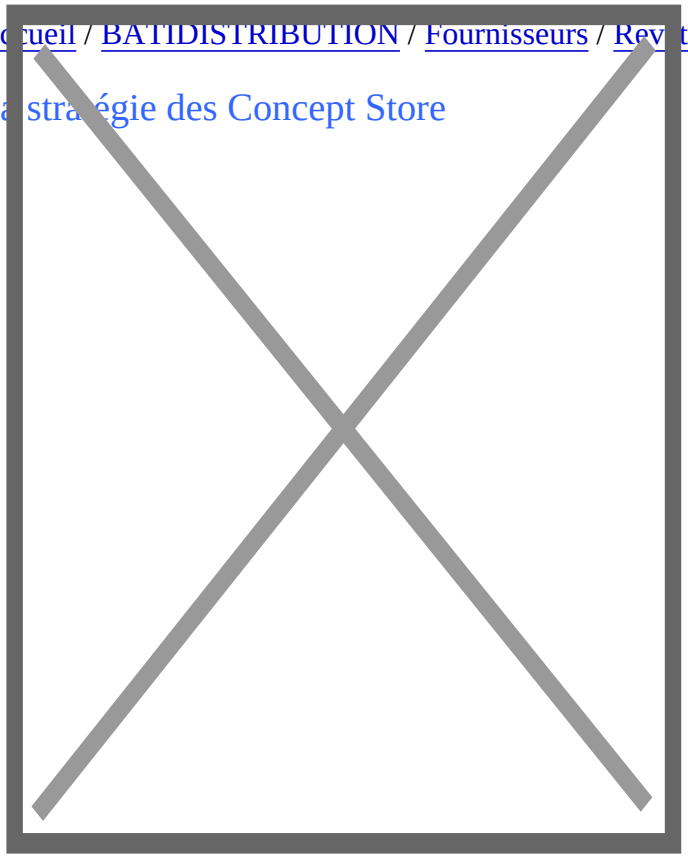
avril 2015

Quick-Step

La stratégie des Concept Store



Leader du stratifié sur le marché français, la marque Quick-Step trouve aujourd'hui de nouveaux relais de croissance en développant des gammes de sol vinyles et de parquets et en déployant un réseau de revendeurs poseurs spécialisés, des Concept Store générateurs d'image qui devraient tirer vers le haut l'ensemble de son réseau de distribution.

Avec ses deux marques Quick-Step et Pergo, la division Unilin Flooring possède des marques de premier plan dans les stratifiés ainsi que des offres en développement dans le vinyle et le parquet. Ces deux marques sont placées en France sous une direction commerciale unique, dirigée par Maxime Lengelé, qui manage deux équipes de vente séparées, Quick-Step et Pergo ayant des positionnements marché aujourd'hui clairement identifiés et séparés.

Quick-Step…

La marque Quick-Step est clairement affectée aux applications domestiques pour toutes les pièces de la maison, des chambres jusqu'à la salle d'eau et la cuisine. Elle est promue en France par une équipe de vingt personnes animée par trois chefs des ventes régionaux pour le Nord et l'Ile de France, l'Ouest et le Sud. Cette équipe est en relation avec la distribution professionnelle et travaille également en prescription avec les acteurs de la promotion immobilière (Nexity, Kaufman & Broad, Bouygues) et des architectes d'intérieur. Les distributeurs sont ici répartis en cinq canaux classés par la marque en négoces matériaux, spécialistes bois (Dispano…), spécialistes décoration (Saint Maclou, Mondial Moquette…), spécialistes du sol (Udirev…) et spécialistes peinture (Matéris, Zolpan, Tollens…).

En accord avec ce positionnement, Quick-Step dispose de deux cents décors stratifiés en classe 32, des produits déjà très résistants puisque conçus au minimum pour les petites surfaces commerciales. Les produits vinyle et parquets correspondent également à ce positionnement essentiellement domestique.

