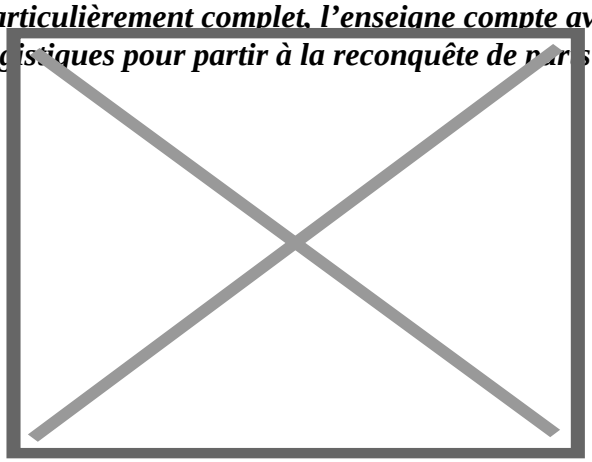
septembre 2012

Séguret Décoration

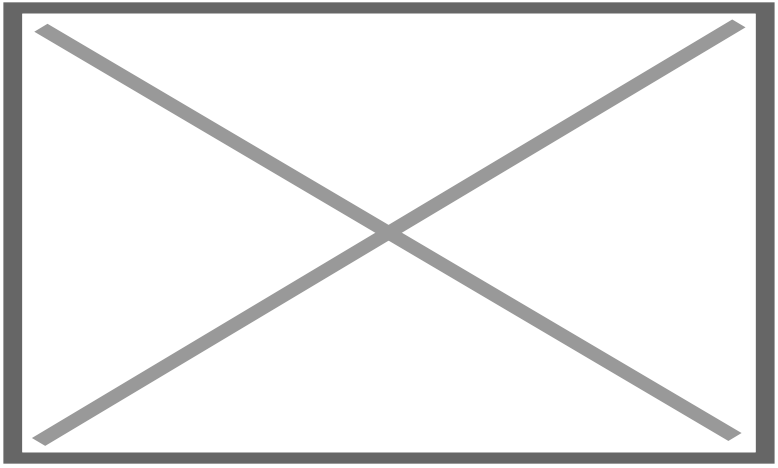
Proximité et indépendance

Avec quatorze agences, l'enseigne Séguret Décoration fait aujourd'hui partie des plus importants réseaux indépendants de décoration pour les professionnels. Bien que bénéficiant d'un plan de vente général particulièrement complet, l'enseigne compte avant tout s'appuyer sur sa force de vente et ses atouts logistiques pour partir à la reconquête de parts de marchés sur sa zone de chalandise régionale.



Au milieu des années 1960, Jacques Séguret prend la succession de son père à la tête de la droguerie familiale de Rodez. Transformée progressivement en négoce bois-panneaux, l'entreprise devient, dans les années 1980 et la reprise de l'activité par son fils Franck sous l'entité Sarl Franck Séguret, un spécialiste en revêtements de sol. Avec l'arrivée de Marc Séguret en 1995, l'entreprise s'oriente vers l'univers de la peinture professionnelle, secteur qui compte des clients communs à celui des revêtements de sol.

A cette époque, la société compte deux agences, à Rodez et à Mende mais bénéficie d'une zone de chalandise particulièrement étendue. Désireux de mieux se structurer, Franck et Marc Séguret réalisent une politique de croissance externe particulièrement active et ouvrent rapidement douze dépôts. Ils sont alors à la tête d'un réseau de quatorze agences situées dans un triangle commercial formé par Clermont-Ferrand au nord, Toulouse à l'ouest et Nîmes à l'est. Pour homogénéiser ce réseau, tous les dépôts sont placés sous l'enseigne Séguret Décoration. Ils sont néanmoins répartis en quatre entités juridiques différentes à savoir Sarl Franck Séguret (Rodez, Mende, Cahors, Brive et Montauban), Séguret Midi-Pyrénées (Toulouse, Albi, Castres), Séguret Distribution (Mauguio, Montpellier, Nîmes et Béziers) et Séguret Auvergne (Aurillac et Clermont-Ferrand). En 2011, Séguret Décoration a réalisé un chiffre d'affaires de 23 millions d'euros dont 90% auprès d'une clientèle professionnelle.



