avril 2015

Union-Matériaux

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution

Un groupe tourné vers l'avenir

Acteur important du négoce matériaux en Languedoc Roussillon - Provence Côte d'Azur, Union-Matériaux a achevé d'intégrer le groupe Gervais Matériaux, repris en 2009, et se tourne aujourd'hui résolument vers l'avenir en mettant en chantier deux projets d'envergure, une plate-forme logistique centrale de 8 000 m2 et un showroom de 1 200 m2 à Montpellier dédié à l'aménagement intérieur.

L'histoire d'Union-Matériaux débute en 1922 lorsque Jean Vachet, tailleur de pierre de formation puis fondateur de la menuiserie préfabriquée en France, développe une petite activité de négoce général dans le bâtiment. Arborant son nom Union-Matériaux dès 1924, la société familiale grandit progressivement pour s'étendre dans l'Aude, l'Hérault et les Pyrénées Orientales au fur et mesure des générations. Ayant déjà acquis une belle taille au tournant du 21ème siècle, l'entreprise franchit un bond historique en 2009 en prenant le contrôle de Gervais Matériaux, un groupe de dimension équivalente implanté dans le Gard, le Vaucluse et les Bouches du Rhône, « nous avons doublé de taille » comme le souligne Alexandre Vachet, directeur général d'Union-Matériaux depuis 2008. Depuis cette date, le périmètre du groupe s'est élargi avec l'acquisition l'année dernière de deux anciens points de vente Réseau Pro rachetés au groupe Chausson Matériaux à Carcassonne et à Bollène. Aujourd'hui, Union-Matériaux réalise un chiffre d'affaires de 123 millions d'euros avec 35 points de vente et un effectif de 440 collaborateurs.

Maillage du territoire

A ce jour, le groupe Union-Matériaux est organisé avec un DG, Alexandre Vachet, un directeur commercial, Thierry Legaz, un directeur d'exploitation, Michel Domenech, et trois chefs de région, relais de la politique d'entreprise, qui animent chacun entre neuf et quinze agences chacun selon les secteurs et qui constituent l'interface entre la direction générale et les équipes terrain.

Hormis le navire amiral de Montpellier qui rassemble quatre centres d'exploitation, les agences du groupe sont organisées en trois niveaux. Le réseau compte de grandes agences multispécialistes, à Nîmes, Perpignan, Narbonne, Béziers, Carcassonne, Avignon et Marseille, puis des agences généralistes de plus petite taille et enfin de petits dépôts de proximité. Tous ces magasins qui, de Perpignan à Marseille, se succèdent tous les 25 kilomètres sur une zone centrée autour de Montpellier (distance maximale de 2 heures de trajet) forment un réseau dont le maillage dense permet d'apporter un service suivi à la clientèle.

Modernisation des process

Depuis quelques années, au-delà de l'intégration de Gervais Matériaux, le groupe a pris un virage important pour répondre aux impératifs liés à la crise qui a fait baisser les volumes commercialisés d'une façon durable. Pour Alexandre Vachet, « il fallait trouver comment transformer l'entreprise en la plaçant au service des besoins actuels et futurs de nos clients. » Plusieurs axes de développement ont été privilégiés avec déjà une modernisation des process commerciaux mis en œuvre dans l'entreprise. Ainsi, au niveau commercial, l'entreprise a doté ses attachés commerciaux d'une tablette afin d'améliorer le service client et de maximiser leur temps d'action sur le terrain. Ces terminaux sont équipés d'un programme développé en interne qui permet de réaliser les devis, suivre les promotions, présenter les documentations techniques, consulter les prix, la disponibilité des produits et les stocks. Les ATC bénéficient également d'un logiciel de suivi commercial (CRM) qui permet de visualiser les clients démarchés, les clients à relancer, les projets en

devenir, etc. Les interfaces numériques seront étendues cette année à un extranet pour permettre aux clients, sur leur espace en ligne, de consulter leurs commandes, leurs livraisons, leurs factures, en ayant la possibilité de commander directement sur le site avec leurs conditions personnelles

