juillet 2010

Gediralp

Le concept libre-service



Le groupement Gedimat qui rassemble 200 adhérents pour 422 points de vente a, depuis trois ans, orienté son développement sur l'essor de son référencement libre-service. Pour cela, il s'est appuyé sur sa plate-forme de stockage Gediralp qui, outre la gestion des nouveaux produits, a élaboré un plan de vente entièrement dédié avec pour ligne directrice le rapprochement des adhérents avec les industriels.

A l'heure où la gestion des livraisons est devenue un axe essentiel de performances et de pérennité pour les négoces matériaux, la centrale Gedimat a opté, depuis 1991, pour une logistique centralisée en rachetant deux centres logistiques, à Arras (62) pour la moitié nord de la France et à Heyrieux (38) pour le sud, aujourd'hui reconnus sous le nom de Gedinor et Gediralp. Cette dernière avait été créée en 1972 par des négociants indépendants de la région qui s'étaient regroupés pour bénéficier de conditions d'achat plus avantageuses auprès de différents fournisseurs. En 1992, cette structure est transférée à Reventin-Vaugris, un site plus vaste construit en lieu et place d'une ancienne cartonnerie mais aussi mieux desservi car proche de l'autoroute A7 et du péage de Vienne-Reventin.

Des plates-formes multi-spécialistes

Lors de leur rachat, ces deux plates-formes sont multi-produits et ont une vocation régionale pour optimiser les livraisons en fonction de la situation géographique des points de vente. Les magasins du nord sont alors exclusivement livrés par Gedinor et ceux du sud par Gediralp. Toutefois, pour répondre à l'évolution de l'offre présente au sein des négoces matériaux qui aboutit à une multiplication des gammes, Gedimat ne peut se résoudre à effectuer cette politique de double stockage. La centrale décide donc de spécialiser ces deux entités par familles de produits : Gedinor pour l'offre en menuiserie puis en aménagement extérieur – un rayon en plein développement qui donne lieu à la sortie, en 2004, du premier catalogue Gedimat dédié à ce type d'offre – et Gediralp pour les gammes carrelage et l'univers de la salle de bains.

Un nouveau référencement : le libre-service

En 2008, la centrale décide d'axer son développement autour de l'offre libre-service, tant pour amener de nouveaux produits dans les linéaires que pour optimiser leur rotation et éviter les ruptures de stocks. A l'époque, ces dernières sont en effet fréquentes car le libre-service demeure un rayon qui s'autogère avec un suivi des vendeurs trop irrégulier par rapport à d'autres univers. La décision est finalement prise d'intégrer à Gediralp en complément des gammes de peintures le stockage des produits destinés au libre-service.

Pour définir les gammes qui entreront dans ce référencement, la centrale entame de nombreuses discussions avec les commissions d'adhérents et différents industriels. Une fois les accords trouvés, les réunions se poursuivent pour élaborer un plan de vente spécifique. Le service merchandising de la centrale élabore alors trois planogrammes en fonction de la taille des magasins : G1, G2 et G3, ce dernier recevant tous les produits

libre-service stockés sur Gediralp. Pour le choix des fournisseurs, la plate-forme a fait confiance à des industriels qui disposent déjà d'une grande notoriété et qui sont prêts à répondre aux conditions tarifaires d'entrée.

Aménager la plate-forme

Pour introduire ce nouveau référencement au sein de son bâtiment, Gediralp a dû procéder, il y a trois ans à un agrandissement de sa surface avec 3 500 m2 supplémentaires dont 800 m2 de locaux commerciaux via la construction d'un nouveau bâtiment. Un showroom a été créé dans lequel sont présentés les nouveaux produits salle de bains et carrelage mais aussi les nouveautés libre-service. Ces dernières sont présentées dans les mobiliers spécifiques qui donnent aux adhérents un aperçu du rayon. Bien que destiné avant tout aux adhérents, ce showroom permet également au service merchandising de la centrale de réaliser les différents outils d'animation pour le rayon libre-service.

