octobre 2015

Saint-Gobain Distribution

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution

Un centre commercial B to B

Saint-Gobain Distribution Bâtiment vient d'ouvrir sur le site d'une ancienne friche industrielle la plus grande commerciale dédiée aux professionnels du bâtiment. Se déployant sur 35 000 m2, la Halle de Pantin réunit dix enseignes complémentaires et apporte ainsi aux professionnels une réponse nouvelle en matière de gain de temps, disponibilité produits, efficacité, accueil. Plus de 100 000 références y sont proposées.

Patrick Richard, président du directoire de Saint-Gobain Distribution Bâtiment (SGDB) affiche sa satisfaction. Et ce d'autant que les premiers artisans qui se sont rendus à la Halle de Pantin (93) lui expriment leur contentement face à ce lieu de 35 000 m2 qui leur est entièrement dédié, dont 8 500 m2 de libre-service et 18 000 m2 de stock, et une offre de pas moins de 100 000 références cumulées.

Expérience inédite

Inaugurée officiellement le 16 septembre dernier, la première halle commerciale d'Europe pour les professionnels du bâtiment est emblématique à plus d'un titre. D'abord, elle est le fruit de la réhabilitation d'un monument du patrimoine industriel français, créé en 1946, et s'inscrit dans la démarche éco-responsable "Ressource" de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France. Ainsi, ce site exprime tout le savoir-faire du groupe en matière de performance énergétique (labellisée BBC Rénovation, certifiée Conception du référentiel HQE Rénovation), d'insertion durable dans le paysage urbain (jardin de phytorestauration et de biodiversité) et de responsabilité sociétale. Au final, le leader français de la distribution de matériaux de construction a investi 30 millions d'euros dans l'ensemble du projet, soit environ 800 euros du mètre carré. « Nous avons un ratio proche de la rénovation. Nous avons veillé à ce que nos choix soient raisonnés. »

Ensuite, la Halle de Pantin réunit sous un même toit huit des onze enseignes de SGBD – Point.P, la Plateforme du bâtiment, Cédéo, Décocéram, Pum Plastiques, CDL Elec, Outiz et Sfic – auxquelles s'ajoutent deux enseignes partenaires, Kiloutou et Hilti. « C'est sans doute la plus grande réalisation B to B » précise Patrick Richard.

Au-delà de son envergure, ce lieu a aussi été pensé par le groupe comme une nouvelle réponse aux attentes des professionnels, notamment en termes de disponibilité produits, de gain de temps

et d’accompagnement. Ce qui signifie donc plus de services, en témoigne 11 000 m2 de parking couvert, 110 personnes (250 à terme) pour accueillir et conseiller les clients, des horaires élargis de 6h30 à 20 heures en semaine et jusqu’à 18 h le samedi, de l’enlèvement rapide, une cafétéria 2.0 avec wifi gratuit, une station GNV (fin 2015), des bornes de recharge pour les véhicules électriques, un dispositif de food trucks à l’heure du déjeuner, un service déchetterie (pour 2016), etc. La Halle de Pantin se présente aussi comme une vitrine du savoir-faire du groupe. Chaque enseigne y déploie donc une expérience novatrice.

Une belle vitrine

Ainsi, avec 5 700 références sur 780 m2 (1 300 m2 au total), Point.P dispose à la Halle de Pantin du plus grand libre-service d’Ile-de-France, soit le double de la moyenne des autres agences. Cette agence multi-spécialiste, qui associe trois expertises – carrelage, efficacité énergétique et ITE (Isolation Thermique par l’Extérieur) – propose globalement 6 200 références en disponibilité immédiate et est équipée d’un système de suivi de l’avancement de préparation des commandes sur écran.

Disposant d’une surface de vente de plus de 4 000 m2 de libre-service et de 20 000 références en stock permanent, la Plateforme du Bâtiment est, elle, la première du réseau à ouvrir le samedi en continu de 6h30 à 18 heures. Elle déploie aussi toute une palette de services inédits comme l’espace démo outillage, la découpe de bois et de câbles, la livraison express sous trois heures, une cafétéria avec comptoir équipé de chargeurs pour les portables, tablettes et autres ordinateurs, la reprise des marchandises sans facture, sans oublier un système d’enlèvement rapide.

