janvier 2014

Bleu Blanc Location

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Location / Loueurs

Un généraliste aux multiples spécificités

Créée en 2002, la société Bleu Blanc Location est parvenue en moins de dix ans à se positionner comme un acteur local important dans la location de matériel de chantier. Aujourd'hui, grâce à une stratégie axée sur la proximité et la qualité de son matériel, le loueur entend plus que jamais aider ses clients à être plus efficaces pour surmonter la crise.



A la tête d'une société spécialisée dans l'environnement durant une quinzaine d'années, Philippe Jan décide, en 2002, de s'orienter vers le secteur de la location de matériels de chantier. Il se rapproche alors de Jean-Claude Mangard et reprend son réseau qui comportait alors quinze agences éparpillées dans un triangle Rouen-Limoges-Rennes. Très vite, il homogénéise les dépôts autour d'une marque commune, Bleu Blanc Location et densifie activement son maillage commercial. Il ouvre alors de nouvelles agences, principalement entre deux dépôts déjà existants comme c'est le cas pour l'agence de Mayenne (53) située entre celle de Laval et d'Alençon et qui a ouvert ses portes en 2013. Ce resserrement du réseau a eu pour effet de mieux accompagner les clients, renforcer sa proximité, capter de nouveaux marchés mais aussi limiter les coûts de transports du matériel.

Une organisation optimisée

Aujourd'hui, le réseau Bleu Blanc Location regroupe vingt-deux agences regroupées en trois régions commerciales à savoir la Bretagne, le Centre et la Normandie. Ces divisions géographiques sont placées sous la tutelle de trois directeurs régionaux qui pilotent ainsi entre six à huit agences mais dont la priorité est d'analyser en permanence leur marché local respectif. Ils s'appuient sur des responsables location qui s'apparentent à des chefs d'agences et qui gèrent un maximum de trois dépôts. « Pour que nos directeurs régionaux et responsables location soient les plus performants possibles, nous devons optimiser au maximum leur temps de travail. C'est pour cela que nous avons opté pour une organisation propre à notre réseau qui permet par exemple, à nos responsables location de passer 80% de leur temps sur le terrain et seulement 20% dans les agences », explique Philippe Jan. En effet, les responsables locations s'appuient dans les dépôts sur un responsable comptoir sédentaire qui prend en charge l'accueil du client et délivre les renseignements techniques. Chaque agence compte également un responsable logistique qui gère la réception, la préparation et l'entretien des machines mais aussi un ou deux mécaniciens et un chauffeur chargé de la livraison du

matériel sur les chantiers, de la mise en route des machines ou encore de la formation théorique des clients. A noter que pour permettre aux agences de se concentrer exclusivement sur l'activité location, Bleu Blanc compte, en son siège de Laval, un service administratif qui gère les factures, la comptabilité, les ressources humaines, la communication interne…

Une formation chiffrée

Pour répondre au plus près des besoins des clients, qu'ils s'agissent de major de la construction, d'artisans, de sociétés spécialisées dans les travaux publics et agricoles ou issues des métiers de l'environnement – le client le plus important ne pèse que 6% du chiffre d'affaires du loueur – Bleu Blanc Location accorde une grande importance à la formation de ses équipes. « Le montant alloué à la formation des collaborateurs représente deux fois le budget légal obligatoire. Depuis plusieurs années, nous faisons en sorte que les personnes manipulant le matériel, comme les chauffeurs, possèdent tous les Caces nécessaires à la bonne utilisation des machines », précise Philippe Jan. « Il en va de même pour les mécaniciens qui, lors du référencement d'une nouvelle machine, sont formés sur les réparations et l'entretien courant par un responsable technique itinérant ».

L'entreprise va toutefois plus loin en formant ses salariés aux outils informatiques utilisés par le loueur (les agences sont équipées d'ERP pour faciliter leur gestion) sur plusieurs démarches environnementales… différents cursus qui sont proposés « à la carte ». En effet, chaque salarié de l'entreprise doit régulièrement remplir des fiches de poste permettant de déterminer la responsabilité de chacun mais aussi les points à développer et donc au final d'adapter les formations selon les besoins pour monter en compétences.

Pour s'assurer de la qualité de cette formation, l'entreprise a mis en place, avec les prestataires formateurs, des contrats d'objectifs qui répondent à des cahiers des charges précis établis par le loueur. « Dans le cadre de la formation de nos livreurs, nous allons prochainement proposer deux formations portant sur la conduite, la première dédiée à la sécurité et la seconde sur la consommation de carburants. Pour cette dernière, le contrat d'objectif nous permettra de quantifier la réduction de carburant économisée en adaptant une conduite plus responsable », développe Philippe Jan. Pour la sécurité, quel que soit le poste occupé par le salarié, le chiffrage est moins évident à établir même si le dirigeant vise le « zéro accident ».

Un « super-généraliste »

Concernant l'offre, une agence type Bleu Blanc Location possède un parc comprenant environ 65% de machines à destination du second-œuvre et de la construction et 35% de matériels dédiés aux travaux publics. Toutefois, compte-tenu des spécificités de chaque agence (situation géographique, typologie de clientèle….), certains dépôts répondent autant au secteur du TP qu'à celui du bâtiment. De ce fait, l'offre location est principalement axée sur les mini-pelles (30% du chiffre d'affaires location en 2012), les chariots télescopiques (15%), les nacelles (9%), les rouleaux (7%) ou encore les chargeuses (5%). « En tant que généraliste, nous devons nous démarquer de la concurrence en apportant de la valeur ajoutée à nos clients, c'est-à-dire faire en sorte qu'avec nos machines, ils soient le plus efficace et donc le plus rentable possible » explique Philippe Jan. Pour y parvenir, le loueur mise sur la compétence de ses équipes mais aussi sur la proximité qu'il entretient avec ses clients pour adapter son offre à chaque agence en proposant le bon matériel, « on n'utilise pas le même type de machines en milieu rural qu'en ville » mais aussi en sélectionnant des marques reconnues comme Yanmar pour les mini-pelles, Manitou pour les télescopiques, Haulotte pour les nacelles, Ammann pour les rouleaux ou encore Terex pour les chargeuses.

