avril 2013

Rey Matériaux

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Indépendants

Un indépendant multi-spécialiste au cœur du Tarn

La société gaillacoise Rey Matériaux, qui fête cette année son vingt-cinquième anniversaire, compte désormais trois agences généralistes dans le département du Tarn. Bien qu'au départ spécialisée dans le bois, elle a su se diversifier en effectuant de la croissance externe et a également profité de son adhésion au groupement d'indépendants Batiland pour élargir son référencement. Outre ce plan de vente, l'entreprise compte aujourd'hui sur la polyvalence de ses équipes pour se démarquer de la concurrence et maintenir un haut niveau de service tout en répondant aux nouvelles attentes de ses clients.



En 1988, Jean Rey reprend un négoce bois situé à Gaillac dans le département du Tarn. L'entreprise ne compte alors que deux salariés et l'activité se concentre principalement sur la commercialisation de bois de charpente et de menuiseries bois. En 1995, ses deux fils, Jérôme et Arnaud Rey rachètent un négoce matériaux qu'ils rapatrient trois ans plus tard sur le site de Gaillac pour donner naissance à un négoce matériaux à connotation bois et dérivés. Compte tenu du volume des produits, ce transfert d'activité nécessite alors l'achat d'un terrain adjacent et la construction de bâtiments de stockage supplémentaires. En 2001, ils créent un deuxième point de vente à Marssac-sur-Tarn, entre Gaillac et Albi, et étendent leur zone de chalandise vers l'est du département. Le maillage commercial s'élargit de nouveau avec la reprise, en 2006, d'un ancien dépôt Batiland situé sur la commune de Carmaux.

Adhésion à Batiland

Avec la création de la l'agence de Marssac-sur-Tarn, Jérôme et Arnaud Rey ressentent la nécessité de peser davantage sur leurs fournisseurs pour maintenir une politique tarifaire cohérente. Ils se rapprochent alors de Batiland, un groupement de négociants indépendants basé à Gradignan (33) créé en 1999 de la fusion de deux groupements régionaux originaires du sud-ouest. Outre un poids plus important, l'adhésion à Batiland permet à Rey Matériaux de bénéficier d'un soutien administratif important notamment en termes de communication. En effet, en 2006, Batiland devient une centrale d'achats à part entière qui possède, en interne, ses services marketing et animation réseau et qui réalise ses propres référencements fournisseurs – pour se doter d'une puissance d'achats et de négociation supplémentaire, Batiland rejoint en 2008 la centrale nationale CMEM. « *Nous avons opté pour Batiland car c'est un groupement à l'échelle humaine qui correspond parfaitement à la philosophie de notre entreprise. De plus, cela nous a permis de s'appuyer sur un back-office complet dont nous n'aurions pas pu bénéficier en restant seuls* » explique Jérôme Rey. Par exemple, concernant les

opérations commerciales, en tant qu'adhérent Batiland, Rey Matériaux bénéficie de quatre à cinq campagnes annuelles d'envois de prospectus dans les boîtes aux lettres de sa zone de chalandise mais aussi de campagnes d'affichage 4â€¯xâ€¯3 et, pour des évènements plus importants, de la mise à disposition d'une montgolfière aux couleurs du groupement. Prochainement, de nouveaux outils devraient être disponibles, notamment l'édition de deux catalogues promotionnels thématiques, l'un dédié à l'outillage électroportatif, l'autre aux équipements de protection individuelle.

Au niveau du développement de l'offre, l'adhésion à Batiland a permis à Rey Matériaux de rester en phase avec les attentes et problématiques des professionnels du bâtiment. En effet, toutes les décisions commerciales sont prises au sein d'un conseil d'administration qui choisit les fournisseurs à référencer, décide quels produits doivent faire l'objet de promotions… l'objectif étant de satisfaire pleinement les vingt-six adhérents du groupement. Désireux de jouer la carte du réseau et de la cohésion plutôt que celle du business avant tout, Batiland a ainsi noué des partenariats sérieux avec de nombreux industriels. D'ailleurs pour présenter le savoir-faire de chaque entreprise ainsi que leurs nouveautés, un salon Batiland ouvert uniquement aux adhérents se tient chaque année à Bordeaux (la deuxième édition a eu lieu le 5 février dernier). « *Ces rencontres nous permettent d'entretenir une plus grande proximité avec nos fournisseurs mais aussi de prendre le temps d'échanger avec les autres adhérents. Pour nous, ces échanges sont très importants car nous sommes l'adhérent le plus à l'est du groupement mais aussi le plus isolé. C'est d'ailleurs en nous entretenant régulièrement avec nos confrères adhérents nous avons eu l'opportunité de reprendre, en 2006, le dépôt de Carmaux* » précise Jérôme Rey.

