Reportages point de vente - septembre 2014

Quincaillerie Lego - Lesparre-Médoc (33)

Accueil / BBI / Distribution / DomPro

La quincaillerie de la pointe

Implantée à Lesparre-Médoc, la quincaillerie Lego exerce depuis trois générations sur un marché atypique de l'Hexagone : le Médoc. Une position qu'Yves Lego a réussi à conforter au fil des ans en s'appuyant sur les outils proposés par le groupement DomPro, qui lui donnent notamment les moyens d'afficher une activité régulièrement en croissance.

Le Médoc est une terre un peu à part dans l'Hexagone. Sa nature de presqu'île n'est évidemment pas étrangère à cette perception. D'ailleurs, ses habitants se plaisent à désigner comme « la France » le territoire qui s'étend au-delà des rives de l'estuaire de la Gironde, ainsi que le rappelle avec humour Yves Lego, directeur de la quincaillerie DomPro de Lesparre-Médoc (33).

Les frontières naturelles de cette région, limitée d'un côté par l'océan Atlantique et de l'autre par l'estuaire de la Gironde, contribuent évidemment à imprégner son activité économique et notamment les échanges avec l'autre partie du territoire national. La notion d'extension de zone de chalandise, par exemple, n'y a pas forcément grand sens, au risque sinon de se retrouver les pieds dans l'eau. D'un côté sur la moitié ouest, c'est la façade atlantique, avec ses plages, ses forêts et ses landes, de l'autre, à proximité de l'estuaire de la Gironde, se trouvent les vignobles, avec leurs terroirs réputés.

Traversée par un grand axe routier, la départementale 1215 qui relie Bordeaux à la Pointe du Grave, l'extrémité nord du Médoc, la région ne favorise pas davantage les échappées vers le sud, sauf pour celui qui ose se confronter aux embouteillages de rigueur pour accéder à la capitale aquitaine. Point positif, cette configuration permet aussi de limiter les évaporations de clientèle, les entreprises médocaines préférant souvent s'approvisionner sur place plutôt que passer leur journée de travail en temps de transport. Ce qui n'empêche évidemment pas le commercial itinérant de l'entreprise Lego de pousser sa route du côté de Bordeaux et ce d'autant plus que les équipes des différents acteurs de la quincaillerie-fourniture industrielle présents dans l'agglomération bordelaise n'hésitent pas, eux, à s'aventurer dans le Médoc !

Dépourvu d'industries, le tissu économique du Médoc est essentiellement tourné vers la viticulture, avec un peu d'agriculture et d'élevage, et le tourisme. La clientèle se compose ainsi surtout d'entreprises viticoles, des propriétés familiales du Médoc aux grosses structures du Haut-Médoc qui disposent souvent d'équipes de maintenance tant pour l'entretien des bâtiments que pour la mécanique, ou encore des centres de vacances et des campings qui emploient également du personnel de maintenance. Sans oublier les collectivités locales, sachant que les principales municipalités sont celles de Lesparre-Médoc et de Pauillac, qui gèrent chacune quelque 5 000 âmes.

Une vieille histoire à Lesparre

Implantée à Lesparre-Médoc, petite ville située à une cinquantaine de kilomètres au nord de Bordeaux, à mi-point quasiment sur le fameux axe routier qui traverse le Médoc, la quincaillerie Lego bénéficie d'une position géographique stratégique. D'autant que Lesparre, sous-préfecture du Médoc, en est aussi le principal point administratif et un pôle commercial attractif, avec la présence de deux grands hypermarchés Carrefour et Leclerc, ce groupement y déployant tout son savoir-faire puisqu'il a implanté l'ensemble de sa palette d'enseignes alimentaires et non alimentaires sur la zone. Parmi ces dernières, un Brico Leclerc et un Bâti Leclerc qui proposent aux professionnels du bâtiment des ouvertures de comptes, comme le fait d'ailleurs le Mr Bricolage de la zone commerciale de Carrefour, à quelques mètres du magasin Lego.

Acquise par le grand-père d'Yves Lego dans les années 50, cette quincaillerie, créée sans doute à la fin du 19e siècle ou au début du 20e siècle, figure comme l'un des plus anciens commerces de Lesparre, avec une activité qui, depuis l'origine, a toujours su garder sa place, en centre-ville, à une centaine de mètres de la fameuse départementale 1215. « La quincaillerie Lego est une vieille histoire à Lesparre » confirme Yves Lego.

