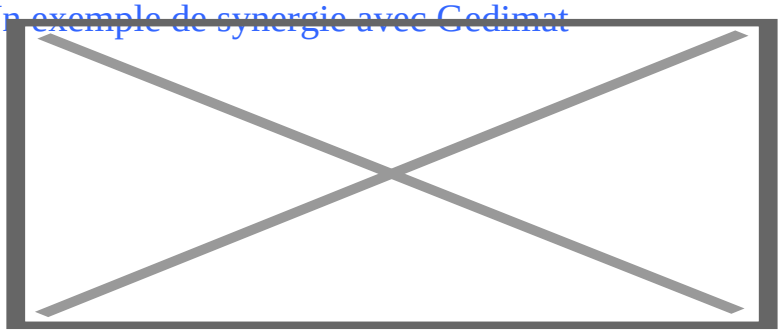
septembre 2011

Millancourt et Nicolas

Un exemple de synergie avec Gedimat



Au départ acteur local dans la fabrication de produits béton, la société Millancourt et Nicolas est aujourd'hui un réseau de négoces matériaux reconnu du nord de la France. Adhérent Gedimat depuis plus de trente ans, elle a su profiter du soutien de l'enseigne pour se développer tout en perpétuant son image d'indépendant, une stratégie commerciale qui lui permet aujourd'hui de répondre avec précision aux attentes de ses clients, qu'ils soient professionnels ou particuliers.

En 1954, M.Millancourt et M.Nicolas décident de s'associer et de se lancer dans la fabrication de parpaings et de produits béton. Installée à Gamaches dans le département de la Somme, la société connaît un développement progressif qui amène ses deux fondateurs à envisager eux-mêmes la commercialisation de leur production. Au fur et à mesure que leur expérience dans la vente progresse, ils étendent leur offre à l'ensemble des besoins des professionnels du bâtiment, du second-œuvre jusqu'à la construction, et se présentent autant comme des négociants en matériaux que comme des fabricants de béton.

Adhésion à Gedimat

En 1978, après avoir ouvert deux nouvelles agences au Tréport (80) et à Aumale (80), M.Millancourt et M.Nicolas souhaitent structurer leur activité distribution. Ils adhèrent alors à Gedimat qui leur apporte une meilleure gestion du référencement (choix des produits, amélioration du plan de vente…). Bénéficiant désormais d'une forte notoriété locale, la société Millancourt et Nicolas participe, avec six autres négociants matériaux du nord de la France, à la création d'une centrale d'achat régionale. Reprise depuis par Gedimat sous l'entité Gedinor, elle sert de plate-forme logistique pour tous les adhérents nordistes de l'enseigne.

Face au succès que rencontre l'agence du Tréport, M.Millancourt et M.Nicolas décident, avec la participation financière de Gedimat, de déménager l'agence et de la transférer dans la commune voisine de Eu (76). Cela lui permet de bénéficier d'une zone chaude (libre-service et zone d'exposition) plus vaste, environ 1 700 m2 mais aussi de créer une nouvelle dynamique. En effet, le dépôt d'Eu est la première agence de l'enseigne conçue selon le principe du « trèfle », c'est-à-dire avec une zone chaude et une zone froide (stockage) qui font face respectivement au parking clients et à la cour des matériaux. Les bâtiments couverts et l'espace extérieur sont délimités par une rue de circulation qui permet aux clients de rentrer directement dans la cour des matériaux avec leur véhicule ou de charger leur commande depuis la zone de stockage.