Développement de l’activité décoration

Pour développer l’activité peinture, l’enseigne noue rapidement un partenariat commercial avec Peintures Gauthier qui devient le fournisseur principal du réseau à l’exception des agences de Toulouse, Albi et Castres. Ces dernières étant situées à proximité de dépôts Seigneurie-Gauthier (aujourd’hui Comptoir Seigneurie-Gauthier), réseau de distribution intégré du groupe PPG, elles référencent d’autres marques comme Onip et Plasdox (groupe Materis). Constituée principalement de produits de ravalement et de produits d’intérieur, l’offre peinture représente à ce jour 40% du chiffre d’affaires de l’entreprise.

Bien que s’apparentant aujourd’hui à des produits historiques pour l’enseigne, les revêtements de sol et muraux font toujours partie du cœur d’activité, l’entreprise réalisant 30% de son chiffre d’affaires sur la vente de ces produits. Par exemple, pour les revêtements de sol, Séguret Décoration bénéficie d’un fort partenariat avec la société Tarkett, notamment pour son offre de sols techniques PVC ou stratifiés. Cette collaboration repose sur un double engagement fournisseur-distributeur qui vise à promouvoir la marque, réaliser des actions commerciales, organiser des opérations communes, établir une sélection de produits pertinente… Pour les produits résidentiels, l’enseigne s’est également entourée de fournisseurs reconnus par les professionnels comme Quick-Step pour les stratifiés ou Parqueterie Berrichonne pour les parquets.

Concernant les revêtements muraux, l’offre proposée par Séguret Décoration s’articule autours de nombreux modèles de toiles de verre (Johns Manville) et de papiers peints. Pour ces derniers, Séguret Décoration fait d’ailleurs partie du groupement d’achat Décorama qui regroupe deux autres distributeurs décoration : Décor Ouest Distribution (Vertou) et Legrand Cerbonney (Saint-Senier sous Avranches). Outre les papiers peints, ils réalisent également des achats communs en moquettes, sols PVC résidentiels…

Bien entendu, en marge de ces différents revêtements, l’enseigne référence de nombreux consommables nécessaires à la pose des produits comme des colles et du mortier de ragréage (Mapei), de l’enduit de préparation des murs et de finition (Toupret)…

Adhésion à UGD

Désireux d’élargir son offre et plus particulièrement l’outillage pour peintres, Séguret Décoration rejoint dans le milieu des années 1990, le groupement d’achat UGD. Cette adhésion permet à l’enseigne de bénéficier rapidement d’achats préférentiels sur du matériel et de l’outillage professionnel et d’être compétitif sur des produits jusqu’ici jugés complémentaires. « *Avant notre adhésion à UGD, nous ne faisions presque pas de volume en matériel et outillage. De ce fait, nous ne pesions pas auprès des fournisseurs et n’avions pas de conditions tarifaires intéressantes* », explique Marc Séguret aujourd’hui le président d’UGD.

Grâce au soutien d’UGD, Séguret Décoration a ainsi dynamisé les ventes émanant de ses libres-services avec un référencement complet touchant aussi bien les entreprises de peinture que de maçonnerie. En marge du plan de vente, l'affiliation au groupement a également généré un trafic plus important grâce à des opérations commerciales fréquentes. Pour l’enseigne, cela a permis d’organiser d’autres animations sous son propre

nom comme des promotions peintures mais aussi, une fois par an, Le Printemps des Pros. De plus, Séguret Décoration a mis en place un programme de fidélité permettant à ses clients de gagner, lors de leurs achats, des points cadeaux à échanger contre des lots high-tech ou des voyages.

Une forte présence sur le terrain

Pour accompagner ses clients professionnels, Séguret Décoration s'appuie, dans chaque agence sur un responsable de site qui, outre la gestion du dépôt, traite également avec les clients grands-comptes et un ou plusieurs commerciaux itinérants selon la taille des agences. Au total, la force de vente itinérante regroupe 7 responsables de site et 24â€¯technico-commerciaux chargés de visiter les clients, de les conseiller sur leur chantier, de préconiser telles ou telles références…

