juillet 2011

Descours & Cabaud

Accueil / BBI / Distribution / Descours et Cabaud

Le retour à une croissance à deux chiffres

A l'image de l'évolution récente qu'a connue le marché de la fourniture de produits et de services aux artisans du bâtiment et aux industries dont il est le leader, le groupe Descours & Cabaud est sorti de la crise en 2010 et termine la première partie de l'année 2011 avec de très bonnes performances traduisant une forte progression. Demeurant centré autour des fondamentaux de son rôle de distributeur, le groupe lyonnais poursuit le développement des outils qui lui permettent d'apporter des réponses pertinentes aux attentes en régulière évolution de ses différentes catégories de clientèles.

Le 1er juillet 2011, Thibaut de Grandry (à droite sur la photo) a été nommé Président Directeur Général de Descours & Cabaud, Alain Morvand étant Directeur Général du groupe depuis janvier 2010. Outre les sept directions de marchés du groupe, Alain Morvand a aussi la responsabilité du pôle Pricing et Marketing, créé dans la seconde partie de l'année 2010.

Aujourd'hui implanté, outre la France, dans sept pays d'Europe ainsi qu'aux Etats-Unis, le groupe présidé par Pierre de Limairac compte près de 550 points de vente et a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 2,63 milliards d'euros, en croissance de 4,7% par rapport à l'année précédente. En France, où le groupe emploie 10 200 collaborateurs, le chiffre d'affaires cumulé des deux enseignes de Descours & Cabaud a atteint cette même année 2,24 milliards d'euros, un chiffre en progression de 4,3%. A la fin de l'année 2010, le réseau français du groupe totalisait 326 agences Prolians et 99 agences Dexis. Au cours des derniers mois, il s'est élargi d'une dizaine d'unités. Il y a notamment eu le rachat du spécialiste de la quincaillerie de bâtiment Clément dont les trois points de vente d'Angoulême, La Rochelle et Saintes (chiffre d'affaires cumulé de 8 Me) ont rejoint l'enseigne Prolians et l'ouverture de nouvelles agences Hydralians à Colmar, Niort, Montpellier et Saint-Etienne. Elles sont désormais 34 agences à porter les couleurs de cette enseigne spécialisée créée en novembre 2009 et dédiée aux métiers de l'eau (précisons que cette enseigne, bien qu'elle soit intégrée au réseau Prolians, bénéficie d'une animation spécifique).

Forte reprise de l'activité Industrie

Les résultats enregistrés par le groupe au cours du premier trimestre de l'année 2011 font apparaître un taux de progression important, de l'ordre de 20%, tous métiers confondus. Concernant plus particulièrement l'enseigne Dexis, dont les résultats de 2010 traduisaient déjà le retour à un très bon niveau d'activité, la progression se poursuit. Pour Alain Morvand, directeur général du groupe, cette dernière s'explique en majeure partie par la conjonction de deux phénomènes, la confirmation de la reprise sur le marché de l'industrie, notamment dans le secteur de la mécanique, et le résultat des investissements réalisés par Descours & Cabaud dans la logistique de Dexis. Le lancement à l'été 2010 du catalogue Maintenance Industrielle (25 000

références de fournisseurs leaders en transmission, étanchéité et automatismes, colles et adhésifs, livrables à J+1) ainsi qu'une animation commerciale soutenue au sein de l'enseigne Dexis, fruit d'un partenariat étroit avec ses principaux fournisseurs, ont eux aussi participé à accroître les performances de l'enseigne qui, selon Alain Morvand, a retrouvé le niveau de rentabilité conforme aux objectifs d'avant crise.

Progression sensible de Prolians

L'activité de l'enseigne mutispécialiste Prolians a également enregistré une progression à deux chiffres au cours des premiers mois de l'année 2011. Comme dans le secteur de l'industrie, l'outil logistique mis en place par le groupe lui permet d'apporter une réponse adaptée aux besoins de sa clientèle dans chacun de ses métiers et de résoudre le challenge face auquel est parfois placé le distributeur. « Pour prendre l'exemple des produits métallurgiques, nous avons fait en sorte de répondre en permanence à la demande de renouvellement des stocks de nos clients tout en anticipant les hausses de prix des producteurs et cela a été réalisé sur un marché assez erratique où les besoins sont fluctuants » expose Alain Morvand qui poursuit avec un second exemple : « Concernant les EPI, un secteur où les prix d'achats ont connu à la fin de l'année 2010 une hausse que je qualifierais de violente, nous avons réussi à faire face à ce phénomène tout en confortant le leadership que nous détenons sur ce marché depuis plusieurs années».