… et Pergo

Pour sa part, la marque Pergo est dédiée aux projets d'établissements pour le public comme des bureaux, des magasins, des hôtels, des banques, des gares, etc. L'équipe commerciale comporte huit personnes dont deux dédiées à la prescription, une première pour les établissements commerciaux (Maison du Monde, Camaïeu…), une seconde pour les hôteliers (Accor…). Les distributeurs de la marque Pergo sont en priorité les spécialistes bois avec prescription intégrée (Nebopan) et pour les projets des distributeurs spécialisés quand il s'agit de petites surfaces ou en direct pour des réalisations de grande importance (Ikea, Volkswagen, Vivarte, Caisse d'Epargne...).

Par rapport à Quick-Step, l'offre de Pergo en stratifiés est plus courte en termes de décors mais va plus loin en termes de performances mécaniques. La marque propose ainsi 84 décors dans les trois versions 32, 33 et 34, cette dernière classe décrivant des revêtements conçus pour des espaces très exigeants tels les halls de gare ou d'aéroport. De même, les gammes de revêtements vinyles et parquets reflètent cette résistance mécanique élevée.

Le modèle des Concept Store

Concernant plus précisément Quick-Step, marque à laquelle est consacré cet article, son directeur commercial France Maxime Lengelé a clairement l'intention d'en faire le leader des revêtements de sol dans le négoce professionnel avec ses offres en stratifié, vinyle et parquet. Aujourd'hui, si Quick-Step est leader en négoce pour le stratifié, il est encore un petit acteur dans le vinyle, mais compte réaliser 30% de son chiffre dans ce segment à moyen terme, et débute dans le parquet – à noter pour ce dernier produit l'acquisition récente de la société Magnum en Tchéquie avec à la clé un référencement dans le groupe Saint-Gobain Distribution.

Dans cette stratégie de développement, Quick-Step va s'appuyer sur des magasins référents, des Concept Store qui proposent des solutions globales avec du conseil et des solutions de pose et vont promouvoir ses collections après des professionnels et du grand public. Initiée en 2008 avec l'ouverture de Natural Parket à Meythet (74), cette démarche s'est prolongée jusqu'à aujourd'hui avec la création de neuf autres Concept Store avec Infini Legno à Maisons Alfort (94), le groupe de négoce matériaux Tanguy à Lannilis (29), Gédibois Bois et Matériaux du Comtois à Franois (25), D3R à Bordeaux (33), Ballard à Aubière (63), Avenue du Sol à Paris (75), JLM Déco à Mozac (63), BigMat à Besançon (25) et Natural Parket à Saint Genis Pouilly (01).

L'ambition est de s'appuyer à terme sur vingt-cinq à trente Concept Store, un dans chaque grande agglomération française, des magasins spécialisés qui permettent de marier l'offre en revêtement de sol avec d'autres univers de la décoration comme les parquets massifs, les placards, les lambris, les rideaux, la peinture. « Ils seront la vitrine de la marque » souligne Maxime Lengelé « et montreront réellement l'ADN de Quick-Step avec son offre positionnée sur le moyen et le haut de gamme. Ils seront également un signal très fort envoyé vers la distribution dans son ensemble pour montrer l'accompagnement commercial que l'on peut déployer et les performances que peuvent atteindre des points de vente qui s'impliquent avec la marque. »

Dans leur fonctionnement, ces Concept Store français sont à l'image des revendeurs Diamond de la marque en Belgique (cf. encadré Parket Center) et doivent présenter les trois gammes stratifié, parquet et vinyle Quick-Step avec leurs accessoires, proposer une prestation de pose agréée, avoir une démarche active de prescription et faire de la communication régionale. En région parisienne, Infini Legno participe ainsi à La

Foire de Paris et à La Foire d'Automne.