Dans chaque agence, Séguret Décoration emploi deux personnes au comptoir dont un coloriste qui effectue les opérations liées aux machines à teinter. Pour orienter les clients dans leur choix, ils s'appuient principalement sur les outils d'aide à la vente édités par les fournisseurs. L'enseigne joue en effet pleinement son rôle de distributeur et stocke massivement les catalogues et échantillons issus des différentes collections. Cela permet aux vendeurs de renseigner également les clients particuliers. Les agences intègrent d'ailleurs un showroom comprenant l'ensemble des solutions décoratives de l'enseigne (de l'enduit décoratif aux rideaux) qui sert également d'espace d'accueil aux particuliers, les clients professionnels ayant leur propre entrée donnant directement sur le libre-service et le comptoir. Toutefois, cette salle d'expositions dépasse rarement les 300 m2, exception faite de l'agence de Rodez qui abrite un showroom de 1 000 m2 reprenant la totalité de l'offre bâtiment, le but étant de porter des affaires aux professionnels.

Une logistique centralisée

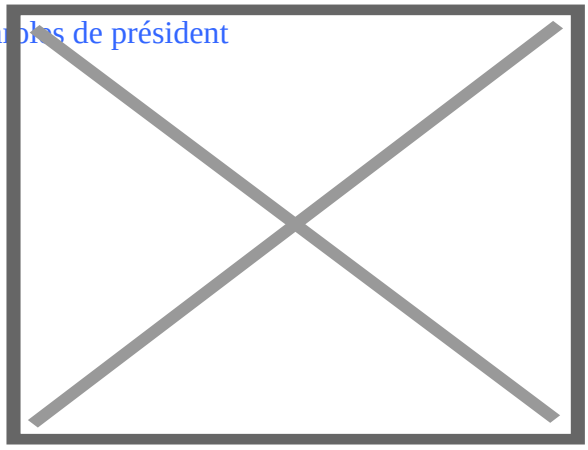
Outre une forte présence commerciale, Séguret Décoration mise également sur la disponibilité des produits pour satisfaire sa clientèle professionnelle. Ainsi, le site de Rodez abrite une plate-forme logistique de 4 000 m2 dans laquelle sont entreposés, pour le compte de toutes les agences, tous les revêtements de sol ainsi que les bases à teinter pour sa zone de chalandise. Grâce à une flotte de vingt-cinq camions et utilitaires, l'ensemble du réseau peut ainsi être réapprovisionné tous les deux jours et dépanner à J+1. Par ailleurs, si toutes les agences bénéficient de leur propre stockage, certaines, à savoir Montpellier, Toulouse et Clermont-Ferrand, font office de base logistique régionale. Elles stockent notamment les produits volumineux ou à faible rotation. « *Nous avons profité de la LME pour remettre en cause notre politique de stockage et éviter le sur-stock* », précise Marc Séguret. *« En tant qu'indépendant, nous avons l'obligation d'être rigoureux dans notre structure pour peser auprès des fabricants, le risque dans notre métier étant que ces mêmes fabricants étendent leur maillage de vente directe* ».

Se renforcer localement

Bien que suffisamment structurée pour reprendre une politique de croissance externe, l'enseigne souhaite néanmoins rester à l'intérieur de sa zone de chalandise et pourquoi pas, selon les opportunités, « *densifier le réseau en ouvrant d'autres points de vente dans des villes où nous ne sommes pas encore présents* », confie Marc Séguret. « *Nous avons déjà fait l'expérience d'agences à Chambéry et Annecy. Même si les résultats financiers étaient satisfaisants, l'éloignement géographique posait des difficultés de gestion importantes* ». Au final, dans les prochaines années, l'objectif de Séguret Décoration est de développer les agences qui n'ont pas encore atteint leur maximum tout en restant un « producteur de visite ».

Nicolas Desbordes

Paroles de président



Président d’UGD, Marc Séguret souhaite avant tout développer le commerce et la vente et faire d’UGD bien plus qu’une centrale d’achat. « *Nous souhaitons aujourd’hui monter plus d’actions communes avec nos adhérents comme c’est le cas avec l’opération Pour un Sourire d’Enfant* ». Pour autant, malgré la conjoncture, il n’est pas question de faire « *La course à l’adhérent. Lorsqu’un distributeur adhère à UGD, il doit référencer l’intégralité du plan de vente. Cette optique commerciale commune nous permet d’intéresser plus de fabricants et de nous positionner comme sérieuse alternative aux réseaux intégrés* ».