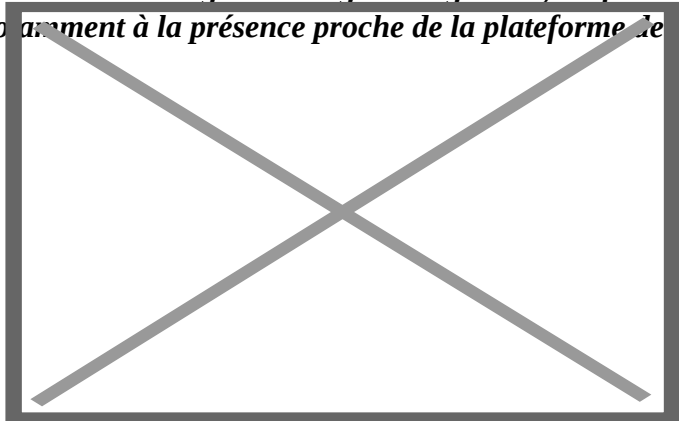


Quincaillerie Jeanne Jeanne d'Arc Paris

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Cofaq](#)

Réponse à tout !

Depuis 7 ans, Hugues et Hélène Dulioust sont à la tête de la quincaillerie Jeanne d'Arc, située au cœur du 13e arrondissement. Ces adhérents Master Pro misent avant tout sur leur connaissance produits et leur sens du relationnel pour fidéliser une clientèle composée essentiellement d'administrations et d'artisans, sans oublier une grande largeur de gamme, un positionnement prix marché et une grande réactivité, liée notamment à la présence proche de la plateforme de Bobigny.



Une quincaillerie au cœur de Paris, forcément, c'est

atypique, les raisonnements concernant les comportements des clients et le périmètre commercial n'ayant souvent rien à voir avec ce qui se passe ailleurs. Née quincaillerie Remodières lorsqu'elle est créée au début du siècle dernier par la famille Absil, la quincaillerie Jeanne d'Arc adopte son nom actuel en déménageant à proximité de son emplacement initial, un peu plus loin dans le 13e. En 1974, elle s'implante effectivement entre la Place d'Italie et la Gare d'Austerlitz, rue Jeanne d'Arc, bien entendu.

Trente ans plus tard, en 2003, elle est reprise par la quincaillerie Jallerat d'Ivry (94) qui, en 1995, avait rejoint le groupement Cofaq. C'est alors qu'Hugues Dulioust entre en scène. Après plusieurs années passées à suivre la quincaillerie Jeanne d'Arc, au sein de l'entreprise Jallerat, il propose de la racheter avec son épouse Hélène, tenté par l'envie de développer sa propre activité. C'est chose faite en décembre 2008.

L'esprit quincaillier

Ce point de vente de 360 m² sur deux niveaux est une figure dans le quartier. « *Les clients se disent "on appelle Jeanne d'arc et ils vont trouver la solution..." C'est normal, 30 ans dans le métier, je sais où chercher...* » explique le chef d'entreprise. Car Hugues et Hélène Dulioust ont su préserver cet esprit quincaillier auquel sont visiblement attachés leurs clients. Il n'est pas question, pour autant, d'allusions à l'image d'Épinal, parfois désuète, qui entoure l'idée de quincaillerie même si, ici, la surface du magasin est bien remplie avec quelque 20 000 références en stock et une seule entrée par laquelle transitent livraisons comme allées et venues des clients. « *Le stock, on essaie d'en avoir un maximum, même si on fait attention. Il est important d'avoir toujours avoir en stock les produits que l'on vend le plus.* »

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la revue](#)