

Morel - Dax (40)

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

Une décennie de forte croissance

Au cours des dix années écoulées, le chiffre d'affaires de la quincaillerie Morel qui s'apprête à fêter son 50^e anniversaire a plus que triplé, et ce uniquement par croissance interne. Cette performance que sans doute bien peu de quincailleries françaises peuvent revendiquer à l'issue d'une décennie peu propice à l'envolée des ventes s'explique notamment par l'écoute que chaque collaborateur de la quincaillerie apporte aux clients pour fournir des réponses toujours plus pertinentes à leurs attentes et par la forte motivation d'une équipe réactive.

Les fondamentaux du métier de distributeur que sont l'accueil du client, le service et le stock sont pour la quincaillerie dacquoise des exigences strictement respectées. « Accueillir avec amabilité chaque personne entrant dans le magasin et tenir les rayons dans un ordre parfait pour rendre la visite plus agréable et faciliter au maximum le choix des produits sont à mes yeux des impératifs absolus » commente Julien Magnes, le responsable commercial de la quincaillerie Morel. L'arrivée à la quincaillerie il y a dix ans de cet autodidacte passionné par son métier et très impliqué dans la bonne marche de l'entreprise, coïncide d'ailleurs avec le “décollage” de l'entreprise landaise dirigée par Thomas Morel avec lequel il forme un binôme complémentaire et efficace.



Du centre-ville à la périphérie

En 1968, le grand-père de Thomas Morel, Roger Morel, rachète une quincaillerie du centre-ville de Dax tournée vers une clientèle de particuliers à laquelle elle propose, notamment, de l'électroménager. Tout en conservant la clientèle grand public de la quincaillerie, cet ancien artisan serrurier va orienter son activité également vers les professionnels, notamment à travers le développement d'une offre en quincaillerie de bâtiment. Au milieu des années 1980, le distributeur quitte le centre-ville pour s'installer dans une zone commerciale de la périphérie où il bénéficie de conditions plus favorables au développement de l'entreprise avec des locaux plus fonctionnels (d'une superficie de 450 m²) ainsi qu'un accès et un stationnement facilités.

En 2000, Thomas Morel rejoint son père dans l'entreprise familiale avant d'en assurer lui-même la direction, une fois Jacques Morel parti en retraite. Outre le fils et le petit-fils du fondateur, un vendeur comptoir et une secrétaire comptable composent alors l'équipe de la quincaillerie dont la clientèle professionnelle affirmera son importance au fil des années.

Changement d'image et décollage

L'évolution de la quincaillerie Morel, qu'on pourrait presque qualifier de métamorphose, va d'abord passer par un changement d'image du distributeur. « A son arrivée dans la zone artisanale, la quincaillerie avait l'image d'un distributeur à l'offre assez étendue, certes, mais commercialisant des gammes pas toujours bien adaptées aux besoins des diverses typologies de clientèles professionnelles, et à des prix assez élevés » expose Thomas Morel. Au fil des années, le distributeur va modifier cette image héritée de son passé de magasin de centre-ville tourné vers les particuliers en retravaillant son offre et ses tarifs. Le dirigeant de la quincaillerie précise sur ce point que, dans diverses familles et notamment en matière de fixation, l'offre, qui portait surtout sur le milieu de gamme et le haut de gamme s'est sensiblement élargie vers l'entrée de gamme, tout en portant sur des marques de fournisseurs réputées du marché.

Le poids respectif de la clientèle de particuliers et de la clientèle professionnelle sur le chiffre d'affaires de la quincaillerie s'inversera au fil des années et aujourd'hui, les professionnels génèrent 70% du CA de la quincaillerie, « une domination sur le chiffre qui résulte de l'accroissement régulier du nombre des clients professionnels », indique Thomas Morel qui précise que la quincaillerie a conservé une clientèle de particuliers, majoritairement composée de bricoleurs avertis à la recherche de produits de qualité professionnelle.

Comme nous l'avons déjà souligné, l'intégration de Julien Magnes dans l'entreprise va elle aussi jouer un rôle dans le développement de la quincaillerie, lequel est particulièrement fort puisque le CA de l'entreprise dacquoise va passer entre 2007 et 2017 de moins de 500 K? à 1,7 M?. Après avoir exercé les fonctions de vendeur comptoir puis de commercial itinérant, une expérience qui lui apportera la connaissance des produits et des clients, Julien Magnes en tant que responsable commercial chapeaute aujourd'hui l'activité des deux ATC itinérants de la quincaillerie. Outre le dirigeant de l'entreprise, le responsable commercial et les deux commerciaux itinérants, l'équipe de la quincaillerie, en régulier accroissement, comprend aujourd'hui deux vendeurs comptoir, une personne à l'administration des ventes, une...

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

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

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](#)