Atonie sur le marché de la rénovation

Revenant aux métiers relevant plus strictement du bâtiment et de la quincaillerie, Alain Morvand évoque une reprise sensible depuis le début de l'année du marché du neuf, liée notamment aux nouvelles opportunités offertes aux investisseurs par la loi Scellier, mais une reprise beaucoup plus modérée sur le marché de la rénovation. « En 2009 et 2010, le marché de la rénovation a été très déprimé. Une reprise légère se fait néanmoins sentir depuis les premiers mois de 2011 mais le niveau de la demande reste moyen ». Malgré ce bilan en demi-teintes, Alain Morvand fait néanmoins état d'une progression à deux chiffres réalisée au cours du premier trimestre par Descours & Cabaud dans les métiers liés au bâtiment. Il prévoit que les retombées de la reprise du marché du second œuvre se feront pleinement sentir pour le groupe lyonnais fin d'année 2011 ou au début de l'année 2012, période lors de laquelle le groupe devrait alors retrouver le niveau qu'il avait avant la crise. Dans son évocation de l'évolution récente des différents marchés sur lesquels Descours & Cabaud est positionné, Alain Morvand ouvre une parenthèse sur les délais de paiement dans le cadre de la LME « un dispositif tout à fait légitime eu égard à l'assainissement des créances inter-commerces » reconnaît-il « mais qui a néanmoins pesé lourd sur les capacités de trésorerie de l'ensemble des entreprises de distribution de la filière, les distributeurs ayant selon moi appliqué les textes d'une manière beaucoup plus scrupuleuse que d'autres acteurs du marché ».

Un outil logistique décliné par métiers

Selon Alain Morvand, la crise que le marché a traversée a conduit à un recentrage sur le cœur de métier de chaque maillon de la chaîne. Ainsi, tandis que les fournisseurs fabricants ont tendance à se concentrer sur leur métier d'industriels, les clients finaux des distributeurs se concentrent également sur leurs métiers respectifs, attendant de ces derniers qu'ils mettent à leur disposition le bon produit avec une garantie de qualité et dans le délai requis. Ces fondamentaux du métier de distributeur, Descours & Cabaud ne les a jamais perdus de vue, notamment dans la construction de son outil logistique qu'il a décliné par métiers de manière à ce que ses filiales apportent à leurs clients la meilleure qualité de service. L'organisation logistique de Prolians est aujourd'hui structurée autour de huit plates-formes, dont quatre dédiées aux produits métallurgiques, une aux aciers inoxydables et aux demi-produits en aluminium, deux à la

quincaillerie de bâtiment une à la visserie-boulonnerie (la plate-forme Prodex), cette dernière étant commune aux deux enseignes. La plate-forme nationale Transdexis dédié au négoce technique, dont le plan de stock a récemment été élargi, stocke aujourd'hui en région parisienne 25 000 références en transmission mécanique, hydraulique et pneumatique, automatismes et enlèvement de métal. A travers cet outil logistique, les filiales de Descours & Cabaud remplissent avec efficacité la fonction de stockiste dont l'importance a encore été récemment accrue par le fait que les capacités de production des fournisseurs ont eu à pâtir de la crise.

Partenaire conseil de ses clients

Le client final attend également du distributeur que celui-ci l'accompagne dans la mise en œuvre de solutions techniques, « une attente exprimée de plus en plus souvent », constate Alain Morvand. Le groupe lyonnais s'est donc attaché à être un véritable partenaire conseil pour les clients de ses deux enseignes, ce qui passe notamment par la préconisation de produits et la réalisation d'études et d'essais dans des domaines techniques comme le chauffage ou l'enlèvement de métal. Autant d'actions qui nécessitent de disposer d'un personnel compétent, ce qui explique que Descours & Cabaud accorde une grande importance à la formation de ses équipes. En 2010, près de 6 000 journées de formation ayant trait tant aux techniques produits ont ainsi été dispensées sur l'ensemble du réseau du groupe, très souvent en partenariat avec certains de ses fournisseurs.

Dans ce même objectif de renforcer le service apporté à sa clientèle, le distributeur a récemment lancé deux clubs d'installateurs, le club Domotec et le Club Aquapro. Déployé à partir d'avril dernier dans l'ensemble des agences Prolians, le club Domotec a pour vocation de rassembler les professionnels de l'automatisme, de l'interphonie et du contrôle d'accès. En adhérant à la charte de ce club, les professionnels concernés bénéficient, outre de conditions commerciales privilégiées, de formations et de ventes privées ainsi que d'une hot-line et d'un service après-vente dédiés. Tourné vers les professionnels du sanitaire et de la plomberie mais aussi vers les électriciens, le Club Aquapro vise à apporter un service supplémentaire à la clientèle de ces artisans adhérents, et à différencier l'offre de Prolians, notamment à travers la gamme Handicap'titude répondant aux besoins spécifiques des personnes à mobilité réduite.

