septembre 2016

Vimond Matériaux

Une offre atypique

Implantées dans la péninsule du Cotentin, les trois agences Vimond Matériaux présentent une offre atypique : Produits métallurgiques, bardages, aménagements extérieurs constituent le principal de l'activité, qu'une offre matériaux et libre-service plus classique vient étoffer avec le concours de la centrale Tout Faire Matériaux.

Les agences Tout Faire Vimond, dans le Cotentin, trouvent leur origine dans l'entreprise créée par Jean-Louis Vimond, spécialisée dans la récupération et le retraitement de ferrailles, aciers et déchets, activité complétée par la vente de matériels neufs tels que des grillages, des barres métallurgiques et des tôles de couverture. En l'an 2000, l'entrepreneur implanté dans trois villes couvrant du nord au sud le département de la Manche (Sideville près de Cherbourg, Donville près de Granville, Pont sous Avranche près d'Avranche) réorganise son affaire en deux sociétés, Vimond Environnement et Vimond Matériaux, afin de différencier les métiers du retraitement des déchets et de la vente. En 2003, Vimond Environnement est vendue au groupe GDE et seule la branche négoce, qui représentait alors 30% du chiffre d'affaires, est conservée. Des produits complémentaires pour les paysagistes (comme les clôtures) et les charpentiers (comme les bois de charpente) sont ajoutés à la gamme pour donner naissance à un négoce très typé matériaux et à faible orientation libre-service. Il se distingue des négoces traditionnels par sa grande maîtrise des produits métallurgiques et éléments d'aménagement extérieur, matériels qui sont plutôt considérés comme des sous-produits dans les négoces traditionnels. «Nous arrivons avec un regard différent et c'est un atout très important dans notre approche clientèle » comme le rapporte Eric Legrand, dirigeant de Vimond Matériaux, qui poursuit «cela a également pu être un défaut, que nous avons compensé en étoffant nos gammes de matériaux et en formant et renforçant nos équipes avec des gens ayant une expérience des matériaux ».

Evolution des sites, sous enseigne Tout Faire

Petit à petit, les gammes sont étoffées avec des produits complémentaires et du personnel doté d'une connaissance des matériaux du bâtiment vient donc étoffer l'équipe initiale de huit personnes. En 2007, Eric Legrand, auparavant en charge des produits métallurgiques prend la direction de l'entreprise. Une année plus tard, après avoir pris conscience de l'intérêt d'être dans un groupement pour accéder à de belles marques à des prix de marché, il choisit d'adhérer au groupement Tout Faire Matériaux et implante l'enseigne sur les trois agences.

Parallèlement, le réseau évolue. En 2004, l'unité du centre-ville de Pont sous Avranche est transférée sur un nouveau site en périphérie de ville doté d'un libre-service de 200 m2. En 2011,

un libre-service de 250 m2 est aménagé à Sideville et en 2014 l'agence de Donville déménage à Longueville avec à la clé un agrandissement du terrain de 5 000 à 17 000 m2 sur lequel ont été construits des bâtiments totalisant une surface couverte de 2 300 m2, dont un libre-service de 300 m2.

Dans le même temps, la gamme mise à la vente a été largement étoffée avec le référencement de produits de gros œuvre et d'isolation. En revanche, l'offre ne comporte ni carrelage, ni menuiserie, ni articles pour la salle de bains. Ceci pourrait évoluer avec la mise en place de la plate-forme de stockage Tout Faire près d'Orléans, « nous ne pouvons plus dire non aux demandes des clients sur ces gammes » explique Eric Legrand, « mais tout ne peut se faire en un jour et il faut du temps pour mettre ces nouvelles lignes de produits en place et sensibiliser les équipes ». Pour l'instant, Vimond Matériaux se contente de vendre un peu de portes basiques et a également implanté des présentoirs de stratifiés et une petite ligne de carrelages d'intérieur, le but étant de monter en valeur sur ces gammes.

Pour ces référencements, ce sont obligatoirement des produits plate-forme, ce qui n'est pas le cas pour une grande partie de l'offre Vimond Matériaux, atypique dans l'univers Tout Faire.