De son côté Outiz, l’enseigne cross canal lancée par le groupe l’an dernier, qui associe un site e-commerce, un service client (conseillers dédiés 5 jours/7), une force de vente itinérante et des comptoirs (cinq en Île-de-France) pour la vente de matériel de chantier et de bricolage (électricité, plomberie, sanitaire-chauffage, fixation, outillage, protection individuelle...) propose sur 300 m2 quelque 5â€¯000 références immédiatement disponibles en retrait au comptoir (retrait possible en dix minutes pour toute commande passée sur outiz.fr) ; plus de 20 000 références sont disponibles en comptoir sous 12 heures maximum. Ce point de vente propose également l’ouverture d'un compte à terme en 15 minutes et des facilités de paiement à 30 jours fin de mois.

Chez Cédéo, pour la première fois, l’ensemble du stock est visible par le client, les 20 000 références étant donc en disponibilité immédiate. C’est aussi le premier magasin d’Ile-de-France à proposer le click&collect permettant à toute commande passée avant 16h30 sur le site internet d’être enlevée le lendemain dès 8 heures. Décocéram, orientée sur le carrelage, propose une salle d’exposition de 450 m2, un libre-service spécialisé pour les carreleurs, une boutique d’échantillons et des outils multimédias pédagogiques.
Pum Plastiques, spécialisée dans les canalisations plastiques, teste un système de casiers fermés pour le retrait des marchandises 24H/24. CDL Elec, enseigne spécialisée dans le matériel électrique pour la domotique, le génie climatique, fait à Pantin son arrivée en Ile-de-France, avec 3 500 références en disponibilité immédiate (10â€¯000 sous 24 heures) et des zones d’exposition par thématique (rénovation, éclairage extérieur et intérieur, objets connectés...).

Pour Sfic, réseau orienté sur l’aménagement intérieur l’originalité vient notamment d’une nouvelle gamme étanchéité complète (produits isolants, support étanchéité, membranes...).
Les partenaires ne sont pas en reste avec chez Kiloutou une offre de 150 références présentes toute l’année, la location de différents types de camions, équipements et matériels spécialisés ainsi que la formation clients aux CACES R386 et R389 sur élévateurs et chariots électriques.
L’espace Hilti est, lui, le premier à proposer en test national le SAV à la journée, toute machine

déposée avant 9h30 pouvant être récupérée à partir de 18 heures.

Pas de cannibalisation

Pour le groupe, cette notion de service passe aussi par le déploiement conjoint d'enseignes dans une même unité de lieu. « Un pro dans la rénovation passe tous les jours une heure à une heure trente dans l'acte d'achat, à cause du temps de transport. Les clients ont intérêt à trouver tout à proximité. Cela optimise leurs déplacements au profit d'un gain de temps » indique Patrick Richard.

Évidemment, se pose la question de la concurrence entre les enseignes sur le site, mais aussi avec les autres agences alentours. La Plateforme regroupe ainsi désormais en France cinquante-neuf dépôts dont trente-six en Ile-de-France et une bonne part non loin de Pantin, à commencer par celle d'Aubervilliers, le premier modèle du genre créé en 1998 et à ce jour le plus important en surface. Mais Patrick Richard et ses équipes ne craignent pas la cannibalisation. « C'est une question que l'on se pose tout le temps » reconnaît toutefois le président du directoire de SGBD en poursuivant sur l'exemple des Plateforme du Bâtiment qui, malgré les ouvertures à quelques kilomètres, les unes des autres en région parisienne, ne désemplissent pas. « L'Est parisien comprend une telle densité de professionnels et bénéficie d'une telle effervescence en termes de projets immobiliers que plus on ouvre de points de vente, plus on a de clients. Donc, vu la densité de cette zone, nous n'aurons pas de problème de cette nature. Nous avons d'ailleurs un appétit permanent pour les implantations à Paris ou en première couronne concernant des lieux qui doivent être très accessibles et offrent une grande surface au sol. »