Reprise et nouveau départ

En 1993, M.Millancourt et M.Nicolas aspirent à leur retraite mais, n'ayant pas de repreneurs familiaux

susceptibles de reprendre l'activité négoce, leur succession s'annonce difficile. Au final, la société est scindée en deux et l'activité fabrication est reprise par un des fils de M.Nicolas. Concernant l'activité distribution (dont le chiffre d'affaire s'élève alors à 17 millions d'euros), les deux fondateurs insistent pour que les points de vente restent sous l'enseigne Gedimat. Ils lui confient alors la mission de trouver un repreneur capable de perpétuer le dynamisme commercial de l'entreprise. Gedimat se tourne finalement vers Michel Leroux qui, du fait de son expérience professionnelle, présente toutes les qualités requises pour relever le défi. En effet, après avoir mené des hautes études commerciales dont un cursus dédié à la création de société, il occupe pendant trois ans le poste de directeur d'agence au sein du groupe parisien Matériaux Service. Désireux de mener sa propre entreprise, il prend contact avec Gedimat qui lui propose dans un premier temps le poste de directeurs des agences de l'entreprise Millancourt et Nicolas avant de l'aider à engager sa reprise. L'enseigne fait alors l'acquisition du fonds de commerce et des bâtiments.

Le 1er avril 1996, Michel Leroux créé une nouvelle entreprise qui loue le fonds de commerce à Gedimat, l'enseigne lui louant les bâtiments. Cette entente avec Gedimat lui permet de s'appuyer sur un partenaire financier crédible qui, via des prêts participatifs, rassure les organismes bancaires sur le court et le long terme.

Développement d'un réseau régional

Au moment de son rachat, la société Millancourt et Nicolas compte trois agences à Gamaches, Eu et Aumale. Fraîchement arrivé à la présidence de l'entreprise, Michel Leroux souhaite développer ce réseau pour devenir un acteur référence de la région picarde. Il entreprend alors, toujours avec l'appui de Gedimat, une forte politique de croissance externe qui l'amène à reprendre une GSB basée à une quinzaine de kilomètres d'Eu, à Friville (80), qu'il transforme rapidement en négoce matériaux. En 2005, il crée deux agences à Oisemont et Montdidier, tous les deux dans la Somme, puis un second point de vente en Seine-Maritime. En 2009, malgré la crise, il reprend les magasins de Nesle et de Villiers Bretonneux (près d'Amiens) jusque-là sous enseigne Réseau Pro.

L'apport de Gedimat a également permis à Michel Leroux de consolider les points de vente historiques. Les dépôts de Eu (2001) et de Gamaches (2005) ont ainsi été agrandis et entièrement rénovés pour répondre aux attentes de leurs clients.

Aujourd'hui, le réseau Millancourt et Nicolas réalise un chiffre d'affaires cumulé de 54 millions d'euros avec neuf agences dont cinq (soit 75% du chiffre d'affaires) sont situées sur un territoire géographique long d'une vingtaine de kilomètres d'est en ouest pour quarante kilomètres du nord au sud, l'agence la plus importante étant celle d'Eu qui réalise à elle seule un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros, soit un tiers du CA total de l'entreprise.