Une offre mixte gros et second œuvre

Depuis son adhésion à Batiland, Rey Matériaux s'est peu à peu constitué un plan de vente à l'image du groupement avec plus de 80% des fournisseurs issus du référencement de la centrale d'achats. L'entreprise a ainsi pu diversifier ses gammes en intégrant des produits complémentaires à l'offre matériaux traditionnelle pour cerner tous les besoins des artisans. Par exemple, en 2003, Rey Matériaux a recruté un responsable produit spécialisé sur l'univers du carrelage et des menuiseries (PVC, alu) pour commercialiser plus intensément ces deux familles de produits. Conscient du potentiel et de la valeur ajoutée de cette offre, l'entreprise a toutefois été confrontée à un manque de place qui l'a empêché de développer ses ventes. De ce fait, Rey Matériaux a fait l'acquisition en novembre 2010 du terrain et de la maison situés juste devant le dépôt de Gaillac pour créer une zone d'exposition entièrement dédiée au carrelage-sanitaire, aux parquets et aux menuiseries multi-matériaux. En passant d'un showroom de 200 à 650 mètres carrés, le distributeur a également étoffé son libre-service et réorganisé l'espace magasin pour qu'il puisse regrouper aussi bien des consommables (visserie, abrasifs, tuyauterie…) que de l'outillage électroportatif, de l'EPI, des éléments de décoration bois (profilés, encadrements…), des produits de droguerie… Toutefois, dans le chiffre d'affaires de l'entreprise, le gros-œuvre et le bois demeurent, avec une part respective de 25% et 20%, les deux familles de produits les plus importantes devant la menuiserie et le second-œuvre (12% tous deux), le libre-service et le carrelage représentant 10% du CA.

Une organisation polyvalente

Le reste de l'activité Rey Matériaux (15% du CA) est réalisé sur des agrégats, d'autres produits d'agencement extérieur comme des pavés ou des dalles mais aussi sur un certain nombre de prestations complémentaires. L'entreprise propose en effet de nombreux services comme, pour ses clients particuliers, des menuiseries proposées avec un prix fourni/posé, Rey Matériaux sous-traitant la pose à ses clients artisans. A cela s'ajoute une palette de services professionnels qui comprend notamment la livraison des commandes sur chantier, la réalisation de devis gratuits… Précisons que, même si l'entreprise compte une personne spécialisée sur l'offre menuiseries et carrelage (aidé par un apprenti BTS en alternance), tous les équipiers de Rey Matériaux sont capables de répondre aux demandes produits des clients, de réaliser des devis… En effet, depuis ses débuts, l'entreprise mise sur la polyvalence de ses équipes pour entretenir une grande rapidité de services et une proximité avec les clients. Par exemple, l'agence de Gaillac, dépôt central de l'enseigne,

compte onze salariés qui cumulent plusieurs fonctions. « *En optant pour la polyvalence de notre personnel* », précise Jérôme Rey, « *nous souhaitons avant tout valoriser le rôle de chaque collaborateur dans l'entreprise. Par exemple, sur le dépôt de Gaillac, les deux responsables de la cour des matériaux sont également chargés de préparer les commandes et de gérer les stocks* ». Il en va de même pour les magasiniers qui peuvent être amenés à effectuer des livraisons pour venir en soutien des chauffeurs ; le responsable menuiseries et carrelage qui gère à la fois les ventes aux particuliers, « *acte qui demande un temps d'écoute important pour conseiller et orienter du mieux possible le client* », les commandes et effectue les négociations commerciales avec les fournisseurs ; les deux responsables comptoir qui assurent aussi bien l'administratif que la comptabilité ; ou encore du seul technico-commercial de l'entreprise qui, outre le suivi des clients sur chantiers réalise également les devis importants nécessitant un déplacement sur site (construction de maison), la prise de commande sur chantier, la recherche de nouveaux clients… Cette organisation a permis à l'entreprise de créer des liens étroits avec ses équipes comme le prouve d'ailleurs la faible rotation du personnel depuis la création de la société.

Devenir un partenaire de l'éco-construction

Bénéficiant aujourd'hui d'une offre complète « *même si nous devons nous renforcer notre gamme décoration, notamment en termes de peintures et d'enduits décoratif*s », Rey Matériaux axe désormais son développement sur le renforcement de certaines familles de produits comme l'aménagement extérieur. Très présents sur le point de vente de Carmaux qui bénéficie d'une zone d'exposition extérieure plus importante, ces produits sont en effet encore peu diffusés sur l'agence de Gaillac malgré une part non négligeable de clients réalisant de l'aménagement urbain, du paysagisme… L'entreprise va également poursuivre le développement de son offre carrelages et parquets qui lui permet de se différencier de la concurrence en proposant des références moyen-haut de gamme mais aussi d'attirer plus de particuliers, d'autant que l'agence de Gaillac est aujourd'hui parfaitement aménagée pour recevoir ce type de clients.

L'une des grandes priorités pour 2013 reste néanmoins la mise en place prochaine de certificats d'économies d'énergies (CEE), un service supplémentaire proposé par Batiland à tous ses adhérents et qui consiste, dans le cadre de la réalisation de travaux d'amélioration énergétique, au reversement d'une prime à répartir entre l'artisan et le particulier. Outre la venue de nouveaux clients, ces CEE doivent permettre à Rey Matériaux de se présenter un peu plus comme le partenaire des artisans pour l'éco-construction et de fidéliser aussi bien ses clients professionnels que particuliers.

ND