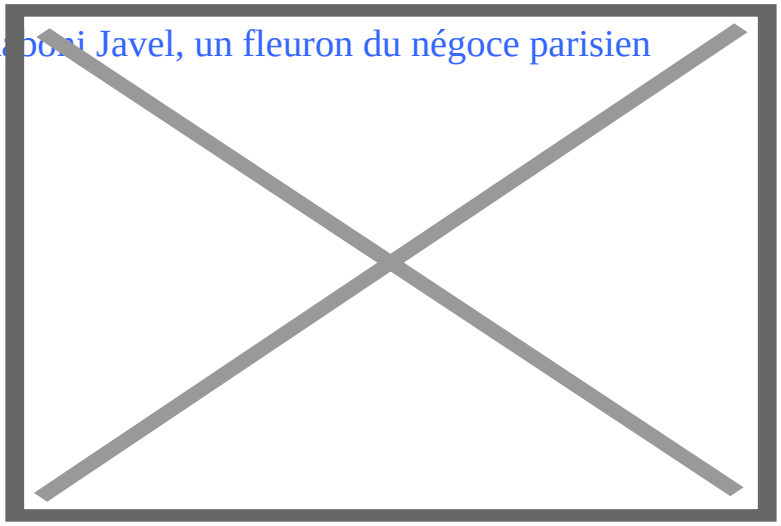
septembre 2010

Raboni

Raboni Javel, un fleuron du négoce parisien



Créée après la Seconde Guerre Mondiale, l'enseigne Raboni s'est, au fil des décennies, imposée comme un acteur majeur dans la distribution de négoces matériaux en région parisienne. Dans la capitale et sa proche banlieue, le réseau regroupe aujourd'hui onze points de vente dont l'agence de Javel qui, du fait de sa position géographique particulière, fait figure de fer de lance de l'enseigne.

En 1945, Louis Raboni fonde, à Boulogne-Billancourt, une entreprise de négoce et de transport de matériaux à destination du secteur du bâtiment, un secteur d'activité alors en pleine expansion. En effet, durant la Seconde Guerre Mondiale, Paris et sa région sont fortement touchés et, à la fin du conflit, une longue période de reconstruction débute. Profitant de cette dynamique, Louis Raboni installe, en 1953, un deuxième point de vente sur les bords de la Seine, au port de Javel. En 1960, un troisième dépôt ouvre ses portes sur les quais d'Issy-les-Moulineaux formant ainsi un triangle commercial dynamique qui va perdurer durant près de trente ans.

A partir de 1988, l'enseigne reprend sa croissance externe vers la petite couronne avec l'ouverture d'un magasin à Ivry-sur-Seine puis, un an plus tard, de quatre autres dépôts (Aubervilliers, Malakoff, Colombes et Gournay) ainsi que d'un showroom à Boulogne-Billancourt. Afin de répondre à la demande des entreprises franciliennes travaillant sur des chantiers dans Paris intra-muros, une deuxième salle d'exposition voit le jour en 1992 en plein cœur de Paris dans le quartier de la Bastille. Parallèlement, l'enseigne reprend deux points de vente Géraud Savignac à Chilly-Mazarin et Athis.

En 1998, Raboni entre dans le giron du groupe irlandais CRH qui apporte un second souffle économique. Cela se traduit par une poursuite de la stratégie régionale avec le transfert de l'agence de Colombes sur la ville voisine de Nanterre pour bénéficier d'un espace plus important et la création du dépôt de Saint-Denis. La société Raboni avait ainsi anticipé le possible déménagement du site d'Aubervilliers qui, au cas où la ville de Paris obtenait l'organisation des JO 2012, aurait dû être détruit pour laisser place au village olympique.

En 2000, CRH fait l'acquisition de la société Codimat basée à Dammarie-les-Lys qui passe en 2001 sous l'enseigne Raboni. En 2008, le groupe CRH reprend le réseau Gedimat LDP qui devient ipso-facto Raboni Normandie. Composé de dix-sept points de vente localisés en Haute et Basse-Normandie, le groupe LDP

Matériaux jouit d'une forte notoriété dans la région et permet à l'enseigne de bénéficier d'une plus grande influence au niveau régional.

Aujourd'hui, pour le groupe CRH, l'enseigne Raboni est, depuis le mois de juin et le regroupement des 43 agences réparties entre l'Ile-de-France et la Normandie, la tête de pont de l'activité matériaux pour le Nord de la France. Par ailleurs, le groupe irlandais possède également une enseigne entièrement dédiée aux travaux publics, Buscaglia, qui comptabilise six agences dans la région francilienne.

