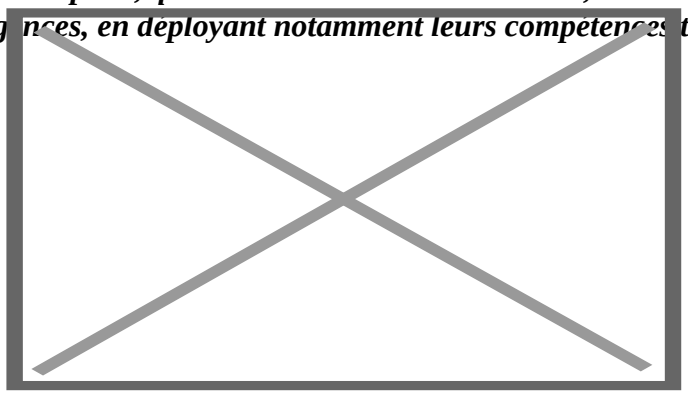
octobre 2015

# Coverpa - Sarlat

Accueil / BBI / Distribution / Cofaq

## Puissance 4

***La Coverpa, point de vente indépendant de Sarlat, marque le départ de l'aventure de Xavier Trichet dans la fourniture industrielle, qui l'a conduit à reprendre deux autres magasins et à en créer un quatrième pour bien mailler son territoire. A la tête d'une activité qui comprend aujourd'hui 48 personnes, le chef d'entreprise, qui vient d'adhérer à Master Pro, cherche aujourd'hui à optimiser les synergies entre ses agences, en déployant notamment leurs compétences techniques.***



Sans nul doute, le dirigeant de Coverpa est atypique sur le marché des quincailleries et fournitures industrielles. Après une vingtaine d'années passées dans la distribution spécialisée en bricolage, notamment comme directeur des achats de Bricomarché et à la création de Bricocash, l'enseigne hard discount bricolage du groupement des Mousquetaires, Xavier Trichet a décidé de changer de cap. En 2008, il rachète l'entreprise Coverpa de Sarlat-La-Canéda, en Dordogne, qui comptait alors 12 personnes. « J'ai toujours eu envie de devenir chef d'entreprise » explique-t-il. Certes, compte tenu de son expérience professionnelle, le chef d'entreprise aurait pu opter pour la reprise d'un point de vente indépendant dans le secteur du bricolage... mais « je n'ai jamais ciblé le bricolage dans mes recherches. Ce qui m'intéresse, c'est la relation avec le professionnel, l'échange technique, la réponse pour apporter les meilleures solutions possibles. Dans l'univers du négoce en matériaux ou de la fourniture industrielle, on n'est pas que dans une relation de stock et de prix. »

**16 000 références en stock**

Si le charme de la Dordogne et de ses ressources naturelles ne l'ont probablement pas laissé insensible, c'est avant tout l'opportunité du départ à la retraite du dirigeant fondateur de Coverpa qui a guidé Xavier Trichet à Sarlat.

Créé en 1980, Coverpa, le Comptoir de vente et de réparation de pièces agricoles, a réussi en une trentaine d'années à acquérir une position de leader sur sa zone. Spécialisé à l'origine, comme son nom l'indique, dans la fourniture et la réparation de pièces agricoles, ce point de vente indépendant a su élargir au fil des ans son plan de vente pour évoluer vers une entreprise de vente de fournitures industrielles, de matériels, d'outillage, de quincaillerie, de pièces agricoles, d'irrigation, de lubrifiants et autres équipements de protection individuelle pour professionnels et particuliers, qu'il s'agisse d'agriculteurs, d'artisans, d'entrepreneurs du BTP, d'industriels, de garagistes (automobiles, motos et poids lourds), de paysagistes, d'exploitants forestiers, d'hôteliers de plein air et collectivités locales.

Une diversité que Xavier Trichet a cherché à renforcer encore à son arrivée. « Nous avons la capaicité de proposer une offre large et diversifiée à nos clients pour qu'ils trouvent en un seul endroit tout ce dont ils ont besoin, depuis le roulement 6200 jusqu'aux compresseurs à vis, en passant par l'outillage, les groupes électrogènes, du levage... ».