Concurrence

Mieux encore, chaque enseigne présente à la Halle de Pantin reste concurrente des autres. Il est vrai que le client fréquente déjà souvent deux ou trois enseignes différentes, selon ses besoins. Chacune a effectivement une vocation bien définie, avec des profondeurs de gamme et des services différents. « Le marché du bâtiment est structuré sur une segmentation par clients. Notre organisation reproduit cette organisation, Notre groupe colle donc au marché avec des enseignes déclinées par cible. » SGDB entretient même volontiers une forme de concurrence entre ses enseignes, qui gardera sa raison d'être à la Halle de Pantin, y compris en termes de prix. « Quand on a deux enseignes qui cohabitent, deux choix se posent : une gestion administrée ou le fait de miser sur les énergies. On a choisi évidemment la motivation, donc la mise en concurrence ici d'enseignes qui, de toute façon, se frottaient déjà ensemble avant d'être ici. Si on régule on perd la motivation et donc de l'engagement par rapport au client. » Chaque enseigne continuera donc à déployer sa propre stratégie prix, un professionnel pouvant ainsi trouver chez l'une ou l'autre le même outil à un prix différent, « mais selon l'enseigne pas au même service. » Cette offre différenciée suppose aussi que chacune ait son propre stock, tout en sachant que l'organisation logistique du groupe en amont est très centralisée notamment pour tout ce qui touche à l'outillage, au carrelage, au sanitaire-chauffage. « Nous voulons une déconcentration en aval pour avoir du choix, de la pertinence, de la motivation. » Conséquence, les fournisseurs doivent livrer enseigne par enseigne. « Néanmoins, ils peuvent les livrer toutes dans la même journée, ce qui économise de l'énergie et du temps ».

70 millions d'euros de chiffre d'affaires

Misant aussi sur un développement des achats de ses clients grâce à la synergie de plusieurs enseignes complémentaires, SGDB attend à la Halle de Pantin 1 000 à 2 000 clients par jour, sachant qu'une Plateforme en accueille 600 à 1 000 quotidiennement, avec un panier moyen de 150 à 200 euros tandis qu'un Point.P reçoit 300 à 400 clients quotidiens, avec un volume d'achats plus large. Même si les enseignes Point.P et Décocéram réalisent 30% de leur chiffre d'affaires

avec le grand public, c’est essentiellement le professionnel qui est visé ici. Globalement, le groupe table sur un chiffre d’affaires de 70 millions d’euros, soit 1% de son chiffre d’affaires actuels (7 milliards d’euros).

Agnès Richard

Un espace multi-objectifs

La Halle de Pantin ne se contente pas de recevoir du public et de vendre des produits. Elle a été pensée pour être un espace multi-objectifs.

Fruit de la réhabilitation d’un monument du patrimoine industriel français, s’inscrivant dans la démarche éco-responsable “Ressource” de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France, ce site est une réalisation exemplaire en matière de performance énergétique puisqu’il cumule le label BBC Rénovation ainsi que les certifications Conception du référentiel HQE Rénovation, d’insertion durable dans le paysage urbain (jardin de phytorestauration et de biodiversité) et de responsabilité sociétale. Une réflexion et un travail ont été également menés par Saint-Gobain Distribution Bâtiment France et le Muséum national d’Histoire naturelle pour créer un lieu de biodiversité et un écosystème utile. « Ce sont des arguments qui comptent pour emporter l’adhésion d’une municipalité » explique Patrick Richard, président du directoire de SGBD.

Misant sur l’expérience positive déployée depuis cinq ans sur le site de La Plateforme du Bâtiment d’Aubervilliers (93), la Halle de Pantin bénéficie ainsi d’une épuration totale de ses eaux grâce à un système de phytorestauration, technique naturelle de rétention et de pré-traitement des eaux qui consiste à créer des marécages, systèmes naturels d’épuration et de filtration par des plantes aquatiques (algues, micro-organismes…).Les eaux récupérées viennent ensuite alimenter les sanitaires et le système d’arrosage.

Cette technique écologique offre une solution durable pour lutter contre la surcharge des réseaux communaux, le gaspillage d’eau douce et les inondations. Elle permet aussi de protéger et de développer la flore (nénuphars, iris…) et la faune locale (amphibiens, libellules…), composées d’espèces non invasives et non allergisantes. De manière générale, le site de la Halle de Pantin, extérieurs et bâtis, constitue un lieu d’accueil pour les espèces et favorise leur développement en leur offrant des lieux de repos, de nidification, de reproduction, d’alimentation et d’hivernation.