Quatre pôles de produits

Aujourd'hui, les trois agences fonctionnent avec les quatre même pôles (produits métallurgiques, aménagements extérieurs, tôles de couverture, matériaux) selon des plans de vente identiques et avec les mêmes fournisseurs. Le pôle des produits métallurgiques comprend la vente et le débit au détail des aciers, alu, inox, barres ou tôles, vendus à 80% à des professionnels, à savoir des métalliers, des charpentiers métalliques, la mécanique agricole, les agriculteurs, le TP, plus des treillis, armatures et ronds pour le maçon. Le négoce possède pour cette activité, qui compte pour un quart du chiffre d'affaires, un parc acier à Longueville comportant 25 mètres de casiers sur quatre à six hauteurs selon les produits pour la vente au détail et deux autres parcs secondaires à Sideville (12 mètres linéaires) et Pont sous Avranche (20 m). Le pôle aménagement extérieur comprend quatre grandes parties : Portails et clôtures (portails alu et pvc, grillages simples ou rigides, clôtures composite, béton bois, béton, bois…) ; Sols et terrasses (dallages en pierre naturelle, pavés béton et pierre naturelle, dalles béton, carrelage extérieur sur plots ou à sceller, terrasses composites, bois…) ; Aménagement paysagé (palis, bordure, pas japonais, paillages, gabions…) ; Bois de jardin (abris, clôtures, pare-vue…). Les tôles destinées au bardage ou à la couverture sont proposées avec toutes les fixations nécessaires et mettent en œuvre des marques telles que SPO, Joriside, Onduline, Faynot… Quant aux matériaux, ils reprennent tout le reste de l'assortiment du point de vente, le référencement plus généraliste commun aux négoces matériaux (bois de charpente, parpaings, isolation…).

Des agences autonomes

Au niveau logistique, chaque magasin gère son propre stock de marchandises, ce qui permet à

chaque dépôt d'être autonome en termes d'approvisionnement et de livraison. Jusqu'en 2006, lorsque la société ne dépassait pas les 6 Me de chiffre d'affaires, il était obligatoire de jongler entre les sites avec des transferts de produits par navettes. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, ce qui permet d'exploiter pleinement les potentiels commerciaux des agences sans être limité par des contraintes de logistique.

A ce jour, l'entreprise possède deux camions grues de 32 tonnes et un camion grue de 26 tonnes avec remorque, à chaque fois dotés d'un chauffeur, ainsi que dans chaque site deux véhicules utilitaires de 3,5 tonnes, l'un doté d'un plateau de 6 m pour les produits métallurgiques et l'autre équipé d'une benne électrique pour les agrégats.

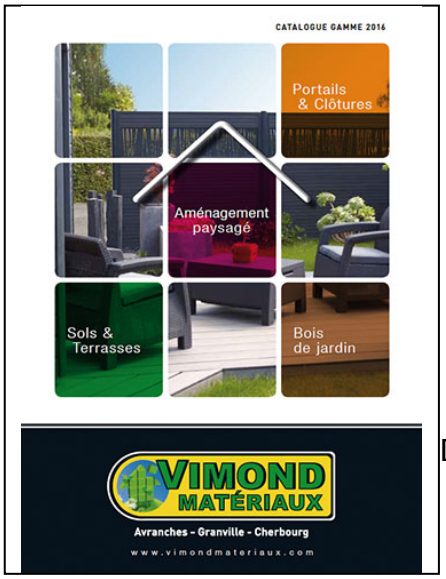
Une activité en constante progression

En croissance constante depuis sa mutation en tout négoce, l'entreprise Vimond a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 12,3 Me et progresse encore cette année. Si sa part de clientèle agricole souffre actuellement, la part des ventes auprès des particuliers reste à peu près stable autour des 30%. Chaque agence a sa zone d'emprise géographique, qui permet aux trois Tout Faire Vimond Matériaux de couvrir l'ensemble du Cotentin et descendre au sud jusqu'à Fougères.