Conforter le leadership

Interrogé sur les objectifs que poursuit Descours & Cabaud pour conforter son leadership sur le marché de la quincaillerie et de la FI, Alain Morvand évoque en premier lieu une volonté de continuer à alimenter la croissance interne et externe du groupe sur ses métiers historiques. Concernant plus précisément le développement à l'international, l'Europe demeure un axe de croissance prioritaire mais d'autres régions du monde sont également visées et notamment le continent américain. La mise en place de synergies entre ses différents métiers visant au développement d'une offre transversale à travers une approche globale est un autre axe essentiel de la stratégie de croissance du groupe. Cette approche globale devrait concerner notamment le développement durable pointé à la direction du groupe comme étant l'un des dossiers des mois à venir : «Dans ce domaine, nous allons identifier les différentes composantes d'une politique de développement durable et fixer de nouveaux objectifs, au-delà des initiatives que nous avons déjà prises dans ce domaine comme Handic'aptitude et notre réflexion sur l'information à la clientèle sur l'impact environnemental des produits, pour élaborer une politique de développement durable innovante».

Sur ce même sujet du développement durable, on précisera que Descours & Cabaud s'est récemment engagé dans la démarche « EnR Service Pro » de certification des points de vente lancée en janvier 2011 sur l'initiative de la Fnas et en partenariat avec le bureau Veritas pour promouvoir et valoriser la qualité de service des distributeurs professionnels auprès des

installateurs et des consommateurs. Désireux d'être un acteur crédible sur l'ensemble des canaux de vente, sur le terrain, au téléphone, dans les points de vente et sur le web, le groupe leader du marché de la quincaillerie et de la FI entend également finaliser dans les mois à venir l'élaboration d'une offre multicanaux pour être en mesure de répondre via ses outils électroniques aux attentes de toutes les typologies de clientèles en matière de commerce en ligne, un canal qui poursuit sa montée en puissance.

Dominique Totin

Croissance soutenue à l'international

Focalisée sur l'international depuis plusieurs années, la croissance externe de Descours & Cabaud se poursuit sur un rythme soutenu. Au cours de l'année écoulée, le groupe a ainsi renforcé les positions acquises dans plusieurs pays d'Europe à travers diverses opérations de croissance externe. En novembre 2010, les cinq points de vente spécialisés dans la quincaillerie de bâtiment de la société néerlandaise Syntec rejoignaient l'enseigne Destil, le leader de son marché aux Pays-Bas qui emploie dorénavant 330 personnes et réalise un chiffre d'affaires supérieur à 80 Me à travers un réseau de 29 points de vente. En janvier 2011, la société suisse Multijoint (deux points de vente à Genève réalisant un chiffre d'affaires de 3,8 millions de francs suisses) spécialisée dans l'isolation technique et la ventilation intégrait le groupe sous l'enseigne Prolians. En avril, Descours & Cabaud réalisait une acquisition significative en EPI en entrant dans le capital de la société Delux, implantée en Slovaquie et en République Tchèque et réalisant un chiffre d'affaires de 12 Me avec 90 collaborateurs. Cette acquisition devrait permettre au groupe français de renforcer sa position auprès des clients Grands Comptes en mettant en avant une offre EPI européenne déclinée en France, en Espagne, en Belgique et aux Pays Bas, et désormais en Slovaquie et en République Tchèque. Le mois suivant, Rodizar, une entreprise du pays basque (chiffre d'affaires de 1,5 Me) spécialisée dans la transmission de puissance mécanique rejoignait Descours & Cabaud et venait renforcer les positions de Dexis Espagne (qui dispose d'une équipe dédiée à la clientèle MRO dans le Nord-Ouest de l'Espagne). Il faut également souligner qu'au cours des derniers mois, Descours & Cabaud s'est implanté pour la première fois en Italie à travers sa prise de participation en novembre 2010 dans le capital de la société Ferexpert, une entreprise du Nord du pays spécialisée dans la quincaillerie de bâtiment qui compte deux points de vente (à Bologne et Ferrare).

Actions de communication dans différents métiers

Outre de nombreuses plaquettes commerciales liées au plan d'actions commerciales des enseignes Prolians et Dexis, Descours & Cabaud a sorti plusieurs catalogues au cours des six derniers mois dont une nouvelle édition de la « Sélection Aqualys », un document consacré à l'enlèvement de métal, un autre à l'offre d'Hydralians (piscine et arrosage), et plus récemment les

catalogues présentant l’offre en quincaillerie de bâtiment liée au plan de stock des plates-formes. Dans le domaine de la communication menée par le groupe en 2011, on peut également relever le lancement des Clubs Domotec et Aquapro qui ont déjà fait et continueront à faire l’objet d’actions de communication fortes et la vaste campagne de sensibilisation au port des EPI que Prolians a engagé en direction des artisans.