Fort de ses 16 000 références en stock, le point de vente n'a jamais cherché, malgré la conjoncture économique complexe, à rogner sur son stock, qui représente environ 25% de son chiffre d'affaires. Depuis début 2015, Coverpa s'appuie également sur les 1,5 million d'articles de la base de Master Pro, groupement auquel la société sarladaise vient d'adhérer, ce qui lui permet de proposer à la contremarque des produits spécifiques et complémentaires. « L'objectif est d'avoir un maximum de disponibilité pour que nos clients ne perdent pas de temps. Evidemment, plus le plan de vente est large, plus il y a des risques de rupture mais nous sommes particulièrement vigilants en interne sur ce point » poursuit Xavier Trichet. Une vigilance qui concerne également la gestion des stocks. « Rien n'est simple surtout lorsqu'on est en période de croissance et qu'il faut faire des arbitrages en ce qui concerne les besoins en fonds de roulement ! »

**Investir dans la technicité**

Certes, la première année du rachat, 2008, et celles qui ont suivi n'ont probablement pas été à la hauteur des espérances du tout nouveau chef d'entreprise. « Nous avons essayé de maintenir nos positions et, surtout, de proposer un plus grand nombre de marques leaders sur leur marché. » C'est le cas par exemple de Festool et Kärcher qui n'étaient jusqu'alors pas présentes chez Coverpa. « Nous avions l'image du dépanneur, pas du fournisseur privilégié des entreprises industrielles. Ce changement de source nous a permis de travailler plus facilement avec l'industrie. Cela nous a donné les moyens de renforcer le positionnement de l'entreprise comme partenaire privilégié des grandes marques et d'asseoir aussi notre réputation. Nous privilégions ainsi les marques qui ont une technicité produit, en mesure également de former mes équipes. Cela ne m'intéresse pas de vendre du prix. Ce n'est pas l'image que l'on veut développer » insiste-t-il.

Cette volonté de s'appuyer sur des marques fortes est assortie d'une volonté d'accompagner le client sur site, pendant toute la durée de l'utilisation de la machine. Historiquement, l'atelier SAV et réparation de Sarlat est en mesure d'intervenir pour la conception et la réalisation de flexibles hydrauliques jusqu'à 2'' de diamètre (agricole, TP, industrie…), la mise en marche, l'entretien et la réparation des équipements achetés dans le point de vente, les déplacements sur site pour intervention, la confection de chaînes de transmission, chaînes de levage, câbles de traction et de levage, la révision moteur pour motoculture, tronçonneuses et chaînes, le changement de cardans, de roulements et de paliers. Coverpa est également agréé Kärcher et, depuis septembre, a mis en place un service SAV Maintenance concernant tout l'univers des compresseurs à vis, réseaux d'air et air comprimé. « La notion de prix est une chose, il faut bien entendu être placé. Mais il faut aussi pouvoir assurer un service irréprochable. Nous avons donc décidé d'investir sur la technicité et la réactivité dans le service après-vente. Aujourd'hui, pour vendre des compresseurs à vis dans l'industrie, il faut être capable de proposer du matériel de prêt car lorsque le compresseur tombe en panne, les entreprises ne peuvent se permettre d'arrêter leurs chaînes de production dans l'attente de la réparation. Nous nous appuyons également désormais sur un technicien qui, avec un camion équipé, va tourner sur l'ensemble de nos zones commerciales pour des interventions chez le client. »

**Ancrage périgourdin**

En 2014, le rayonnement commercial de Coverpa a d'ailleurs pris une nouvelle envergure, à travers le renforcement de son implantation en Dordogne, lui permettant de s'étendre à la Corrèze et au Lot, puis, dans un second temps, au Cantal.

Soucieux de toujours mieux répondre aux besoins de ses clients, notamment ceux de l'industrie, Xavier Trichet s'est effectivement intéressé à la quincaillerie Darcissac, située à environ 35 kilomètres de Sarlat, à Terrasson-Lavilledieu (24), suite au départ à la retraite de son dirigeant. Acquise en 2014, cette quincaillerie

alors sous enseigne DomPro a pris l'enseigne Coverpa. La même année, le chef d'entreprise peaufine son implantation périgourdine en ouvrant un troisième point de vente à Saint-Laurent-sur-Manoire, à côté de Périgueux, une création. « Nous avions fait l'expérience de rayonner vers Périgueux, depuis Sarlat, à 70 km de là. Mais la proximité est un aspect qui reste important pour les clients. Ils ont besoin d'un point de repère concret, d'un contact, d'un point de stock. »

**L'esprit indépendant**

A la tête de trois agences, Xavier Trichet décide alors de rejoindre un groupement d'indépendants. « Avec trois agences, j'ai compris qu'il fallait rejoindre un groupement. J'ai décidé d'adhérer à Master Pro, dont l'état d'esprit correspond bien à mes valeurs, particulièrement l'esprit coopératif où l'on a une voix qui compte tout en gardant notre liberté de choix. » Au-delà de l'appui concernant les achats et la communication, l'adhésion à Master Pro apporte au dirigeant l'indispensable regard extérieur, le partage de réflexions stratégiques et d'expériences avec d'autres chefs d'entreprise. « Seul, c'est parfois compliqué d'avoir les bonnes idées. Et leur mise en œuvre est plus difficile. »

La rencontre avec les équipes Master Pro l'incite à regarder un peu plus à l'est de Sarlat, au-delà des limites de la Dordogne où Marie-Paule Roustit, née Gervais, et son mari Serge, propriétaires de la quincaillerie familiale Gervais à Aurillac, cherchent à céder le magasin qu'ils dirigent depuis 1982, avant, là encore, leur départ à la retraite. Menée début 2015, l'acquisition de ce Master Pro s'effectue avec le soutien de Fico, la structure financière de Groupe Cofaq. Compte tenu de sa notoriété à Aurillac, la quincaillerie Gervais plus que centenaire conserve son nom, les synergies en termes de marque et de notoriété avec Coverpa étant, il est vrai, moins évidentes que sur la Dordogne.

