juillet 2012

ABCD

Accueil / BBI / Distribution / Fedis

Nouvelle stratégie de développement

Stabilisé depuis la fin de l'année 2011 à 14 adhérents représentant un réseau de 91 agences, le groupement de spécialistes de la quincaillerie ABCD enregistrait pour 2011 un chiffre d'affaires cumulé de 470 Me qui, à périmètre égal, traduit une progression de quelque 7 points par rapport à la fin 2010. La quincaillerie de bâtiment représente près de 80% de ce chiffre d'affaires, ce qui traduit une forte spécialisation que le groupement entend bien conserver, le reste étant généré par les ventes de produits relevant de diverses familles complémentaires, notamment la fixation, l'outillage et l'EPI. Depuis la fin de l'année 2010, le périmètre du réseau est resté inchangé, la création d'agences par certains adhérents ayant compensé la perte de points de vente engendrée par la reprise de l'entreprise Clément par le groupe Descours & Cabaud en avril 2011 et par la mise en liquidation judiciaire d'un membre du groupement à la fin de cette même année. Cette stabilité apparente, si l'on s'en tient aux seuls chiffres, cache toutefois l'évolution profonde que connaît actuellement le groupement dans son mode d'organisation et dans sa stratégie de développement.

Créer une unité forte

Secrétaire Général d'ABCD depuis février 2012, Jean-Michel Decoux met au service du développement du groupement une expérience acquise au cours d'une trentaine d'années d'activité professionnelle sur le marché de la quincaillerie, dont vingt ans en tant que distributeur indépendant et dix ans en tant que dirigeant de filiale d'un groupe intégré. Animateur du réseau, il est également en charge de la définition de la nouvelle stratégie d'ABCD, élaborée en concertation avec ses membres et le conseil d'administration, présidé depuis 2010 par Christophe Boschat. « *Mon objectif premier est de créer une unité forte au sein du réseau ABCD, de fédérer tous ses membres et de créer un lien continu entre la structure permanente du groupement – composée outre moi-même de Antonio de Figueiredo qui reste en charge des relations avec les fournisseurs et de notre collaboratrice Nathalie Gourdol – et ces derniers ainsi qu'entre les adhérents eux-mêmes* » expose Jean-Michel Decoux.

La massification des achats, une priorité

Le renforcement de la massification des achats est l'une des priorités d'action du nouveau Secrétaire Général d'ABCD qui rappelle que la structure qu'il pilote désormais est d'abord un groupement d'achats. Aujourd'hui, les adhérents réalisent environ une moitié de leurs achats auprès des quelque 200 fournisseurs référencés. Le potentiel de progression est donc important dans ce domaine qui joue un rôle essentiel dans la survie des distributeurs indépendants spécialisés aux yeux de J.M Decoux. Cette massification passe notamment par la mise en place d'actions de partenariat avec les fournisseurs dont l'une, qui fédère les 14 adhérents du réseau, est précisément en train de se mettre en place. *« Cette action sera une sorte de test qui va nous aider à en planifier d'autres qui se tiendront d'ici la fin de l'année 2013* » commente J.M Decoux. Parallèlement, un plan marketing ABCD est en cours d'établissement lequel, pour un impact maximum, va s'harmoniser avec les plans marketing de chacun des membres du groupement. En ce qui concerne le renforcement des liens avec les fournisseurs référencés, il faut également évoquer le succès du deuxième Forum ABCD qui a entraîné la satisfaction des adhérents comme des fournisseurs, tous réunis en cette occasion à Avignon en janvier 2011. La troisième édition de ce qui est jugé à la direction du groupement comme un outil de relation privilégié avec les fournisseurs est annoncé pour le début de l'année 2013.

Avancer pas à pas de manière consensuelle

La nouvelle stratégie d’ABCD porte également sur la création de pôles marchés qui se substitueront prochainement aux quatre commissions existantes. J.M Decoux annonce ainsi la création prochaine d’une quinzaine de pôles marchés différents animés par les permanents du groupement qui mèneront les négociations avec les fournisseurs avec le soutien effectif des adhérents, chaque pôle regroupant 5 à 8 adhérents. Ce nouveau système illustre la volonté du secrétaire général d’ABCD de créer un consensus fort au sein du groupement et d’avancer pas à pas en s’adossant sur l’unité du groupement. Parallèlement aux diverses actions que nous venons d’évoquer et qui se concrétiseront dans les mois à venir, le groupement mène actuellement une réflexion sur des sujets de fond comme la formation des équipes du réseau ou encore le tassement des marges des entreprises membres, une problématique qui, pour être résolue, passe pour J.M Decoux par la massification des achats et par le développement de moyens de fidélisation de la clientèle autres que le prix des produits.