Formations et communication

Les autres revendeurs de la marque ne sont pas oubliés et la marque leur apporte son aide de façon conséquente par des formations, des participations à des salons régionaux et au-delà par un engagement très important dans la communication qui a un effet direct en termes de notoriété. Quick-Step participe ainsi, parfois avec d'autres marques du groupe Unilin, aux salons Architect At Work, Carrefour du Bois, Equip'Hotel, Equipmag (aménagement de magasins), Untec (économistes de la prescription), etc. de nombreuses manifestations qui participent de son ouverture vers l'extérieur. La marque est présente dans les magazines grand public type Idéat ou Art & Décoration, et est également portée depuis treize ans par une équipe cycliste dont elle partage cette année le parrainage avec la marque de nutrition sportive Etixx, équipe qui compte dans ses rangs des champions reconnus tel Mark Cavendish, champion du monde 2011.

Leader du stratifié

La gamme Quick-Step comprend du stratifié, produit historique de la marque, du vinyle et du parquet. Dans le domaine du stratifié, la gamme comporte plusieurs collections avec les lames Largo, Vogue, Eligna, Eligna Wide, Perspective, Perspective Wide, Elite, Lagune, Classic, les dalles Exquisa et Arte et depuis cette année les lames Impressive déclinées en Impressive (épaisseur de 8 mm) et Impressive Plus (12 mm). Sans détailler tous ces produits, ils offrent un choix très large qui permet de répondre à de nombreuses situations, selon que l'on désire des lames courte ou longues, larges ou non, avec ou sans surface structurée, dans de nombreux décors, et même pour les salles d'eau avec la série Lagune. Ils alternent en outre différents types de finitions (original pierre/bois, mate, givrée, vernie, authentique, cérusée, traces de rabot), de chanfreins (large, micro, authentique, impression), de structures (brossé, traces de scie, vieilli, recyclé), etc. L'ensemble de cette gamme bénéficie du système d'assemblage rapide Uniclic, garanti à vie, qui a construit le succès initial de la marque, et, est garanti 25 ans en usage domestique et 5 ans en usage commercial, à l'exception des modèles Classic et Creo de 7 mm d'épaisseur garantis 20 ans en usage domestique – toutes ces références sont en classe 32.

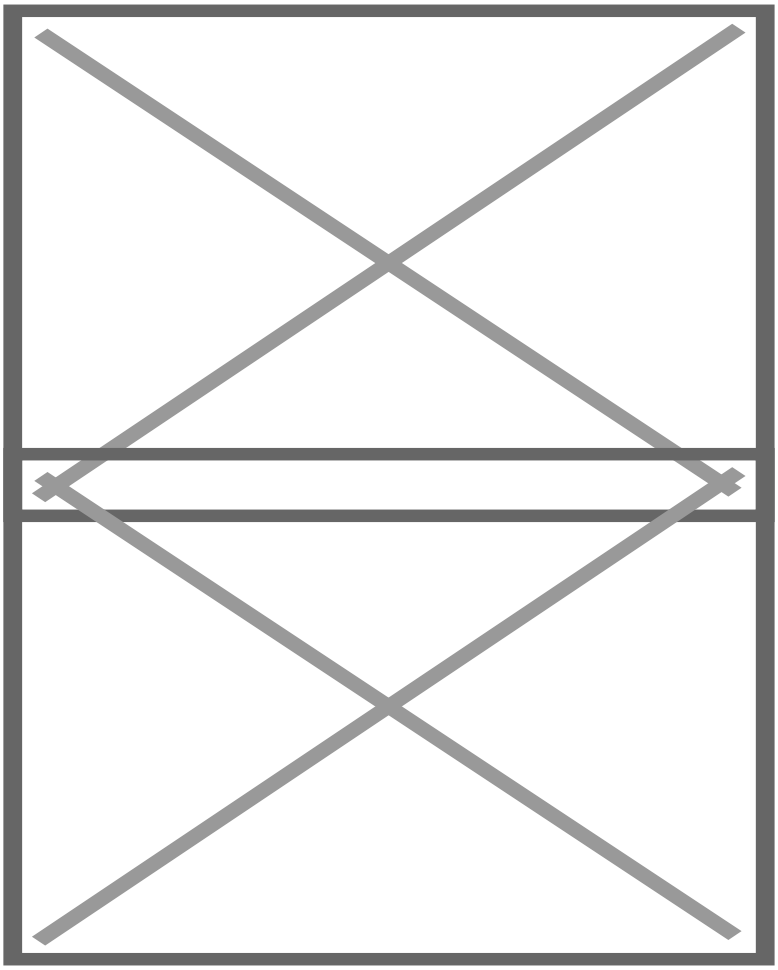
Cette gamme a été complétée en octobre dernier par les lignes Impressive (épaisseur 8 mm) et Impressive ultra (12 mm), une véritable avancée technique qui permet de réaliser facilement des sols totalement étanches à l'eau, sous seule condition de réaliser des joints périphériques ; il fallait auparavant utiliser la gamme Lagune d'aspect pont de bateau, assez onéreuse et relativement contraignante en termes de montage. Avec les séries Impressive, les poseurs ont à leur disposition des lames de grande dimension, 138 sur 19 cm, avec seize décors en aspects chêne vernis, classique, tendre, vieilli, sablé, raboté, pin naturel, béton, banc, bois brûlé, et plusieurs choix de chanfreins, chanfreins qui pour la première fois possèdent le même décor et la même structure que la surface de la lame.