Au cours des soixante dernières années, le magasin historique s'est néanmoins agrandi pour faire face à la croissance de la société. Guy, le père d'Yves Lego, reprend l'entreprise familiale en 1964, rejoint par son fils en 1980. Un an plus tard, le magasin est agrandi une première fois, et il bénéficie d'une seconde tranche d'extension en 1987 puis d'une troisième en 1996, au moment où Yves Lego reprend seul les rênes. Aujourd'hui, la structure s'appuie sur une surface couverte de 650 m2 et sur une zone de stockage de 300 m2, dévolue aux aciers et aux produits volumineux, à laquelle s'ajoute un espace extérieur qui accueille l'activité de dépôt gaz et fioul. Ces extensions successives donnent à ce magasin, situé à un angle de rues, les moyens de disposer de deux entrées, la première sur le cours du Général de Gaulle, l'une des artères principales de Lesparre, la seconde sur la rue du Docteur Bos, voie d'accès à la zone commerciale Carrefour et à un parking d'une cinquantaine de places. « Les poids lourds peuvent accéder par cette rue. C'est aussi ce qui nous a permis de rester dans le centre-ville. »

De Weldom à DomPro

Si la quincaillerie Lego a naturellement évolué au fil des ans, ses dirigeants n'ont jamais remis en question leur adhésion à un groupement d'indépendants, un engagement qui passe aussi par une implication personnelle. « Mon père a toujours adhéré à un groupement d'achats et j'ai immédiatement compris l'intérêt de cette démarche. C'est ce qui nous a donné les moyens d'avoir les bonnes conditions pour être performants sur notre marché et fait qu'aujourd'hui nous sommes la seule quincaillerie encore présente à Lesparre » poursuit le chef d'entreprise. Dans les années 50, Lesparre comptait en effet encore trois quincailleries.

La famille Lego a d'abord participé au groupement Prader, le groupement régional de Villeneuve-sur-Lot (47), avant de rejoindre Comepa, le groupement régional de Bordeaux. En 1996, en tant

que président du directoire du groupe Comepa, Yves Lego est l'un des artisans de la fusion de l'organisation avec la Sapec, la coopérative de commerçants détentrice de la moitié du capital de Domaxel SA Achats et Services, alors centrale d'achats de DomPro. Devenu membre du conseil d'administration de la Sapec, Yves Lego participe à la création de l'enseigne Weldom, qui remplacera Bricosphère, l'ancien label de bricolage du groupement que son magasin de Lesparre arborera pendant plusieurs années, aux côtés de l'enseigne DomPro. « Notre activité étant axée à 50 ou 60% sur le pro, nous avions la double appartenance. »

Lorsque DomPro prend son autonomie vis-à-vis de Weldom, Yves Lego s'oriente vers le professionnel. « Avec une surface couverte de 650 m2, notre magasin était trop petit pour se développer sous l'enseigne Weldom. Cela nous a aussi permis de nous démarquer de notre concurrence bricolage frontale.» Un choix en faveur du marché professionnel dont Yves Lego se félicite. «â€¯Notre activité n'a jamais cessé de progresser. » Réalisant un chiffre d'affaires de 2,3 millions d'euros, incluant les aciers et les combustibles, le magasin a ainsi affiché en 2013 une croissance de 7%, qui s'est confirmée sur le premier semestre 2014, annoncé à +5%.

Une offre différenciée

Son orientation professionnelle n'empêche pas la quincaillerie DomPro de Lesparre de privilégier une implantation en libre-service. « Mais il s'agit de vente assistée. Le grand public vient toujours chez nous pour trouver des produits qui ne sont pas positionnés bricolage et avoir du conseil. ».

Le magasin s'appuie ainsi sur trois vendeurs comptoir polyvalents. « Dans la maison, on cultive la polyvalence depuis toujours. Les vendeurs comptoir doivent être performants dans tous les rayons. Rien ne m'agace plus quand je vais dans un magasin que d'attendre indéfiniment parce que le vendeur spécialisé n'est pas disponible ! » Au-delà de ces trois vendeurs, l'entreprise emploie sept autres personnes, dont un commercial itinérant, une caissière, une secrétaire, l'épouse de Yves Lego chargée notamment de la mise à jour des tarifs, un chauffeur pour les livraisons, un chauffeur pour les combustibles ainsi qu'Yves Lego, l'homme a tout faire. « Mais je vais dans le magasin le plus possible. Le commerce, c'est du contact, de la relation humaine. »

Pour bien se différencier de la concurrence bricolage des alentours, le magasin a toutefois privilégié une implantation en vrac de plusieurs familles, comme la quincaillerie et l'outillage à main. « Notre largeur d'offre en outillage, quincaillerie de bâtiment et fixation fait partie de nos points forts. Nous avons notamment une offre visserie unique sur notre secteur géographique. Et le fait de proposer du détail est particulièrement apprécié par les professionnels de la maintenance. » Par ailleurs, pour mieux se défendre en outillage électroportatif, Yves Lego privilégie des marques reconnues par le pro, comme Metabo et Makita, qui bénéficient d'une forte notoriété dans le sud ouest, sans oublier Skil Master pour l'entrée de gamme.