L’utilisation de produits phytosanitaires étant proscrits, le lieu est entretenu grâce à des moyens alternatifs et de préférence manuellement (paillage ou plantes couvre-sol, désherbage thermique 2 à 3 fois par an, fauchage tardif). « Notre collaboration avec Saint-Gobain Distribution Bâtiment France sur le site de Pantin a pour principal objectif de mettre en place des actions favorables à la biodiversité » précise Jean-Philippe Siblet directeur du Service du Patrimoine naturel au Muséum national d’Histoire naturelle. « Notre rôle est aussi d’accompagner, d’expliquer et de sensibiliser les personnes qui sont présents à la Halle de Pantin, qu’ils y travaillent ou qu’ils soient visiteurs ». Un parcours pédagogique a également été créé au sein de l’espace vert de la Halle de Pantin, en mesure d’accueillir les scolaires.

Patrimoine industriel

Conçue et réalisée entre 1946 et 1949 par l'architecte/ingénieur Paul Peirani et l'ingénieur Bernard Laffaille, la Halle de Pantin a toujours eu une vocation de flux. Il s'agit d'une ancienne halle dite "de trafic accéléré des marchandises" désaffectée, utilisée ces dernières années par la Sernam comme petite plate-forme logistique.

Le bâtiment de 100 mètres de large comporte trois nefs de 33 mètres de large chacune et compte 54 poteaux béton, caractéristiques des ouvrages construits par l'ingénieur Laffaille et connus sous le nom de "V Laffaille". Sa caractéristique principale est la voûte en béton de 7 cm d'épaisseur ainsi que l'apport de lumière naturelle procuré par les plans vitrés inclinés à 30° et orientés est et ouest.

Les travaux, entamés en 2012, ont été guidés par les particularités du bâtiment existant. « Nous avons trouvé un bâtiment présentant une qualité architecturale indéniable et des éléments structurels performants. Aucune fissure n'a été détectée. Par ailleurs, le lieu présentait déjà des apports exceptionnels de lumière naturelle. Nous avons absolument tenu à préserver ces qualités », souligne Michel Daniel, Directeur Immobilier et de la Maîtrise d'Ouvrage de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France.

Pour conserver la Halle sous son aspect d'origine tout en la rendant apte à accueillir du public, la solution choisie a consisté à appréhender de façon systémique l'insertion urbaine d'un bâtiment commercial en prenant particulièrement en compte son impact énergétique et environnemental.

Plusieurs étapes se sont succédé durant deux ans : comblement des poches naturelles de dissolution de gypse (15 000 m3 d'argile), déconstruction de 4 000 m2 d'entrepôts logistiques situés devant la halle, désamiantage de la toiture (30 000 m2) et déconstruction des quais intérieurs (600 mètres linéaires de quais et de rames ont été déconstruits et recyclés sous la forme de 15 000 m3 de granulats). Au final, 80% des matériaux déconstruits ont été recyclés et toutes les terres polluées ont été évacuées et soumises à une traçabilité précise.

Pour réhabiliter le bâtiment, le cabinet d'architecte Norbert Brail et le bureau d'études Becice, pilotés par les équipes de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France, ont ensuite mis en œuvre les meilleurs matériaux et techniques pour réduire les déperditions du bâtiment, renforcer l'étanchéité et l'isolation de la toiture, installer des menuiseries aluminium à rupture de ponts thermiques pour les vitrines, mettre en place un système de contrôle et de gestion rationalisée de la température avec des centrales de traitement d'air double flux et simple flux qui garantissent par une diffusion en gaine micro-perforée une température et un brassage de l'air idéaux dans les espaces de vente et les bureaux. Deux pompes à chaleur aérothermiques ont également été installées pour chauffer les lieux. Enfin, compte tenu des flux d'entrée et sortie, des sas sont intégrés à l'entrée des enseignes, complétés par des rideaux d'air chaud basse température. Les amplitudes thermiques sont ainsi limitées ainsi que la déperdition de chaleur lors des entrées et

sorties des clients.

La Halle de Pantin se présente ainsi comme un bâtiment aux performances énergétiques cinq fois meilleures que les exigences de la RT 2012 Bâtiments commerciaux. Elle est labellisée BBC Rénovation. Elle est également certifiée Conception dans le référentiel HQE Rénovation . Elle est par ailleurs conforme au programme CARE:4® de Saint-Gobain qui a pour objectif de diviser par quatre les consommations énergétiques et les émissions de gaz à effet de serre du parc immobilier tertiaire du Groupe d’ici 2040 et a reçu le label Multi-Confort.