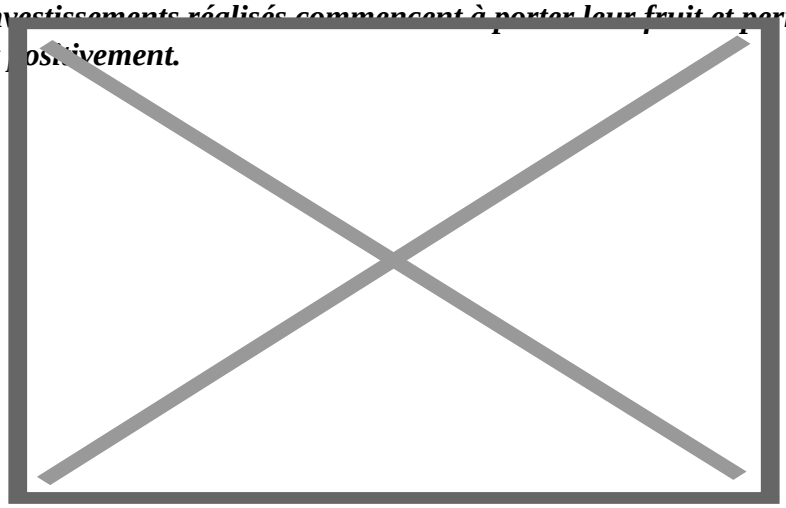
janvier 2013

Bouney

De grandes ambitions pour une meilleure satisfaction clients

Longtemps installée dans le centre-ville d'Anglet, la société familiale Bouney a déménagé à l'été 2008 pour s'implanter aux portes de la ville sur un site plus important. Grâce à ce transfert d'activité, l'entreprise a pu accroître sa capacité de stockage en bois massifs, panneaux et dérivés pour offrir à ses clients artisans un choix plus vaste et une meilleure disponibilité. Aujourd'hui, les nombreux investissements réalisés commencent à porter leur fruit et permettre à Bouney d'aborder 2013 sereinement et positivement.



En 1950, Albert Bouney installe, dans sa ville d'Anglet (64), son propre atelier de menuiserie. Basé dans un bâtiment de 1 000 mètres carrés, il effectue divers travaux d'ébénisterie mais stocke également du Pin des Landes, une essence qui lui tient particulièrement à cœur. En effet, en marge de ses opérations artisanales, il réalise une petite activité négoce en revendant les bois à ses confrères menuisiers-ébénistes de la zone BAB, Bayonne-Anglet-Biarritz. En 1961, suite à des problèmes de santé, il est rejoint par son fils Francis, alors douanier à la frontière franco-belge, qu'il convainc finalement de rester à ses côtés. En contrepartie, ne bénéficiant pas du savoir-faire menuiserie de son père, Francis Bouney décide de miser sur ses connaissances commerciales pour développer davantage l'activité négoce, au détriment de l'activité artisanale.

S'imposer en tant que négoce bois-panneaux

Grâce à l'achat de bois de grande qualité, l'entreprise acquière rapidement une grande notoriété en tant que négociant bois et doit rapidement faire face à une demande en constante augmentation. En 1966, l'espace de stockage venant à manquer, elle est contrainte de déménager et s'installe sur un terrain de 7 000 mètres carrés situé dans le centre-ville d'Anglet. Outre un stockage plus important, cette implantation permet à la société Bouney de se diversifier et de se généraliser en proposant d'autres essences comme tous les bois de pays mais aussi des panneaux de contreplaqués et d'agglomérés bois, des menuiseries industrielles… Elle investit alors dans un premier chariot élévateur et fait l'acquisition de son premier camion qui lui permet de livrer hors du BAB. En 1969, l'entreprise s'agrandit de nouveau avec la construction, sur un terrain voisin, de hangars qui permettent d'augmenter le volume de stockage. Ce dernier s'étoffe une fois de plus en 1990 avec l'achat d'un terrain situé dans le quartier du Redon à proximité du port de commerce afin de réceptionner en direct les bois du Nord acheminés par bateaux. Dans le même temps, devenu un acteur important de la distribution bois sur sa zone de chalandise, Bouney recrute un commercial chargé d'étendre les ventes sur les

Landes et le Béarn.