Un parc jeune et soigneusement sélectionné

Bien que plébiscités par les professionnels de la construction et des travaux publics, les machines proposées par Bleu Blanc Location ont été, en amont avant leur mise en location, analysées en profondeur pour s'assurer qu'elles répondent parfaitement à la philosophie de l'entreprise. Ainsi, le siège de Laval intègre un

bureau d'étude qui est chargé d'étudier le marché (en collaboration avec les responsables régionaux) pour identifier les besoins des clients, de réaliser des comparatifs avec des machines d'autres marques, de prévoir les valeurs de cessions futures des machines lorsqu'elles seront placées sur le marché de l'occasion… Pour les essais, le loueur propose à des clients ciblés d'utiliser gratuitement le matériel lors de chantiers préalablement définis. En retours, les professionnels s'engagent à remplir des grilles d'évaluation portant sur des points précis (facilité d'utilisation, capacité de travail, confort et sécurité de l'opérateur…). Ces grilles sont ensuite analysées par un ERP spécialement développé pour le loueur, qui, outre les évaluations du client étudie l'analytique de la machine, c'est-à-dire son coût d'entretien, son coût lors d'une panne, le coût annexe à la panne (immobilisation de la machine et du personnel, retard du chantier…), le coût des pièces de rechanges, etc. Une fois les machines sélectionnées, elles sont mises aux couleurs de Bleu Blanc Location qui effectue alors leur promotion auprès des clients pour expliquer le choix de telle ou telle machine plutôt qu'une autre. A noter que le loueur se focalise chaque année sur une seule famille de machines ce qui lui permet de proposer du matériel particulièrement récent. D'ailleurs, depuis 2009 (la mise en place de cette stratégie a nécessité plusieurs années d'adaptation) Bleu Blanc Location investit plus de 60% de son chiffre d'affaires dans le renouvellement de son parc, une manne financière importante qui tient au fait que Philippe Jan est le principal actionnaire de l'entreprise et qu'il est parvenu à conserver une part importante de fonds propres. « Proposer un parc jeune permet à nos clients d'utiliser des machines en bon état qui sont immédiatement fonctionnelles, possèdent les dernières technologies et respectent les dernières normes environnementales ».

Bien que le choix du matériel nécessite des investissements humains et financiers importants, « l'examen d'une seule machine peut prendre plusieurs mois », Philippe Jan n'entend pour autant pas en répercuter le prix sur le tarif des locations. « Notre politique est certes de louer des machines neuves et de qualité mais au prix le plus bas. Pour cela, nous réduisons fortement nos marges qui sont compensées par des volumes d'achats importants ».

Le libre-service, une spécificité

Toujours dans l'optique d'apporter de la plus-value à ses clients, Bleu Blanc a développé, depuis 2002, un nouveau service à savoir la vente en libre-service. Dès la reprise de la société, Philippe Jan a en effet installé des espaces magasins dans toutes les agences, pour avant tout « permettre à nos clients d'être plus productifs sur leurs chantiers ». Il a ainsi développé une « vraie politique de libre-service » avec l'embauche d'un acheteur spécialisé sur les consommables, l'outillage et les équipements de chantier et d'un responsable animation/communication spécifique aux libres-services. Ces deux personnes sont chargées d'identifier les besoins des clients – ils peuvent s'appuyer sur les responsables location qui sont aussi bien formés aux machines qu'aux consommables – et d'entrer en contact avec les fournisseurs. Comme pour le matériel de chantier, l'objectif est de proposer des produits hauts de gamme à un prix attractif en misant sur des achats volumineux.

Aujourd'hui, l'univers libre-service représente près d'un tiers du chiffre d'affaires de Bleu Blanc Location et bénéficie de ses propres campagnes de promotions qui sont relayées par des affiches placées dans les agences, des flyers distribués aux clients avec leurs factures, sur le site internet du loueur ou via la newsletter du loueur envoyée à plus de 4 000 professionnels du bâtiment et des travaux publics.

Une stratégie anti-crise

Pour dupliquer sa philosophie de la location dans les agences Bleu Blanc Location, Philippe Jan a pris le temps pour mettre en place une organisation performante et réaliser des investissements réguliers. Toutefois, même si près de six années ont été nécessaires pour concevoir le réseau tel qu'il l'est aujourd'hui, les résultats se sont rapidement fait ressentir. « Du fait de notre travail en amont, nous n'avons pas connu de grandes difficultés malgré la crise. Grâce à la qualité de nos équipes et de notre parc, nos clients sont restés rentables malgré les difficultés économiques. Nous sommes ainsi parvenus à créer de l'attractivité », confie

Philippe Jan. Pour poursuivre sur cet élan, le dirigeant a mis en place un plan quinquennal qui doit permettre à l'entreprise de développer son périmètre commercial, principalement par la création de nouvelles agences et tout en conservant une politique d'investissements importants.

ND