

# 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<sup>e</sup> 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 m<sup>2</sup>) 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 personne aux achats, un réceptionnaire magasinier, un comptable et une secrétaire.

Pour que la quincaillerie puisse faire face au rythme de croissance soutenue qui est le sien depuis plusieurs années, un agrandissement des locaux s'imposait. A l'issue de plusieurs mois de travaux durant lesquels l'activité de l'entreprise s'est poursuivie, la quincaillerie accueille depuis mai dernier sa clientèle dans des locaux totalement rénovés dont la superficie de vente et de stockage a été doublée. La quincaillerie Morel est ainsi déployée sur près de 950 m<sup>2</sup>, dont une moitié environ dévolue à la vente en libre-service.

### Une spécialisation historique

Implantée, à de rares exceptions près, sur le département des Landes, la clientèle professionnelle de la quincaillerie Morel est essentiellement constituée de collectivités locales, première catégorie de clientèle pour le distributeur eu égard au CA généré, d'artisans du second œuvre du bâtiment (serruriers et charpentiers en tête) et d'industries de tous types (notamment les industries liées au bois, et notamment au pin, nombreuses dans la région). La quincaillerie propose à sa clientèle, parmi laquelle quelque 500 entreprises activent régulièrement leur compte, une offre composée des diverses familles traditionnellement développées par les acteurs du marché de la

quincaillerie/fourniture industrielle (outillage à main et électroportatif, fixations, consommables, protection de l'individu, accès en hauteur...) et d'autres, moins systématiquement présentes chez les négociants, comme les roues et roulettes.

Mais le cœur de métier de la quincaillerie Morel, c'est la quincaillerie de bâtiment et plus particulièrement la serrurerie, une spécialisation historique qui génère 20% du CA de l'entreprise landaise. « Les gammes techniques qui composent cet univers, comme par exemple le contrôles d'accès, constituent à mon sens un très bon outil de différenciation » commente le dirigeant de la quincaillerie. L'offre dans ce domaine est large et se complète d'un service de conception d'organigrammes, le montage de cylindres étant réalisé dans le magasin même.

#### Une offre technique différenciante

Pour renforcer l'aspect différenciateur de cette offre, la quincaillerie organisait il y a quelques semaines une soirée technique, une première pour le distributeur, sur le thème du contrôle d'accès et des organigrammes. « Organisée en partenariat avec un fournisseur – en l'occurrence avec Iseo pour cette première édition –, une telle soirée a pour objectif de réunir dans la quincaillerie, une fois le magasin fermé, une vingtaine de participants représentatifs de notre clientèle et indiqués par nos commerciaux comme ayant un besoin d'information particulier sur le thème traité. Elle débute par une action d'information et de formation d'une durée d'une à deux heures dispensée par des spécialistes du fournisseur partenaire et se poursuit par un moment plus convivial favorisant les échanges entre le fournisseur, les clients et les commerciaux de la quincaillerie ». La première soirée technique de la Quincaillerie Morel ayant débouché sur la planification de plusieurs tournées accompagnées, avec à chaque fois un objectif bien identifié, le distributeur a pris la décision d'organiser d'autres soirées de ce type.

Dans le même registre de la différenciation par une offre technique, on peut mentionner l'apparition toute récente parmi l'offre du distributeur landais du soudage. Pour l'instant, une gamme de petits postes de soudage et d'accessoires est proposée, mais la gamme devrait monter en puissance. Comme c'est le cas pour toute nouvelle offre technique venant élargir l'offre de la quincaillerie, le lancement de cette gamme est allé de pair avec une formation de l'ensemble de l'équipe commerciale, l'organisation de tournées accompagnées et la mise en stock des produits.

#### La cohésion d'une équipe bien formée

Aux yeux de Thomas Morel, la cohésion de l'équipe est un paramètre essentiel à la réussite de son entreprise. « Dans le recrutement des collaborateurs de la quincaillerie, j'ai tendance à privilégier la capacité à travailler en équipe à la connaissance des produits » affirme-t-il « Bien sûr, cette dernière est un préalable indispensable à la vente, et elle est apportée de diverses manières aux commerciaux de l'entreprise ».