Vers la création d'une agence unique en France

Après avoir été informé dès 1986 de l'intention de son fils d'entrer à son tour dans la société familiale, Francis Bouney décide de préparer l'arrivée aux commandes de cette troisième génération en pérennisant au maximum l'entreprise. De ce fait, pour pallier aux éventuels besoins de stockage, il achète, en 1992, un terrain de deux hectares situé dans la zone industrielle de Maignon, hors du centre-ville d'Anglet. De plus, pour conserver une totale indépendance tout en faisant face à une concurrence de plus en plus forte, il rejoint le groupement Nebopan qui lui permet de bénéficier de conditions d'achats préférentielles.
En 1998, après avoir été magasinier dans l'entreprise tout en suivant une formation commerciale axée sur les achats du bois, Olivier Bouney prend la succession de son père – pour accompagner son fils, Francis Bouney siège au conseil de surveillance jusqu'en 2003.

Peu après son arrivée, le dépôt devient trop exigu pour à la fois promouvoir correctement l'offre en bois et garantir la sécurité des employés et des clients, les flux de semi-remorques se faisant au milieu de la zone de stationnement. Le jeune dirigeant entame alors une réflexion sur un déménagement de l'activité vers le site de Maignon. Avec Didier Ferre, son directeur commercial, il visite de nombreux dépôts, principalement des adhérents Nebopan, et s'inspire de chacun d'entre eux pour concevoir une agence mêlant un concentré de savoir-faire bois et le service client. Commencée en 2007, la construction de la nouvelle agence s'achève en 2008 avec une ouverture prévue fin en août. Après un déménagement rapide, une quinzaine de jours seulement, le dépôt accueille finalement ses premiers clients début septembre.

Une offre exclusivement qualitative

La nouvelle agence Bouney s'étend sur 20 000 m2 dont 10 000 m2 de surface couverte. Située au rez-de-chaussée, la zone d'exposition regroupe, sur 650 m2 (contre 150 m2 auparavant), l'ensemble de l'offre en produits transformés. L'objectif de cet espace est de mettre en avant le matériau bois via un référencement moyen-haut de gamme axé sur des parquets, des stratifiés, des lambris, des panneaux décoratifs, des plans de travail, des aménagements de placard, des bardages, des portes extérieures, des terrasses… « Nous privilégions les offres techniques et qualitatives aux offre chantier » précise Didier Ferre.
« Par exemple, pour notre offre parquets nous ne référençons pas de lames trois frises mais seulement des grandes largeurs. Pour les panneaux, nous avons souhaité sortir de l'offre traditionnelle en proposant, par exemple, la résine minérale acrylique Kerrock qui permet de multiplier les effets créatifs tout en étant très résistante ». Une des particularités du showroom Bouney est également de référencer un nombre volontairement restreint d'industriels afin de jouer pleinement la carte du partenariat. Ce climat de confiance permet à l'entreprise de présenter la quasi-totalité des gammes de chaque fournisseur et donc d'apporter une meilleure clarté de l'offre aussi bien pour les clients que pour les vendeurs. « Avec cette salle d'exposition, nous ne cherchons pas à vendre à tout prix mais plutôt à donner envie aux clients grâce à une offre de qualité et aux conseils de nos vendeurs » explique Olivier Bouney.

L'artisan au centre des priorités

Pour aider ses clients professionnels qui, faute de temps, ne peuvent pas toujours emmener les porteurs de projets dans la zone d'exposition, Bouney a mis en place un système par carte de libre-accès au showroom hors des horaires d'ouverture de l'agence. Disponible sur-demande du lundi au vendredi (à ce jour, trois clients ont également un accès libre le week-end), cette disposition permet à l'artisan ou à l'architecte de prendre rendez-vous avec ses clients, d'expliquer les poins forts de chaque produit, de justifier les prix… pour au final nouer un contact privilégié et répondre avec précision à leurs attentes.

De plus, pour différencier l'accès professionnel de celui des particuliers (showroom), l'accueil pro a été placé à l'opposé de la zone d'exposition. Ce comptoir, animé par trois personnes chargées de prendre les

commandes des artisans, d'orienter le client… intègre un libre-service comprenant principalement des produits de traitement et d'entretien du bois.
Par ailleurs, la position de l'accueil professionnel, à l'arrière du bâtiment, permet également de contrôler les entrées et sorties des véhicules. En effet, en mettant en place un accès unique pour les particuliers et un autre exclusif aux professionnels, Bouney a pu renforcer la sécurité sur le site en séparant les flux de chargement, d'enlèvement de marchandises, de livraisons… mais aussi limiter les risques de vols.