Le vinyle et le parquet en devenir

Le reste de l'offre Quick-Step couvre le vinyle et le parquet. Dans le vinyle, la gamme Quick-Step Livyn comporte vingt décors, seize lames en imitation bois et quatre dalles en aspect minéral, avec des propositions avec ou sans chanfrein, avec ou sans système d'assemblage rapide Uniclic, et systématiquement un enregistrement en classe 32 (classe 34 possible pour la version sans chanfrein avec couche d'usure de 0,55 mm).

Pour les parquets, Quick-Step propose sept collections différentes avec des plusieurs essences (chêne, frêne, noyer, merbau, jatoba), aspects (de Finesse pour les bois à petits nœuds à Caractère pour les bois gros nœuds et gerces sombres) et structures (brossé, raboté, usé, artisanal), toutes les planches étant dotées du système d'assemblage rapide Uniclic Multifit. L'événement 2014 pour ces produits a été le lancement de la série Imperio, les lames extra-larges de dimensions 220 x 22 cm pour une épaisseur de 14 mm en six teintes bois.

L’Academy Quick-Step - Pergo

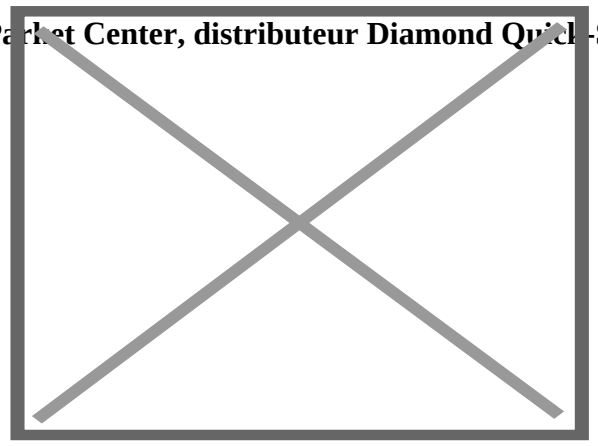


Après une première Academy inaugurée le 6 juin 2012 à Manchester pour le marché britannique, Unilin Flooring a ouvert un deuxième centre de formation le 4 avril 2014 sur son site de Wielsbeke en Belgique, pour les marchés du Benelux et de la France. Aménagé dans une ancienne ferme rénovée, cet espace permet au groupe d’accueillir des équipes de poseurs de revêtements de sol de distributeurs de ses marques Quick-Step et Pergo afin de leur apporter l’expertise nécessaire à la bonne réalisation des chantiers. Les prestations proposées sont scindées en deux modules avec en premier lieu une formation initiale de deux jours qui rappelle les basiques des produits et donne leurs principes de pose. Les stagiaires apprennent comment sont fabriqués les revêtements, comment les installer et prennent connaissance d’astuces de pose (changer une lamelle, négocier les obstacles…). La deuxième proposition est réservée aux poseurs autant déjà un minimum de deux ans d’expérience. Elle dure trois jours pour le stratifié et le parquet, deux jours pour le vinyle, et a pour but de faire de ces professionnels des installateurs Master. Cette Academy est aussi utilisée pour former les commerciaux Unilin et son marketing, et faire le cas échéant de l’apprentissage à la carte.
Le but d’Unilin Flooring est d’obtenir que les poseurs de ses produits travaillent avec ses normes pour garantir le meilleur résultat possible chez les clients finaux. Pour s’assurer de cette qualité, un test de pose en conditions réelles d’une durée de 4 heures vient contrôler les connaissances des stagiaires. Il conditionne leur identification en tant que Master Installer, qualification qui leur autorise à donner à leurs clients une garantie deux ans sur la pose, qui s’ajoute aux garanties produit déjà existantes sur les deux marques. En outre, ces poseurs Masters peuvent indiquer ce label sur leur site internet et sur d’autres supports via les éléments de