Tout nouvel embauché fait ainsi un passage à la vente au comptoir, très formatrice eu égard à la perception des besoins de la clientèle. Chaque mois, les membres de l'équipe commerciale reçoivent une formation aux nouveaux produits. « Ces formations dispensées par les fournisseurs avec qui nous entretenons un partenariat particulièrement étroit – une vingtaine de marques sur les quelque 150 fournisseurs auprès desquels nous nous approvisionnons régulièrement – débouchent systématiquement sur une hausse des ventes » se félicite Julien Magnès. Attentif aux besoins en formation des commerciaux de la quincaillerie pour fixer les thèmes de ces actions avec un maximum de pertinence, celui-ci anime parfois lui-même des formations plus axées sur le commercial, fort de son expérience professionnelle, d'une formation de deux années dans un institut bordelais suivie au titre de la formation permanente ainsi que de la lecture de nombreux ouvrages spécialisés. Plus tournée vers la technique et détenteur de solides connaissances dans ce domaine, Thomas Morel intervient lui aussi pour certaines formations ponctuelles.

Cette formation régulière dont bénéficie l'équipe du distributeur a pour effet, outre de dynamiser les ventes, d'augmenter la motivation des collaborateurs de la quincaillerie. Une sorte de cercle vertueux est ainsi créé qui bénéficie à toutes les parties, le distributeur et ses collaborateurs qui forment une équipe motivée au faible turnover, les fournisseurs qui voient monter les ventes de leurs produits et les clients de la quincaillerie dirigés vers les solutions répondant le mieux à leurs problématiques.

#### Une communication commerciale permanente

Chaque mois, le distributeur dacquois organise une action mise au point avec les commerciaux itinérants sur une thématique particulière, « Il s'agit généralement d'actions ciblant un métier, assez proches de la formation, ou bien d'actions promotionnelles, plus transversales » indique Julien Magnès. Outre ces opérations, la quincaillerie conçoit avec des fournisseurs divers types d'actions dont des mini-guides thématiques faisant découvrir l'offre d'une marque qui sont autant d'occasions pour les commerciaux de l'entreprise d'engager le dialogue avec les clients et de mieux cerner leurs besoins.

En collaboration avec certains des fournisseurs avec lesquels il entretient un partenariat fort, le distributeur mène d'autres actions encore dont des tournées accompagnées, à la cadence d'une par mois, et des opérations de télévente. « En ce qui concerne la télévente, nous nous limitons à une action par an, pour conserver à ce type d'opération un caractère exceptionnel et ne pas lasser les clients » commentent le dirigeant de la quincaillerie et son responsable commercial. Et pour les journées techniques, dont la première édition a été organisée à l'occasion de l'inauguration du nouveau magasin, ils pensent tous deux que le rythme d'une manifestation tous les deux ans suffit.

Membre de DomPro depuis 2006 – une appartenance dont Thomas Morel apprécie notamment les conditions d'achat qui en découlent et la communication enrichissante créée entre des entrepreneurs indépendants ayant souvent des problématiques communes – la Quincaillerie Morel bénéficie également des outils marketing du groupement. Parmi eux figurent le catalogue général du groupement qui met en avant l'étendue de l'offre que le distributeur peut fournir à ses clients et le guide « 100 % dispo », un extrait du catalogue général regroupant les références stockées sur la plateforme du groupement, donc immédiatement disponibles, ou livrables sous 3 à 8 jours par le fournisseur, à partir d'une unité. Ce dernier guide constitue un plus appréciable aux yeux de Thomas Morel qui précise que le plan de vente de la quincaillerie est très proche du contenu de ce document.

#### Une offre toujours mieux travaillée

Poursuivant sur la voie de la différenciation créée par la proposition de gammes techniques, Thomas Morel évoque l'extension prochaine de l'offre dans le cœur de métier de l'entreprise, la quincaillerie de bâtiment, et notamment la serrurerie. Après la toute récente introduction du soudage dans son offre, la quincaillerie s'apprête à renforcer sensiblement son offre en EPI, notamment dans la famille vêtements de travail et de protection, et un nouveau rayon agrandi et intégrant une cabine d'essayage sera bientôt en place dans le libre-service de la quincaillerie. Les projets à court terme du distributeur portent aussi sur le développement d'une offre courte en électricité et en plomberie permettant aux non spécialistes de ces métiers de trouver à la quincaillerie les 20/80 de la gamme.