Javel, un dépôt spécifique

Monté il y a près de soixante ans, le point de vente du quai de Javel s'étend sur une surface de 7 800 mètres carrés. Situé dans le port autonome de Paris, il profite de cet emplacement particulier pour optimiser au maximum le réseau fluvial et s'inscrire pleinement dans une politique plus respectueuse de l'écologie. De ce fait, l'approvisionnement des matériaux lourds et volumineux tels le sable en vrac, les gravillons, les parpaings, les carreaux de plâtre ou encore le ciment s'effectue uniquement par péniche sur un rythme moyen d'une livraison par semaine. Outre ce type de réception des commandes, les quais de déchargement offrent la possibilité à l'agence d'optimiser son activité de recyclage. Fruit d'un partenariat instauré en 1999 avec la société Paprec (entité spécialisée dans le recyclage), ce service centralisé de gestion des déchets de chantier permet aux clients de venir décharger leurs déchets tout en économisant temps et carburant. Les clients profitent en effet de ce moment pour prendre possession de leur commande, évitant ainsi la multiplication des trajets à vide. De ce fait, le temps moyen d'une visite dans l'agence a été réduit à dix minutes, une économie qui offre la possibilité aux clients de renouveler leurs visites dans la même journée. Notons également que cette activité de recyclage présente un avantage financier pour les clients car les prix de traitement des déchets dans Paris intra-muros sont sensiblement moins coûteux qu'en proche banlieue. Pour ce service recyclage, l'agence n'effectue toutefois qu'un service de facturation, laissant une totale liberté de gestion à la Paprec. En fonction des quantités de déchets accumulées, cette dernière organise, par semaine, deux ou trois enlèvements par péniche soit un volume équivalent celui de cinquante semi-remorques. Aujourd'hui, cette activité parallèle bénéficie d'une bonne notoriété (notons que les centres de recyclages sont rares dans Paris intra-muros) et représente pour l'agence des ressources financières supplémentaires qui représentent 17% de son chiffre d'affaires.

Une forte identité parisienne

Contrairement aux agences localisées en petite ou en grande couronne parisienne, le dépôt de Javel satisfait essentiellement une clientèle dont les chantiers sont situés dans Paris. Le point de vente doit donc avant tout jouer la carte de la proximité et est historiquement plus proche des artisans et des entreprises générales du bâtiment, un type de clients qui représentent 70% des visites (en moyenne, ces dernières s'élèvent à 180 par jour) contre 30% pour les grandes entreprises du secteur. A noter que, la part de particuliers n'est pas significative. En effet, ce profil de visiteurs regroupe majoritairement des riverains qui viennent à l'agence pour réaliser des achats de dépannage.

Du fait de cette typologie de clientèle particulière, les ventes sont majoritairement enlevées – le client vient lui-même chercher sa commande – au détriment des livraisons sur chantier. En effet, les artisans et entreprises du bâtiment qui exercent sur les chantiers parisiens sont souvent confrontés à un manque de place limitant ainsi le stockage des fournitures sur place. Néanmoins, le service livraison, qui est assuré par les propres véhicules de l'agence, fait l'objet d'une attention particulière avec des délais fixés à vingt-quatre heures en fonction de l'heure de la pose de commande. Par ailleurs, depuis 1995, l'enseigne Raboni a mis en place Raboni Direct, un service de livraison direct usine pour les gros chantiers qui, pour le site de Javel, représente 15% des ventes, un chiffre peu représentatif du fait de la taille restreinte des chantiers parisiens.

Une offre complète

Bien que l'implantation de l'agence engendre certaines spécificités, son offre produits demeure semblable à celle des autres points de vente de l'agence. Ainsi, 35% du chiffre d'affaires est réalisé sur le gris (ciment, parpaings…) contre 21% pour le blanc (plâtre, laine de verre…). Notons que le libre-service est estimé à 16% du chiffre d'affaires. Du fait des normes de sécurité liées à l'implantation sur le quai parisien, il est installé dans un bungalow démontable de 210 m2.

Par ailleurs, l'agence a réaménagé en 2009 son espace de stockage couvert. Ce dernier s'articule désormais autour de trois zones propres à chaque famille de produit, à savoir le gris, le bois de coffrage (offre obligatoire car l'agence compte certains grands comptes de la construction comme clients) et le blanc. D'autres types de produits sont également stockés dans ces zones comme le sable ou encore quelques références de menuiserie comme des portes. Avec cette restructuration de l'espace de stockage, l'agence a amélioré le rangement des produits ainsi que leur manutention, avec pour résultat une réduction de l'attente pour les professionnels.

Un organigramme remodelé

Concernant son organisation interne, l'agence est pilotée par un responsable agence qui, pour des raisons de proximité et de partage de clientèle, gère également le point de vente d'Issy-les-Moulineaux. Il gère une équipe de onze collaborateurs, à savoir six personnes rattachées au magasin (dont un adjoint de dépôt, un responsable réception et un spécialiste du libre-service) et cinq dédiées à la cour des matériaux avec des rôles bien définis comme un chef de cour ou un responsable du chargement-déchargement des commandes et des déchets.

Au niveau commercial, le point de vente s'appuie sur une équipe de deux commerciaux sédentaires et depuis septembre sur un ATC chargé de suivre les chantiers, assurer le recouvrement des factures et effectuer de la préconisation. Cette arrivée fait suite au regroupement des trois enseignes de négoces de matériaux (Raboni, Matériaux Services et Etrechy Matériaux) sous l'enseigne unique Raboni. Survenue au mois de juin, cette restructuration (voir Batidistribution n°10) a entraîné un remaniement des effectifs commerciaux avec notamment la mise en œuvre d'une nouvelle carte commerciale. En effet, afin de renforcer les liens commerciaux avec les clients, les ATC sont dorénavant affectés à un point de vente (exceptionnellement deux en fonction de leur proximité) alors qu'ils étaient auparavant en charge d'une large zone géographique qui pouvait être couverte par plusieurs agences.

Nicolas Desbordes