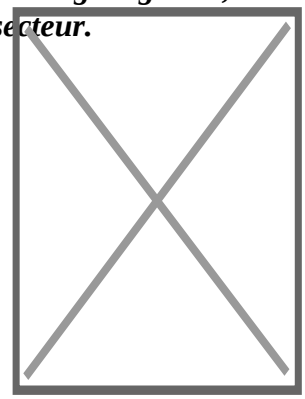
juillet 2010

Raboni

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Raboni

CRH distribution se recentre autour de Raboni

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.



Sur la région parisienne, le groupe irlandais CRH (cf. encadré) compte trois enseignes de négoces matériaux (Raboni, Matériaux Services et Etréchy) et une entité dédiée aux travaux Publics (Buscaglia), soit 32 points de vente (500 salariés) pour un chiffre d'affaires de 159 millions d'euros. Cette activité s'est développée par rachat d'entreprises, une stratégie qui a permis, entre autre, de conserver des effectifs spécialisés. Toutefois, avec trois enseignes sur un même secteur géographique, le groupe manque de visibilité et peine à s'affirmer comme le numéro deux sur la région parisienne, d'autant que chacune des enseignes disposent de sa propre clientèle, Raboni étant plus orientée grand-compte et Matériaux Services plus concentrée sur les PME et les artisans.

Pour améliorer sa visibilité, le groupe a lancé un projet commun à toutes les agences parisiennes qui débouche sur l'instauration d'une enseigne unique : Raboni. Une étude officielle de notoriété a en effet démontré que cette enseigne bénéficiait d'une plus grande reconnaissance des artisans, des constructeurs de maisons individuelles et des majors du bâtiment sur le secteur avec une meilleure exposition sur les grands axes de passage. Elle dispose également d'une présence en Normandie après le rachat, par CRH, du réseau LDP (ex-Gedimat) qui a souhaité porter dès 2008 les couleurs de Raboni, l'enseigne normande étant toutefois différente du concept parisien. Ce dernier bénéficie d'un logo repensé et les points de vente sont peu à peu réaménagés avec la refonte des espaces d'accueil et d'exposition. Une campagne marketing a également été lancée avec la réalisation d'une nouvelle plaquette commerciale et l'ouverture, depuis le 15 juin, d'un espace Internet revisité.

Regroupant désormais vingt six agences sur un périmètre de 100 km (Paris et banlieue), Raboni bénéficie également d'une réorganisation de sa force commerciale. Les secteurs géographiques ont ainsi été redessinés pour rattacher les 25 ATC à une agence et non plus à une enseigne – auparavant certains commerciaux étaient en effet sur le même secteur.

Accentuer la formation en interne

En ce qui concerne le développement de cette enseigne unique, le groupe CRH mise sur le professionnalisme

de ses équipes. Ainsi, depuis 2009, il a procédé à une refonte de son cursus de formation qui a pour conséquence de doubler le nombre d'heures de théorie : 6 006 heures en 2009 (soit douze par salariés) contre 3 761 heures en 2008.
Par ailleurs, depuis novembre 2009, le groupe a ouvert l'Académie du Bâtiment et des Travaux Publics qui a pour but de former et de recruter les salariés de l'entreprise. Ce cursus, réalisé par des salariés du groupe, permet d'acquérir une maîtrise des contenus et des méthodes pédagogiques. Quatre parcours sont ainsi proposés : découverte (niveau 1), apprentissage (niveau 2), maîtrise (niveau 3) et formateur (niveau 4), chacun correspondant à une période d'intégration et d'ancienneté dans l'entreprise à l'exception du dernier qui est réservé à des salariés volontaires choisis pour leur compétence technique et leur aptitude à transmettre le savoir. Outre les notions de base, l'accent est également mis sur la sécurité avec le recrutement d'un responsable de formation spécifique chargé de sensibiliser les salariés, notamment le personnel de cour. Jusqu'ici, 1â€¯319 heures de formation ont été consacrées à la sécurité et 126 personnes ont suivi cette formation spécifique.

ND

Le groupe CRH dans le monde

Le groupe CRH est issu de la fusion en 1970 de deux sociétés leaders du secteur public irlandais, Cement Limited et Roadstone Limited devenant ainsi le principal producteur d'agrégats et d'asphalte en Irlande. Depuis, le groupe a pour objectif de devenir un acteur international majeur dans le domaine des matériaux de construction et tente de réduire sa dépendance face à certains marchés et d'équilibrer sa présence géographique et son portefeuille produits. Aujourd'hui, son activité est répartie, aussi bien en Europe que sur le continent américain, en trois divisions : production de matériaux (ciment, asphalte, agrégats…), fabrication de produits finis (verre, tuile, produits architecturaux…) et distribution. Cette dernière regroupe des points de vente destinés aux professionnels de la construction et aux bricoleurs avertis. Elle est notamment présente dans huit pays européens avec des parts de marché importantes en France, aux Pays-Bas, en Belgique, en Autriche et en Suisse. Sur ce continent, elle compte 11 000 salariés répartis sur 717 sites. En France, elle est présente à travers les enseignes Raboni et Buscaglia ainsi que via des participations dans les sociétés Doras (45%), Trialis (35%) et Samse (21%).