Un stockage important de bois

Le déménagement de l'activité dans la ZI de Maignon a également permis à l'entreprise de centraliser le stockage des bois qui, jusque-là, étaient entreposés sur plusieurs sites. Bien entendu, cette capacité de stockage plus importante favorise la disponibilité des produits et donc la satisfaction des clients. Par exemple, comme le précise Olivier Bouney « nous faisons partie des rares négociants à bénéficier d'un stock important de bois exotiques tels du Teck ou du Wengé » (Bouney possède une scierie dans les Deux-Sèvres, à l'Absie, qui reçoit, coupe et sèche les grumes). Il en va de même pour le bois de pays avec le stockage permanent de chêne (trois qualités proposées en permanence), de hêtre ou encore de Pin des Landes – le sur-stockage en bois pays est encore entreposé sur le site du Redon.

Concernant les bois de charpente (orientés au nord pour éviter que les rayons du soleil ne les fendillent), Bouney a organisé un stockage sur rack par longueur de section afin d'améliorer la manutention mais aussi faciliter la préparation des commandes et ainsi éviter les risques d'erreur. Compte-tenu de cet aménagement, l'entreprise propose désormais des grandes longueurs et est capable de fournir, par exemple, des poutres de douze mètres ainsi que du lamellé-collé autrefois absent de son plan de vente. Grâce à ce référencement de grandes longueurs, elle s'est logiquement positionnée sur le marché de l'ossature bois (des coupes techniques sont d'ailleurs mises en place dans la salle d'exposition) et a recruté une personne chargée de conseiller les clients et de leur apporter toutes réponses techniques. Elle ne se présente donc pas comme un maître d'ouvrage afin de ne pas se substituer aux artisans qui sont les seuls à se déplacer sur les chantiers et effectuer le calepinage.

A noter qu'en plus de ce stockage massif d'environ 4 000 mètres cubes certifiés FSC et PEFC, l'entreprise assure également des opérations de rabotage notamment pour les bois de charpente ainsi que le traitement des bois classe II ou classe III dans un bac à aspersion. De plus, un atelier de menuiserie et d'ébénisterie regroupant trois personnes effectue les rectifications sur les produits fournisseurs en cas d'erreur d'approvisionnement (évitant ainsi des frais de retours et de transports importants et une plus longue attente des clients) mais aussi des opérations plus traditionnelles en sous-traitance des professionnels.

Développement de l'activité panneaux

Cette volonté de répondre aux exigences de disponibilité des artisans se retrouve également dans l'offre panneaux, le stock de mélaminés et de stratifiés ayant doublé à l'ouverture de la nouvelle agence, le chiffre d'affaires sur cette famille de produits ayant quant à lui progressé de 20%. L'augmentation de la surface de stockage couverte a permis d'investir dans des équipements de manutention dernière génération pour d'abord préserver la sécurité des salariés mais aussi limiter les risques de casses lors de la préparation des commandes. D'ailleurs, comme pour les bois de charpente, des racks seront bientôt installés pour faciliter la préparation des commandes.

En complément de cette offre étendue, Bouney propose désormais à ses clients un service d'usinage des panneaux qui a nécessité des investissements machines importants. L'entreprise, qui ne comptait alors qu'une scie verticale, s'est ainsi équipée d'une scie numérique permettant d'effectuer des découpes avec une très grande précision (débit sur liste), d'une défonceuse à commandes numériques, d'une encolleuse de chants et d'une presse à chaud (collage de stratifiés). La mise en place de cet atelier a également exigé de former les opérateurs, cette équipe étant passée d'une personne début 2009 à six aujourd'hui (cinq personnes opérateurs

et un responsable d'atelier).

Optimisation des livraisons

En parallèle du stockage important en bois-panneaux et pour garantir des délais de livraison extrêmement courts, Bouney a instauré une nouvelle organisation de ses tournées. Ainsi, juste avant le déménagement, l'entreprise, qui livrait jusqu'ici à J+2, « quand les camions étaient pleins », a mis en place des tournées à date fixe pour chaque grande agglomération. Les délais de livraisons ont ainsi été abaissés à J+1, voire dans la journée selon l'heure de la commande, service largement plébiscité par les professionnels. L'instauration de ces cycles a bien entendu nécessité l'achat de nouveaux camions, Bouney possédant aujourd'hui une flotte de huit véhicules (la plupart avec grues) dont un camion bâché et un chauffeur dédié à la livraison des panneaux transformés dans l'atelier panneau. A noter que le calendrier des tournées est accessible facilement depuis le site Internet de l'entreprise. Ce dernier donne également la possibilité de consulter le catalogue Bouney avec les produits, la disponibilité (stock ou sur commande) mais aucun prix. Ces derniers sont disponibles via un accès professionnel protégé par mot de passe. En s'y connectant, l'artisan retourne directement sur la page sommaire du catalogue avec cette fois ses prix négociés.

