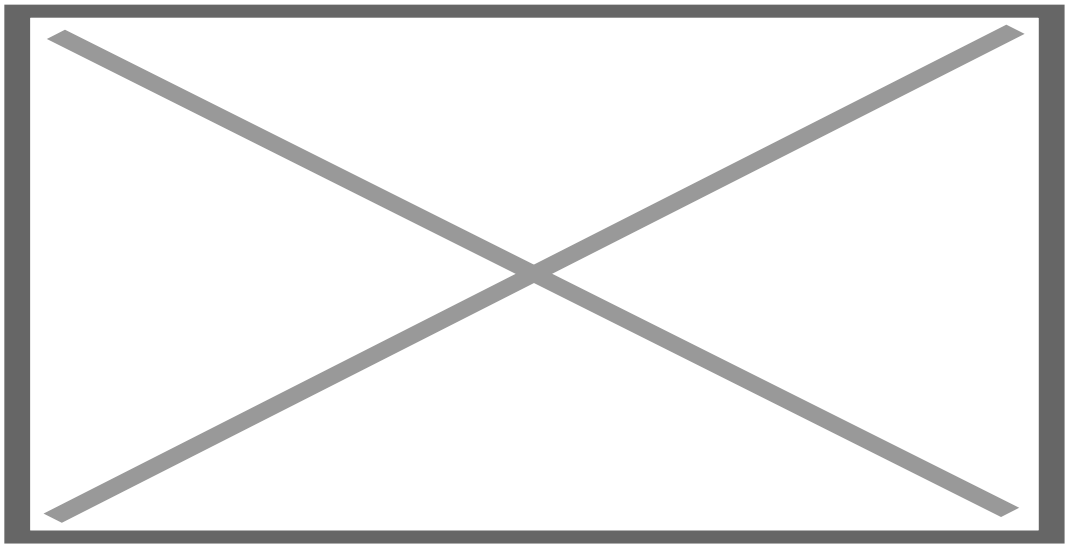
janvier 2025

Quincaillerie Angles

Accueil / BBI / Distribution / Eqip

Le cœur avant les chiffres

La Quincaillerie Angles fait aujourd'hui partie des distributeurs majeurs au sein du groupement Eqip avec quasiment cinquante agences, implantées sauf exceptions dans le sud de la France, et un chiffre d'affaires consolidé supérieur à 150 millions d'euros. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Cette position avantageuse est le fruit d'un développement permanent initié depuis le début des années 2000 par son dirigeant Guillaume Angles.



Au tournant du 21 eme siècle, la société SEM Angles, dont l'origine remonte à un siècle en arrière, est depuis longtemps un acteur de première grandeur dans son berceau géographique de l'Aveyron et les départements du Sud-Ouest avec quarante dépôts et un chiffre d'affaires de 115 millions d'euros (750 MF). Le négoce profondément implanté dans son terroir est spécialisé dans le chauffage sanitaire et la couverture, deux secteurs qui font l'objet d'investissements réguliers, et possède également une petite division quincaillerie historique laissée au second plan. « *A l'origine de l'entreprise, SEM signifiant Sanitaire Ebénisterie Menuiserie, cette activité en était à l'époque le parent pauvre* » comme l'explique Guillaume Angles.

La quincaillerie prend son indépendance

En 2001, toute la partie chauffage sanitaire et couverture est vendue à Point P par Jean-Marc Angles et seule la partie quincaillerie est conservée, en fait rachetée par son fils Guillaume Angles. Elle réalise alors un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros avec une agence de 300 m^2 de zone d'exposition et un stock de 2 600 m^2 sur son siège social à Onet-le-Château, en périphérie de Rodez, et deux comptoirs ouverts dans des magasins SEM Angles à Villefranche-de-Rouergue et Aurillac. Quatre représentants complètent cette organisation qui travaille sur les quatre départements de l'Aveyron, du Cantal, du Lot et de la Lozère. A ce moment, l'emprise géographique est de faible envergure et le chiffre d'affaires est réalisé pour plus de la moitié avec des industriels de la porte et de la fenêtre, avec notamment une forte dépendance auprès de la marque Ferco. De plus, le distributeur est implanté dans un territoire plutôt agricole qui n'est pas particulièrement riche, avec des opportunités de développement qui restent somme toute assez réduites.

Toutefois, les dés sont jetés. Guillaume Angles, dont les connaissances dans le domaine de la quincaillerie étaient de son propre aveu limitées, laisse passer deux trois ans pour apprendre et structurer les dépôts

existants en magasins indépendants. Il est aidé en cela par Gérard Valéry, directeur commercial expérimenté d'excellent conseil, et par Patrick Alcouffe qui était auparavant le directeur administratif et financier de la SEM. Puis, au gré des rencontres et des opportunités, la société commence à grandir pour nourrir une ambition entrepreneuriale mais également pour pallier sa relative fragilité : « *Nous étions sur un périmètre géographique au potentiel restreint. Sur trois départements, on faisait moins qu'une quincaillerie sur Toulouse* ».

Une croissance au gré des rencontres

Au cours de son histoire, Quincaillerie Angles a plus procédé par créations d'agences que par croissance externe. La première d'entre elles a été celle de Carcassonne avec à sa tête Jean-Louis Sablairolles, quincailler reconnu sur son territoire. Cette implantation dans l'Aude s'est faite par opportunité, sans volonté délibérée de vouloir s'implanter dans cette ville. C'est au gré d'une rencontre personnelle qu'est née cette occasion et que la création s'est concrétisée. Cette première opération est à l'image de la stratégie de croissance à l'instinct de l'entreprise qui donne au relationnel une prééminence qui va au-delà des objectifs de prise de territoire.

Cette première implantation a donné le coup d'envoi à une série de créations d'agences et de rachats qui mènent aujourd'hui le groupe à exploiter près d'une cinquantaine de magasins en comptant les sociétés qui sont intégrées mais poursuivent leur activité sous leur nom propre. Le distributeur couvre tout le sud de la France jusqu'à une ligne Limoges Moulins Oyonnax, avec au-dessus les seules unités Boissonnade et BTP Shop situées en région...

Veuillez 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