Pour l'espace de stockage, l'agrandissement s'est traduit par la construction d'une mezzanine sur trois niveaux de 700 m2 chacun. Chaque étage regroupe des produits bénéficiant d'un taux de rotation comparables avec au niveau inférieur les références qui tournent fréquemment et au niveau supérieur celles dont la rotation est limitée. A noter que les deux premiers niveaux sont équipés de racks dynamiques qui se chargent par l'arrière pour faciliter leur remplissage. Par ailleurs, chaque marque dispose de sa propre identification par code barre et peut donc être placée sur plusieurs étages en fonction de la rotation des références. En revanche, lors de la préparation de la commande, les produits d'une même marque sont regroupés au sein d'un même bac. Les bacs sont posés sur un chariot (neuf bacs maximum) qui correspond à la livraison d'un adhérent.

Accompagner les adhérents

Outre l'aspect logistique, le développement du référencement libre-service a demandé une réorganisation humaine et la mise en place de nouveaux outils pour les adhérents qui souhaitent collaborer avec la plate-forme. Comptant auparavant une dizaine de salariés, Gediralp s'appuie aujourd'hui sur 80 collaborateurs (contre 120 à Gedinor) répartis entre le service logistique et le service commercial. Outre la gestion des approvisionnements, ce dernier est chargé d'accompagner l'adhérent et de gérer les devis avec les fournisseurs, les demandes de service après-vente, la tarification… Par ailleurs, les services comptabilité et ressources humaines, tous deux basés à Gedinor sont communs aux deux sites. Et pour gérer l'évolution des planogrammes, Gedimat a créé une commission spécifique qui regroupe les adhérents et le service merchandising. Outre les questions propres au référencement, le service merchandising mesure également la rentabilité du linéaire et surveille les ruptures de stock et la rotation des produits.

En ce qui concerne les outils, Gedimat a élaboré un classeur qui reprend l'ensemble des familles de produits du libre-service avec les photos et les informations de base sur toutes les références. Ces données sont reprises sur l'espace Intranet réservé aux adhérents. Pour suivre l'évolution des produits et assurer la formation des vendeurs sur les nouveautés, Gediralp a souhaité rapprocher les adhérents des industriels. Pour cela, l'une des conditions pour bénéficier du référencement libre-service est l'obligation pour les industriels de visiter les négoces des adhérents et de proposer des actions de formation à destination des vendeurs libre service.

Commandes gérées informatiquement

Pour effectuer leur approvisionnement, les adhérents se connectent à un espace Intranet via lequel ils passent une commande globale sans se soucier du lieu de stockage des produits. En effet, pour une plus grande facilité d'emploi, la répartition des commandes entre Gedinor et Gediralp est gérée automatiquement. Outre la prise directe des commandes, cet espace permet également aux adhérents d'avoir accès à l'état des stocks, l'édition du bon de livraison (avant que cette dernière ne soit réalisée pour faciliter le déchargement des camions), la saisie des demandes de retour, la liste des emballages consignés… La livraison s'effectue

ensuite de la plate-forme au rythme d’une par semaine minimum pour chaque magasin. Il se peut toutefois que des commandes soient regroupées au sein d’une plate-forme pour réaliser de l’appoint et éviter le transit de petites commandes.

Viser une trentaine de fournisseurs

Aujourd’hui, les deux plates-formes regroupent 230 fournisseurs dont 20 pour le libre-service. En 2009, sur ce nouveau référencement libre-service, Gediralp a réalisé 3,5 millions d’achats de nouveaux produits et a référencé pas moins de quatorze fournisseurs. Pour 2010, la plate-forme ambitionne d’attirer une dizaine d’industriels supplémentaires et de doubler le chiffre d’affaires propre au libre-service. Depuis le début de l’année, cinq fournisseurs de produits libre-service ont déjà été intégrés ainsi que trois autres spécialisés en appareillage et quincaillerie électrique.

Outre un référencement ambitieux, Gediralp compte également convaincre les adhérents d’exploiter au maximum le rayon libre-service et d’augmenter la fréquence de leurs commandes tout en attirant ceux qui ne fréquentent pas encore les gammes libre-service de la plate-forme. Pour cela, elle dispose désormais du recul nécessaire pour exposer ses atouts, à savoir une rotation optimisée des produits et l'absence de frais de port sur les produits expédiés. Nicolas Desbordes

Disposant de trois enseignes de négoces matériaux sur la région parisienne, le groupe CRH a décidé d’éclaircir sa visibilité en les regroupant sous une seule entité : Raboni. Outre une clarification du maillage régional, cette initiative doit permettre au groupe d’asseoir sa position de challenger sur ce secteur.