**Maillages géographique et technique**

Sur l'ensemble de son périmètre, avec ses quatre points de vente, l'entreprise de Xavier Trichet s'étend donc aujourd'hui sur une ligne continue qui démarre un peu au-delà de Périgueux, en Dordogne jusqu'à Saint-Flour, dans le Cantal. Cette stratégie de maillage géographique s'accompagne d'une volonté d'acquérir de nouvelles compétences métiers, au gré des acquisitions, dans un environnement concurrentiel dense, qui comprend des indépendants, les succursales des grands groupes intégrés et les spécialistes de la vente à distance. « Au-travers de nos différentes agences et de leurs compétences techniques, l'objectif est de développer notre maîtrise du secteur Industrie. »

Ainsi, la quincaillerie Gervais dispose d'une expertise reconnue en ce qui concerne la quincaillerie de bâtiment et la serrurerie. « Ce sont des éléments de compétences que nous n'avions pas et que nous sommes en train de déployer sur les autres agences. » En revanche, l'agence d'Aurillac a tout à gagner des compétences industrielles développées dans les points de vente Coverpa de Dordogne. « Nous cherchons à ce que chacune des agences apporte aux autres » confirme Xavier Trichet. Ainsi, Terrasson, à l'origine une moyenne surface de bricolage qui s'est transformée en une quincaillerie pour les professionnels, travaille aujourd'hui sur les métiers de l'artisanat du bâtiment mais aussi sur les collectivités, l'hôtellerie de plein air et l'environnement industriel de Brive-La-Gaillarde, qui comprend notamment des activités comme celles d'Andros et Blédina. De même, Saint-Laurent-sur-Manoire dessert le tissu industriel de Périgueux où sont implantés notamment des sous-traitants aéronautiques. Par ailleurs, les agences Coverpa exercent une activité grands comptes, proposant notamment une réponse locale aux grands groupes type Véolia, activité que Xavier Trichet entend bien développer à travers la structure grands comptes de Master Pro.

**Consolider et développer**

A la tête d'une entreprise qui, en quinze mois, est passée de douze à quarante-huit personnes, dont quatorze commerciaux itinérants, l'entrepreneur entend bien aujourd'hui prendre le temps de consolider sa structure, même si l'on sent bien que de nouvelles idées de développement fourmillent... « Nous devons aujourd'hui

digérer la croissance et optimiser les synergies possibles en termes de compétences métier, de référencements... »

Un directeur a ainsi été mis à la tête de chaque point de vente, Xavier Trichet faisant la liaison. Des outils de gestion commerciale communs ont été déployés dans les agences de Dordogne et l'ensemble des quatre points de vente se concentrent aujourd'hui sur l'harmonisation de leur offre et la mise en place d'une nomenclature commune, correspondant également à celle de Master Pro. Si les quatre agences s'appuient déjà sur un tronc commun qui représente 70% de leur offre, il reste effectivement à rationaliser l'assortiment des fournisseurs historiques pour chaque point de vente.

Même s'il préfère rester discret sur ses projets comme sur ses chiffres, Xavier Trichet réfléchit toutefois déjà à l'évolution future de son entreprise. Son objectif vise notamment à poursuivre le développement du secteur Industrie en continuant à développer son image technique. Par ailleurs, il a déposé un permis de construire à Saint-Laurent-sur-Manoire sur un terrain de deux hectares qui, à l'horizon 2016-2017, lui permettra de disposer de quatre bâtiments tout neufs, susceptibles d'accueillir des négoces dont l'activité est complémentaire à la sienne, de façon à créer ainsi une zone d'attraction pour les clients, notamment les artisans.

Mais son regard porte également déjà plus loin dans l'avenir, en réfléchissant sur les logiques de distribution les mieux adaptées aux nouveaux comportements d'achat des professionnels, notamment en ce qui concerne le cross-canal. Actuellement, Coverpa dispose d'un site web d'information présentant son catalogue en ligne, structuré par familles de produits. « A Sarlat, historiquement, la fréquentation de l'agence est importante mais cette tendance évolue car nos clients changent. Ils ont de moins en moins de temps, veulent un service encore plus rapide. Notre métier c'est aussi de leur proposer des solutions qui leur permettront de se déplacer moins. Nous réfléchissons aujourd'hui sur des solutions futures. » Xavier Trichet n'en dira pas plus.

*Agnès Richard*