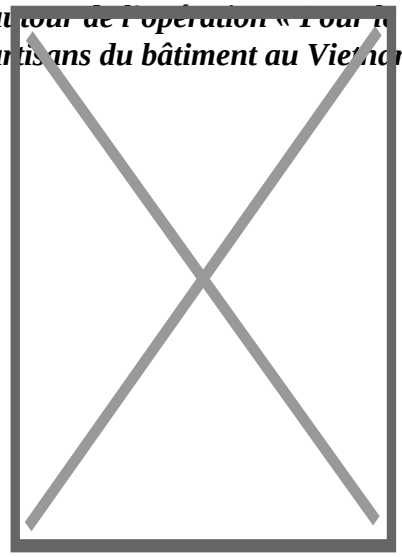
janvier 2010

UGD

UGD, un réseau indépendant et engagé

Appartenant au trio de tête des réseaux de distribution à destination des peintres en bâtiment, UGD poursuit son développement et se rapproche de ses adhérents et de leurs clients. Après avoir élargi son référencement national et restructuré sa MDD, le groupe lance une grande campagne de communication autour de l'opération « Pour le sourire d'un enfant » qui doit permettre de financer la formation de futurs artisans du bâtiment au Vietnam.



En 1955, un groupement de drogueries voit le jour sous le nom d'UGD, Union des Grossistes en Droguerie afin de bénéficier de meilleurs tarifs d'achats sur les produits de couleur, d'hygiène et d'entretien. Séduisant un nombre croissant d'adhérents, le groupement se positionne peu à peu en concurrent de la grande distribution alors en pleine expansion. Au fur et à mesure, les GSA, GSB et Lisa se concentrent et, pour faire face à cette perpétuelle mouvance, UGD décide dans les années 1980 de scinder son activité en deux divisions : une activité grand-public destinée à approvisionner les GSA et GSB en produits de bricolage, d'entretien et de décoration et une activité bâtiment pour fournir les professionnels en peinture et produits de décoration. En 1994, le groupement change de nom et devient UGD-Union Générale de Distribution

UGD aujourd'hui

Basé autrefois à Roanne (42), le siège social de UGD est depuis septembre 2008 installé à Lyon (69), une position géographique qui lui permet de se rapprocher de ses fournisseurs, de ses prestataires de service et du circuit commercial formé par ses adhérents.

Aujourd'hui, le réseau regroupe 36 adhérents indépendants (23 pour le bâtiment et 18 pour le grand public, 5 ayant les deux activités), compte 1 200 collaborateurs dont 260 commerciaux qui effectuent en moyenne chaque jour près de 1 500 visites et possède plus de deux cents véhicules de livraison chargés d'assurer le transport de plus de 4 000 commandes quotidiennes.

Avec un chiffre d'affaires de 260 millions d'euros (57% pour la division bâtiment et 43% pour le grand public) pour 17 000 comptes clients actifs (grand public et professionnel), UGD est le premier groupement

d’achat indépendant à destination des peintres en bâtiment et se classe parmi les principaux groupe de distribution sur ce marché derrière Matéris Peinture et PPG Distribution.

Une activité professionnelle commune

Pour fédérer ses adhérents, UGD effectue un référencement national à travers le recensement de 170 fournisseurs et dispose également de sa MDD, Ultrabat, spécialisée en peinture et depuis peu en toiles de verre. Afin de mieux répondre aux attentes des professionnels, cette dernière vient de subir une nouvelle segmentation et se compose désormais de trois familles de produits : Grands Travaux, Ecolabel et Hydro qui disposent chacune d’un code couleur qui leur est propre. Toutefois, outre ce référencement commun, les distributeurs peuvent garder une certaine liberté sur leur approvisionnement en peinture. En effet, UGD ne souhaite pas briser des partenariats, parfois historiques, entres les enseignes et certains fournisseurs de peinture comme Guittet, Gauthier ou Caparol. Les peintures spécifiques sont en revanche communes à tous les adhérents avec des marques telles Julien ou Ultrabat. UGD dispose aussi de produits appartenant à l’univers du « non paint », c’est à dire l’ensemble de l’offre complémentaire à la gamme peinture.

Le groupement intervient également dans l’animation des magasins et l’aide à la vente de ses adhérents. Pour cette mission, une activité promotionnelle commune à chaque agence a été mise en place pour leur permettre de bénéficier de meilleures conditions d’achats. Ce plan d’action se concentre autour de la publication de six prospectus baptisés « La Promo Pro » qui sont diffusés au rythme d’un livret par saison avec des promotions sur l’ensemble de l’offre et de deux fascicules thématiques (matériels et vêtements du peintre) édités en fin d’année. Pour informer en temps réel ses adhérents, UGD a mis en ligne un site Intranet qui permet au réseau d’adhérents d’accéder aux informations relatives à l’activité du groupement.

Le groupement fournit également à ses adhérents des conseils en droits social et commercial et leur propose de nombreux services via des partenariats avec Total ou Kadeos. La centrale joue aussi le rôle de centre de règlement fournisseur et offre une garantie « du croire » à une majorité d’adhérents. Par ailleurs, pour apporter plus de flexibilité de paiements aux clients de ses adhérents, UGD a instauré un partenariat avec la société Locam, une filiale du Crédit Agricole spécialisée dans la location avec option d’achat. Ainsi, pour un achat de matériel de 350 euros minimum, l’artisan peut demander à échelonner son paiement en plusieurs loyers.

Un groupement engagé

UGD a lancé, le 15 octobre dernier, une grande campagne de promotion en partenariat avec les sociétés Toupret et Henkel dans le cadre de l’opération « Pour le sourire d’un enfant ». De novembre à décembre, les clients des adhérents de UGD ont bénéficié de remises exceptionnelles sur une sélection de produits des deux fournisseurs. Le reversement d’une partie du chiffre d’affaires généré permettra de financer des journées de formation aux élèves de l’école du bâtiment PSE de Phnom-Penh au Cambodge. Pour mener à bien cette opération caritative, le groupement a édité, pour ses adhérents, une plaquette spéciale qui reprend la mécanique de l’action et recense les produits concernés ainsi qu’un troisième catalogue thématique spécial opération accompagné d’une campagne d’affichage et de mailing vers les clients des adhérents. A l’occasion de cette opération, un challenge inter-entreprises destiné à l’ensemble des commerciaux du groupement a été initié. Pour cette première campagne, UGD a pour objectif d’offrir 8 000 journées d’apprentissage et compte, pour 2010, renouveler l’expérience avec plus de partenaires.

Nicolas Desbordes