Une approche commerciale technique

Compte-tenu de ces nombreux investissements, Bouney a du se réorganiser, notamment sur le plan commercial. Aujourd'hui, la direction des ventes assurée par Didier Ferre compte deux équipes commerciales, l'une itinérante, l'autre sédentaire. La première regroupe quatre technico-commerciaux multi-produits répartis, non pas par typologie de clientèle mais par zone géographique, qui sont chargés d'aller sur les chantiers pour effectuer de la préconisation technique auprès des clients mais aussi prendre des commandes. « Nous équipons tous nos commerciaux itinérants de Pda pour qu'ils puissent réaliser les devis directement sur les chantiers avec leurs clients, qu'ils s'agissent d'entreprises de construction importantes ou de charpentiers, d'ébénistes, de menuisiers… » explique Didier Ferre. Dans leur quotidien, ils travaillent en binôme avec deux ATC sédentaires qui leur transmettent des informations techniques supplémentaires mais surtout qui les informent sur les prix, l'état des stocks, les délais de livraison et d'usinage…

Tous les vendredis, Didier Ferre réunit ses équipes pour d'une part « partager les remontées terrain de chacun » mais aussi effectuer de la veille technologique en incitant les fournisseurs à réaliser de la formation. Cette réunion hebdomadaire sert également à l'entreprise pour élaborer ses gammes, « nos ATC ayant leur mot à dire quand vient le choix d'un ou plusieurs fournisseurs », précise Didier Ferre.

Se concentrer sur les professionnels

Aujourd'hui, Bouney stocke environ 25 000 références et bénéficie d'un portefeuille clients de plus de 700 professionnels en compte. En 2012, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 12,5 millions d'euros et entend désormais intensifier son développement. En effet, bien que la nouvelle agence ait ouvert ses portes en septembre 2008, l'activité a réellement repris en février 2009, la phase d'adaptation ne s'étant achevée qu'en 2012. « Nous avons mis trois ans à nous habituer à nos nouveaux locaux », précise Olivier Bouney. « Comme nous avions plus d'espace, nous avons dû adopter de nouvelles habitudes de travail et faire face, par exemple, à l'isolement des personnes dans les bureaux ou à celui des clients dans la salle d'exposition. De plus, nous avons du répondre à des demandes nouvelles émanant d'architectes ou d'artisans situés hors du BAB et que nous ne touchions pas jusqu'alors » ajoute Didier Ferre. A noter que cette demande croissante de clients professionnels s'est fait au détriment de la clientèle grand-public qui représentait, avant le déménagement, 10% du chiffre d'affaires de l'entreprise contre moins de 5% aujourd'hui. Néanmoins, Olivier Bouney et Didier Ferre s'accordent pour dire que « les résultats récemment obtenus ne sont pas la hauteur des efforts fournis par l'ensemble du personnel ».

Ces derniers ne devraient toutefois pas rester en vain. En effet, durant ces trois années de transition, Bouney a

pu identifier ses priorités stratégiques et ainsi définir ses principaux axes de développement. « Depuis le déménagement, nous nous sommes focalisés sur le bois et avons quelque peu oublié certains professionnels d'autres secteurs d'activité », confirme Didier Ferre. Pour 2013, les objectifs seront donc satisfaire les clients menuisiers, agenceurs, charpentiers… ainsi que ceux issus du gros-œuvre et gros consommateurs de bois comme les serruriers, les façadiers ou les carrossiers. Le développement de l'entreprise passe également par une présence commerciale plus accrue sur le secteur BAB, les efforts ayant porté sur l'élargissement de la zone de chalandise « au détriment de notre marché local. Aujourd'hui, bien que nous rayonnions sur environ 150 kilomètres autour de l'agence et trois départements, le 64, le 65 et le 40, nous cherchons à renforcer notre position sur le BAB pour entretenir une très grande proximité avec nos clients ». Au final, grâce à cette ligne directrice, Bouney entend pour 2013 trouver l'équilibre et connaître sa première « véritable » année de croissance depuis son déménagement.

ND