L'effectif est d'une trentaine de personnes réparties sur les trois sites avec pour chacun d'entre eux un chef de dépôt, un commercial itinérant sauf à Sideville et deux commerciaux comptoir (un à Pont Sous Avranche), des personnels polyvalents qui peuvent se déplacer sur les chantiers en cas de besoin. Sur le parc, les dépôts sont gérés par des équipes mêlant « anciens » et « nouveaux » Vimond Matériaux qui se complètent, chaque magasinier devant pouvoir s'occuper de tous les secteurs. Leur nombre varie selon la tailles des agences avec respectivement des effectifs de 5, 4 et 2 personnes à Longueville, Pont sous Avranche et Sideville. Ces magasiniers peuvent orienter les clients dans leurs choix de produits – les clients sont chargés dans le parc et d'adressent ensuite au comptoir.

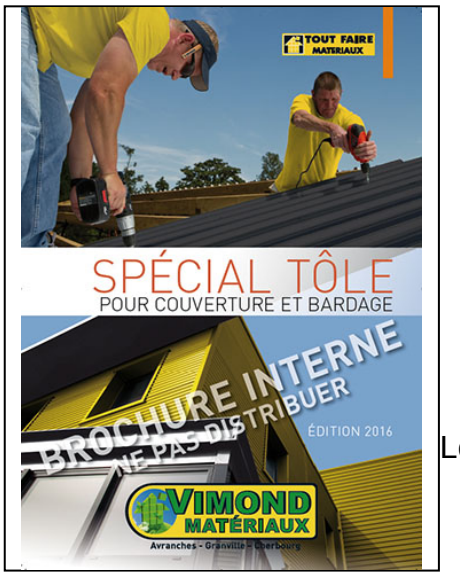
FB

Communication internalisée



Depuis trois ans, Vimond matériaux réalise ses documentations en interne, des supports propres à l'entreprise qui ont permis de structurer la gamme, de la rendre plus lisible et de former le personnel ; le négoce travaillait auparavant avec les catalogues fournisseurs. Ces documentations listent à 80% des articles tenus en stock, les autres étant au

minimum présents en exposition et créés en références (codes articles indiqués), tous étant faciles à approvisionner.



Le négoce édite ainsi en février un catalogue dédié aux aménagements extérieurs axé sur de beaux visuels d'ambiance. L'entreprise possède un fort savoir-faire sur ce marché et le valorise notamment à travers ce support de communication. Vimond Matériaux publie un deuxième catalogue spécial tôles pour la couverture et le bardage (tôle nervurée, panneau tuile, tôle isolée…) et un troisième pour l'isolation. Outre ces trois documents, d'orientation professionnelle, Vimond Matériaux édite également de février à octobre de six à sept livrets promotionnels axés grand public et distribués en boîtes aux lettres. Ils sont le support d'actions commerciales d'une durée d'un mois, durée suffisamment longue pour donner l'occasion aux clients de bien venir se renseigner en magasin avant d'effectuer leurs achats.

De son côté, la centrale Tout Faire propose des systèmes de création de documents promotionnels et des offres nationales, mais du fait de sa spécificité de gammes, non généraliste, il était auparavant difficile pour Vimond Matériaux de se retrouver dans la communication de la centrale. Aujourd'hui, la donne a un peu changé, Tout Faire laissant la possibilité à ses adhérents de personnaliser quatre pages lors de ses quatre actions commerciales nationales, ce qui permet à chaque négoce de communiquer sur ses spécificités.

Participant également de la communication, Vimond Matériaux s'installe chaque année à la grande foire exposition de Lessay, ville de la Manche centrale par rapport à ses différents dépôts. Sur cet événement millénaire qui attire aujourd'hui plus de 350 000 personnes à chaque édition, le négoce réserve un stand de 250 m2 où ses collaborateurs peuvent rencontrer des clients

professionnels comme grand public. L’entreprise fait aussi quelques « salons de l’habitat » au printemps. En revanche, aucune journée technique n’est organisée en magasin.