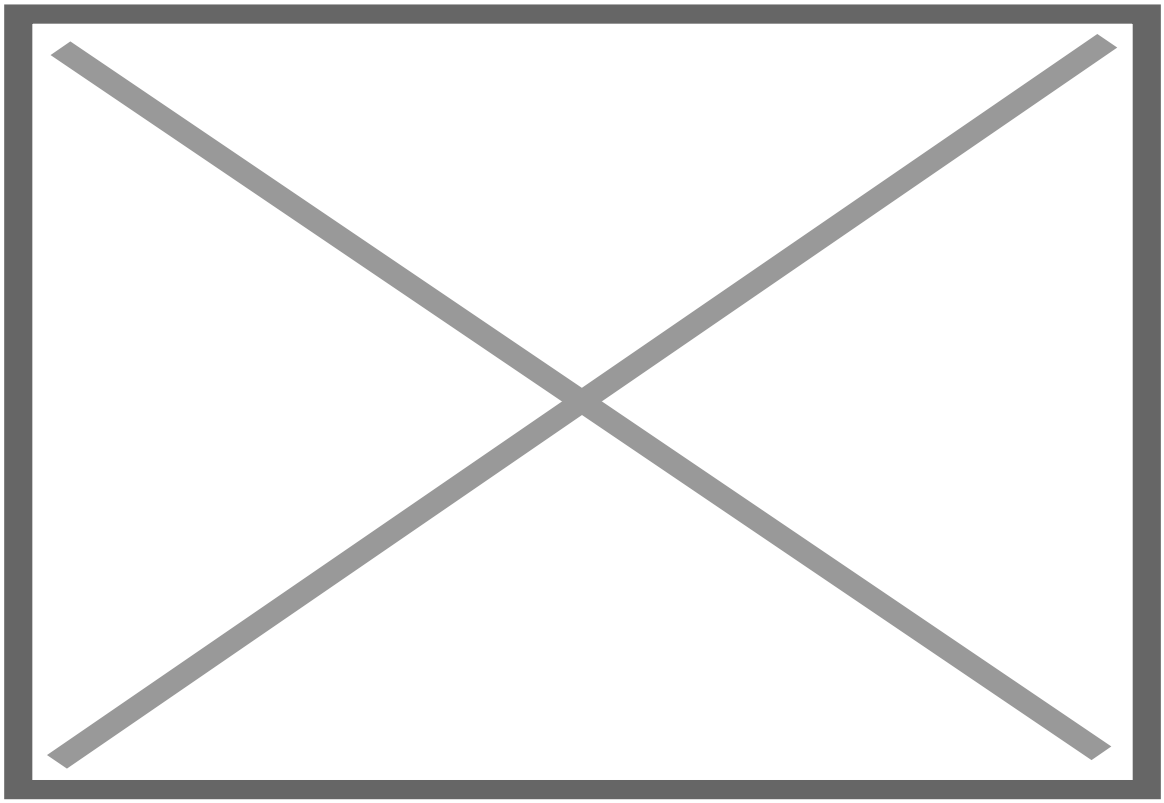
Une plate-forme logistique centrale

Autre grand chantier chez Union-Matériaux, le groupe étoffe régulièrement son plan de vente avec des produits techniques à conserver en stock et doit dans le même temps faire face à une forte évolution des gammes chez ses fournisseurs qui proposent des solutions produits de plus en plus nombreuses. Alliée à l'exigence croissante des clients sur la rapidité de livraison, cette extension du plan de vente a conduit l'entreprise à bâtir une base logistique centrale, prévue pour être opérationnelle début 2016. Construite à Vendargues sur un terrain de 16 000 m2, à l'épicentre de la zone couverte par les agences Union-Matériaux, cette plate-forme d'une surface couverte de 8 000 m2 sur 10 m de hauteur permettra de réduire le stock global du groupe et d'assurer des livraisons agences à J+2 avec un taux de service élevé. Ce centre logistique était également devenu une nécessité avec le développement de la boutique en ligne Union-Matériaux, ouverte en Mars 2013 et riche aujourd'hui d'une offre plus de 5 000 articles, la rapidité de livraison étant un des prérequis de la vente sur internet.

Un showroom pilote de 1 200 m2

Au niveau stratégique, Union-Matériaux évolue également en prêtant de plus en plus d'attention au secteur de l'aménagement intérieur. Performant dans le gros-œuvre et le second-œuvre comme le sont naturellement les négoces, le groupe est également multispécialiste dans son fonctionnement avec des spécialistes par métier présents en agences qui lui permettent de réaliser aujourd'hui 30% de son chiffre dans le pôle MCS menuiserie carrelage sanitaire, un relai de croissance intéressant pour le bâtiment.
Cette orientation vers le troisième œuvre va être accentuée avec l'ouverture à Montpellier, pour le troisième trimestre de cette année, d'un showroom pilote de 1 200 m2 consacré à l'aménagement intérieur pour toucher les prescripteurs et le grand public. Dans un bâtiment bénéficiant d'une belle architecture situé dans un emplacement commercial à fort trafic, les produits seront présentés de façon originale, avec des mises en ambiance soignées permettant aux visiteurs de se projeter dans leur intérieur – tous les éléments servant à la scénarisation seront disponibles à la vente. Les architectes auront des espaces de travail dédiés et il sera possible de réaliser des agencements en 3D. « Nous voulons aller jusqu'au bout du concept de la décoration intérieure et prendre complètement en charge les clients depuis les matériaux jusqu'à la fin de l'aménagement intérieur ». Si ce magasin fonctionne bien, il deviendra un centre de prescription capable d'attirer une clientèle de Béziers à Nîmes. Il pourra être dupliqué dans d'autres villes et des déclinaisons seront implantées dans les grandes agences du réseau. A noter que ce magasin ne portera pas l'enseigne Union-Matériaux.