Depuis plusieurs années, DomPro Lesparre développe également une offre complète en EPI, en s'appuyant sur les marques Bosseur et Delta Plus. « Les équipements de protection se développent beaucoup depuis trois ans. La réglementation pousse les entreprises à s'équiper et les produits ont de plus en plus de style. La prescription dans les métiers de la maintenance et du bâtiment devient ainsi de plus en plus forte. » L'entreprise réalise également des paquetages et des vêtements image.

La logistique, un atout

Globalement, la quincaillerie Lego s'appuie sur 8 000 à 9 000 références en stock, soit une valeur estimée de 400 000 euros. « A chaque fois que le magasin a été agrandi, ce fut au détriment de la réserve. Aujourd'hui, je demande donc à mes équipes de veiller à ce que les commandes trouvent

toutes une place dans les rayons. »

Au niveau approvisionnements, Yves Lego s'appuie à 98% sur les fournisseurs DomPro et sur l'organisation logistique mise en place au sein de l'enseigne. « Cette organisation fonctionne bien dans notre région. On commande le lundi et on est livré le mercredi matin. » Un atout d'autant plus appréciable que dans le Médoc, l'acheminement des marchandises prend habituellement un peu plus de temps qu'ailleurs. Les produits arrivent jusqu'à Bordeaux et doivent souvent ensuite être pris en charge par un autre transporteur pour rejoindre le Médoc. « Pour nous, cette plate-forme est donc une facilitation » poursuit Yves Lego qui fait partie de la commission logistique de l'enseigne. « Le groupe a toujours eu ce savoir-faire logistique. Les adhérents sont habitués à ce fonctionnement. C'est un point fort qu'il me paraît important de développer. »

Apporter des solutions nouvelles

Au-delà du stock, l'une des forces de l'entreprise est effectivement de pouvoir mettre rapidement à disposition de ses clients l'ensemble du catalogue DomPro. « L'offre en catalogue est trois fois supérieure à celle que nous avons dans le magasin. Le fait d'avoir les produits au bon prix et de pouvoir les commander encore plus facilement ne peut que nous apporter du chiffre d'affaires. Et cela montre à nos clients que DomPro est une enseigne qui avance, qui propose des solutions nouvelles. »

Yves Lego mise notamment sur la nouvelle version du Guide, le catalogue général de l'enseigne, pour accroître sa dynamique commerciale. « Le Guide a toujours été un bon outil. Mais dans sa nouvelle édition, il a été simplifié avec notamment un système de remises plus facile à exploiter. Il devient plus lisible pour le client. » Son développement numérique rend également la recherche accessible sur ordinateur et sur tablette numérique. « On colle ainsi à la façon de faire des recherches actuelles. Et on est sûr que c'est un produit de chez nous que le client trouve lorsqu'il fait une recherche ! La tablette numérique est un bon outil de développement, notamment pour les commandes spécifiques. » En revanche, Yves Lego n'a pas, encore, développé de site internet propre, même s'il a suivi les développements de cette démarche au sein de la centrale. « Il faut en interne des ressources dédiées pour s'en occuper, pour faire vivre le site. Nous ne les avons pas encore. »

Concernant sa communication, l'entreprise s'appuie également sur les différents outils proposés par DomPro, notamment les opérations coups de poing et les opérations catalogues. « Les clients nous oublient vite. Il faut souvent leur rappeler que l'on existe, ne jamais les lâcher... DomPro nous propose de concevoir nos propres documents de communication. Je suis convaincu que c'est la bonne démarche même si je ne l'ai pas encore adoptée » regrette-t-il. « Cela fait partie de mes objectifs à court terme. »

L'objectif prioritaire d'Yves Lego est de renforcer son équipe de commerciaux itinérants. « Nous avons le potentiel pour avoir deux commerciaux sur le route. Aujourd'hui, la majorité des ventes se font à l'emporté. En moyenne, les clients sont à 15 ou 20 km, ils préfèrent donc passer. Mais ils sont de plus en plus stressés et ont de moins en moins le temps de venir en magasin. Ce sont donc des clients qu'il faudra de plus en plus aller chercher là où ils sont, en répondant à leurs problématiques différentes. C'est la présence terrain qui demain fera la différence. »

Agnès Richard