communication fournis par les marques (autocollants magnétiques ou non, logos pour vêtements…), reçoivent en primeur des informations régulières de Pergo et Quick-Step, bénéficient de réductions chez Dewalt, Stanley et Soudal.

Dans la pratique, cette Academy de Wielsbeke a véritablement débuté son activité en septembre dernier, après finalisation du projet et notamment des tests pédagogiques des cours et la préparation des supports (six boxes de 3,5 x 3,5 m avec des obstacles tels des poteaux, entrées de porte ou toilettes, des salles pour le ragréage pour le vinyle…). Il fonctionne en général de trois à quatre jours par semaine, le responsable de la formation étant également appelé en support technique sur des chantiers. Pour la France, les premiers bénéficiaires de cette Academy ont été trois équipes de dix collaborateurs Dispano venues sur octobre, janvier et février. Les deux premiers poseurs indépendants destinés à devenir des Master Installer ont été accueillis début février.

Parket Center, distributeur Diamond Quick-Step



L’ambition de Quick-Step est d’avoir à terme une trentaine de magasins référents Concept Store en France. En Belgique, pays où la marque est particulièrement bien représentée, elle a déjà construit tout un réseau de distributeurs partenaires selon les trois niveaux de compétences Prestige, Royal et Diamond pour le plus élevé, ces Diamond Store devant obligatoirement être installateurs de métier, commercialiser les trois lignes stratifié, vinyle et parquet, et se limiter dans les marques concurrentes à celles qui offrent de produits complémentaires.

A quelques kilomètres de Wielsbeke, le Parket Center implanté à Kuurne est Diamond Store depuis octobre 2014. Précédemment Concept Store Royal, ce revendeur a franchi la marche supérieure pour bénéficier d’une protection supplémentaire sur une zone de 30 km de rayon, d’une aide marketing supplémentaire avec notamment une participation de 4 000 e sur la communication – Parket Center a engagé en 2014 quelque 40 000 e pour les publicités (internet, affichage, journaux, autobus, TV régionale) – et aussi pour l’impact supplémentaire que cette qualification apporte auprès des clients. Avec ce passage, Parket Center a augmenté l’espace dévolu à Quick-Step, la marque occupant désormais un tiers de la surface pour environ 40% du chiffre d’affaires (80% pour le stratifié). L’établissement, qualifié Master Installer, a également débuté avec l’activité vinyle de la marque.

Créé il y a dix ans, le Parket Center de Kuurne dispose d’un bâtiment showroom de 500 m2 et son effectif, outre James Heylen sont directeur, est d’un vendeur, d’un assistant et de trois poseurs. La clientèle est constituée à 80% de clients particuliers et de 20% de professionnels, comme des constructeurs de maison qui possèdent également un showroom, avec une zone de chalandise d’une quinzaine de kilomètres (80% des clients). Outre Quick-Step dans le stratifié, le vinyle et le parquet, la société commercialise également les marques Balterio en stratifié, Moduléo en vinyle, Lalegno et Lamett en parquet et Wicanders en revêtement liège.