L'agence de Nîmes



Physiquement, Union-Matériaux compte trente-cinq agences, dont celle de Nîmes, représentative du savoir-faire du groupe. Acquis lors de la reprise en 2009 de Gervais Matériaux, ce négoce, facile d'accès, bénéficie d'un emplacement de premier choix sur l'agglomération nîmoise, bordant le périphérique côté ville et étant situé à deux minutes de l'autoroute. D'une taille importante et multispécialiste dans la classification Union-Matériaux, il est capable de couvrir les besoins de tous les corps de métier dans une zone dense. Il comporte une vaste salle d'exposition (700 m2), un grand libre-service (400 m2) et un parc étendu avec déchetterie intégrée (18 000 m2). Il rayonne sur une zone de chalandise d'environ 25 à 30 km, variable en fonction des axes routiers.

Deux centres de profit

Comme chaque agence Union-Matériaux, Nîmes est considérée comme un centre de profit avec des objectifs définis qui répondent à des moyens mis en œuvre. Depuis le début de l'année 2015, l'agence de Nîmes représente même deux centres de profit puisque elle est désormais scindée entre l'activité gros œuvre (matériaux, isolation toiture et outillage) dirigée par Ghislaine Dantan et l'activité MCS, menuiserie carrelage sanitaire, dirigée par Florian Segarra. Chaque responsable gère son centre d'exploitation de façon indépendante, avec ses stocks, ses approvisionnements, ses forces de vente. L'objectif est de redonner du dynamisme à chacun des deux pôles en leur apportant plus de spécialité et de réactivité – la même logique est déjà à l'œuvre sur le site de Montpellier divisé en quatre centres de profit. De fait, chaque responsable étant en charge d'une équipe plus réduite, 24 pour le gros œuvre et 12 pour le MCS, il est plus disponible et peut dégager du temps pour le commerce et l'accompagnement des équipes, ce qui débouche sur une efficacité accrue de l'agence (proximité avec les clients, rapidité dans la gestion des demandes…). Avec cette nouvelle organisation, mise en place sans changer l'effectif, l'objectif de l'agence est de réaliser 11,5 millions de chiffre d'affaires en 2015, avec 7,1 millions pour le gros œuvre et 4,4 millions pour la menuiserie carrelage sanitaire.

Pour les clients, cette séparation est transparente si ce n'est la réception de deux factures lorsque les matériels proviennent des deux divisions. Par contre, ils sont toujours livrés d'une façon commune et ont toujours à faire aux mêmes vendeurs. Il y en a cinq sédentaires dans la partie MCS, avec leur bureau à l'entrée de la

zone d’exposition. Polyvalents, ils peuvent répondre aux demandes des clients qui arrivent avec un projet. Pour la partie gros œuvre, deux vendeurs sont affectés au libre-service avec la caisse et les magasiniers vendeurs sont dans le parc à matériaux – bien qu’ils soient rattachés à un centre de profit, ils restent axés sur le service client, quelle que soit la demande. Les attachés commerciaux, trois externes pour la visite de chantiers et un interne, sont rattachés à la partie gros œuvre. Il y a également deux acheteurs dédiés au gros œuvre sur Nîmes, la partie achat du pôle MCS étant assurée par les vendeurs sédentaires.

Animations commerciales locales et régionales

Pour l’animation commerciale, Union-Matériaux Nîmes s’appuie en priorité sur les fournisseurs partenaires, avec par exemple des petits déjeuners organisés pour la présentation de produits ou des réunions le midi ou en fin d’après-midi avec une formation technique assorties parfois d'une prolongation en soirée. Hormis ces rendez-vous locaux qui peuvent intervenir une fois par mois, l’agence relaye la communication Union-Matériaux avec les différents supports mis à disposition par le groupe avec cinq catalogues (Menuiserie intérieure extérieure, Sanitaire chauffage, Carrelage dallage, Guide éco maison, Equipements de protection individuelle) et des opérations commerciales élaborées pour les clients professionnels (Les mois de l’isolation, les mois de la Toiture) et pour les particuliers (Opération Terrasse). Enfin, l’agence dispose d’une enveloppe budgétaire pour les investissements dans la publicité locale, le sponsoring, les mailings, etc.

Frédéric Bassigny

Spécialiste de la réglementation thermique

Réactif sur la RT 2012 pour les bâtiments neufs, avec la mise en place dès janvier 2013 d’un partenariat avec un bureau d’études pour la réalisation d’études thermiques complètes incluant le bbio et des tests d’étanchéité à l’air, Union-Matériaux s’est également investi dans la rénovation en proposant à ses clients les différents services relatifs à l’amélioration de la performance énergétique des logements. A travers son offre Eco Réno, le négoce guide ses clients pour obtenir des aides C2E avec les primes de rénovation énergétique proposées en partenariat avec Dolce Vita de GDF Suez, apporte un conseil complet pour obtenir un crédit d’impôt, ou un crédit Eco PTZ. Ces prestations sur la RT 2012 (neuf) et Eco Réno (rénovation), que l’on retrouve détaillées dans le Guide Eco Maison avec tous les produits correspondant, permet à Union-Matériaux de se positionner comme un spécialiste de la performance énergétique dans la construction.