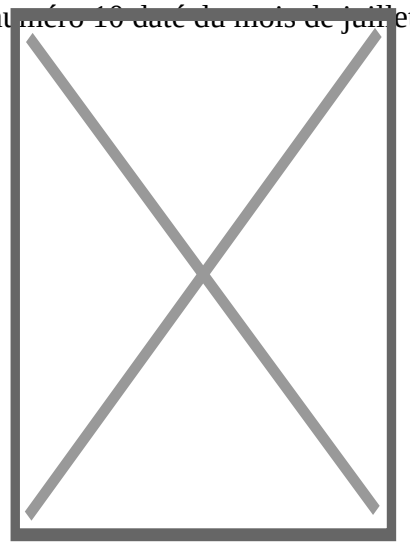
Des spécificités locales

Pour éviter la concurrence entre ces dépôts situés sur la même zone commerciale, Michel Leroux joue la carte de la spécificité locale plutôt que celle de l'homogénéité totale. Par exemple, la part dans le chiffre d'affaires des clients professionnels, qui sur l'ensemble du réseau est estimée à 60%, peut varier de 85% (Gamaches) à 30% (Oisemont). Cette répartition de clientèle influe directement sur l'offre des agences, certaines bénéficiant de spécialités comme le magasin de Gamaches qui a une forte orientation plancher avec une offre bois importante (parquets, lambris…) ou encore celui d'Eu. Ce dernier propose une large gamme en éléments de couverture qui répond ainsi aux besoins des couvreurs de la région, offre sans laquelle le point de vente serait majoritairement fréquenté par des particuliers pour lesquels l'agence joue le rôle de grande GSB. A noter que la taille des agences peut également varier de cinq (Nesle) à cinquante-cinq personnes (Eu), la moyenne du réseau étant de quinze collaborateurs par agence, l'entreprise comptabilisant au total deux cents salariés.

Une offre propre à Gedimat

Malgré ces différences, toutes les agences Millancourt et Nicolas intègrent le plan de vente type Gedimat. Elles abritent ainsi d'un libre-service d'une surface moyenne de 800 mètres carrés qui reprend un référencement complet en outillage et consommables (18% du chiffre d'affaires), une salle d'exposition d'environ 1 200 mètres carrés qui met en avant l'offre en carrelage, sanitaire et menuiseries (25% du CA) et d'une cour des matériaux (la surface varie sensiblement selon l'emplacement du point de vente) qui couvre tous les besoins des clients en produits béton, agrégats, éléments de couvertures, bois d'ossature…(57% du CA). A noter que depuis sa rénovation en 2001, l'agence d'Eu bénéficie d'une zone chaude particulièrement étendue avec un libre-service de 1 800 mètres carrés et une zone d'exposition de 1 200 mètres carrés qui, du fait de la notoriété et de la typologie de clientèle du dépôt, intègre également un showroom entièrement dédié à l'univers de la cuisine.

Pour l'approvisionnement de leurs produits, les agences Millancourt et Nicolas s'appuient sur la plate-forme de stockage Gedinor pour toute la menuiserie et sur Gediralp (que nous avions largement présenté dans notre numéro 10 daté du mois de juillet 2010) pour le référencement en carrelage et libre-service



Des services aux couleurs de l'enseigne

En plus d'un référencement en parfaite concordance avec les lignes directrices de Gedimat, la société Millancourt et Nicolas bénéficie de nombreux services qui permettent d'entretenir une grande proximité avec ses clients. Concernant la disponibilité des produits, Michel Leroux a effectué un large travail sur la gestion des stocks avec un plan de stockage plus important que la moyenne nationale des agences Gedimat qui lui permet aujourd'hui de limiter au maximum les taux de rupture des produits. Pour les livraisons, la société joue sur la proximité entre les agences afin de répondre aux exigences des clients (notamment les constructeurs de maisons individuelles qui nécessitent des délais de livraison rapides) mais aussi réduire les coûts de transport. Elles sont ainsi organisées depuis l'agence la plus proche de l'adresse de destination. La seule exception est le dépôt de Gamaches qui, du fait de son orientation professionnelle et de sa taille qui l'oblige à posséder sa propre flotte de camions, assure les expéditions de commandes sur les chantiers des professionnels ou au domicile des particuliers pour les deux dépôts voisins de Oisemont et de Friville, dont la clientèle est plus grand-public. L'agende de Gamaches joue de ce fait le rôle de plate-forme logistique et partage ses attachés commerciaux avec ces points de vente.

Un adhérent engagé

Concernant l'animation de leur magasin, chaque entité réalise toutes les campagnes de promotion mises en place par Gedimat. L'entreprise joue également la carte de l'indépendance et met fréquemment en place des actions plus personnelles comme des promotions uniquement consacrées au libre-service qu'elle organise

avec trois voire quatre autres dépôts Gedimat du nord de la France. Michel Leroux tient à garder des relations étroites avec ses confrères afin d'échanger sur l'activité économique de leurs magasins (et donc de relativiser sur les baisses ou augmentations soudaines d'activité) mais aussi pour créer un noyau dur d'adhérents qui travaillent ensemble lors des commissions nationales.

Nicolas Desbordes