Thomas Morel et Julien Magnes réfléchissent aussi au développement d'une offre en aciers. « Le but n'est pas de rivaliser avec les spécialistes de ce métier mais de proposer sur un rack cloisonné de quelques mètres linéaires les références les plus courantes en tubes et autres cornières et d'en faire la coupe à la demande avec une petite scie à ruban ».

Un service supplémentaire qui, s'il voit le jour, viendrait rejoindre ceux que propose déjà la quincaillerie et notamment une livraison assurée le jour même de la commande sur le département des Landes.

#### Les atouts de la petite taille

La Quincaillerie Morel qui a connu un fort développement au cours des dernières années s'apprête à franchir le cap des 2 M? de CA « Aujourd'hui ma volonté est surtout de consolider notre développement et de continuer à exercer notre métier en renforçant toujours nos points forts » commente Thomas Morel. Des atouts qui tiennent notamment à une forte proximité de la clientèle. « Aux yeux de l'équipe de la quincaillerie, les clients ne se résument pas à des numéros de compte et les échanges avec eux ne se font pas via un clic de souris » commente Thomas Morel tandis que l'autre membre du tandem à la tête de la quincaillerie renchérit : « Les correctifs que nous apportons à notre offre, en produits et en services et, plus généralement à notre manière de travailler ont toujours pour origine une demande de nos clients, une demande parfois clairement exprimée mais qu'il nous faut parfois décrypter. C'est pourquoi j'incite les commerciaux de l'entreprise à entretenir un dialogue permanent avec les clients ».

La forte réactivité d'une structure indépendante de petite taille compte aussi parmi les points forts du distributeur dont le circuit décisionnel, très court, permet une prise de décision rapide. Pour renforcer encore cette réactivité favorisée par la polyvalence de l'équipe commerciale, une cellule administration des ventes a récemment été créée pour pouvoir apporter une réponse aux clients à tout moment. La taille de l'entreprise qui possède une agence unique favorise également le maintien en stock d'un grand nombre de références.

« Grâce à ces points forts, auxquels on peut rajouter le service et la technicité d'une partie de notre offre, nous avons réussi à conquérir des parts de marché sur une zone de chalandise très concurrentielle. Mon ambition est de continuer sur cette voie, sans chercher à rivaliser avec les représentants d'autres types de commerce, et notamment les spécialistes de la vente en ligne, mais en cherchant à exercer toujours mieux le métier qui est le nôtre », conclut Thomas Morel.

Dominique Totin

#### Un libre-service accueillant



Réputé pour l'ordre qui y règne et l'accueil qui y est réservé à ses visiteurs – les fournisseurs le classeraient à cet égard dans le Top 3 des magasins de sa catégorie et de sa région –, le libre-service de la Quincaillerie Morel est déployé sur une superficie de 450 m<sup>2</sup>. L'offre y est disposée sur des gondoles en tôle métallique d'environ 1,60 m de hauteur qui ne brisent pas la vue et donnent une impression d'espace.

Au fond du libre-service est implanté le comptoir où officient deux vendeurs. Ce comptoir fait face à la caisse, en sortie de

magasin, et jouxte la zone de stockage de la quincaillerie, séparée du magasin par un rideau à bandes.

Entre mai dernier, le mois de mise en service du nouveau magasin, et novembre 2017, la quincaillerie a enregistré 91 ouvertures de comptes.

### Une inauguration réussie

A l'issue de travaux de plusieurs mois qui ont permis à la Quincaillerie Morel de faire complètement peau neuve, et de bénéficier entre autres d'une superficie doublée, l'équipe du distributeur conviait ses clients à l'inauguration de son nouveau magasin.

Un cocktail dinatoire a ainsi réuni le 18 mai, dans le magasin même, une soixantaine d'invités et les

collaborateurs de l'entreprise. Le lendemain, un mini-salon auquel participait une quinzaine de fournisseurs de la quincaillerie a reçu la visite d'environ 150 personnes qui, outre la découverte de nouvelles gammes, pouvaient discuter en toute convivialité avec les fournisseurs et les membres de la quincaillerie et se restaurer grâce au food-truck présent pour l'occasion sur le parking de la Quincaillerie Morel.



Des commandes pour un montant de 40 K? ont été passés au cours de cette journée technique qui était une première pour la quincaillerie dacquoise.