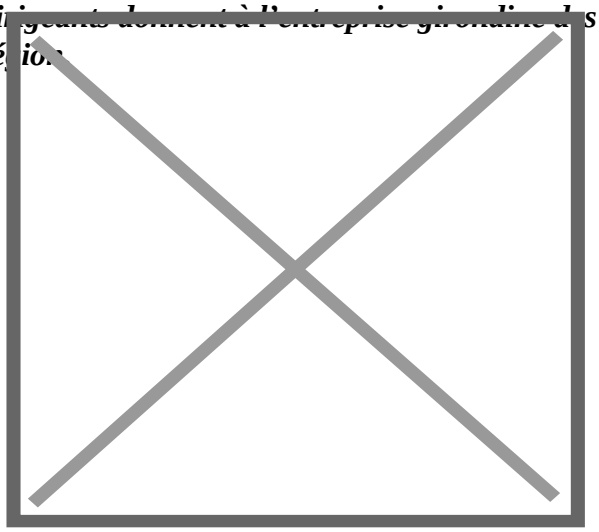
Reportages point de vente - septembre 2012

Bodin Quincaillerie -Langon (33)

Accueil / BBI / Distribution / Indépendants

Une entreprise à la hauteur de ses clients

Reprise en 1989 par deux indépendants, Hervé et Patrick Marchal, la quincaillerie Bodin s'est peu à peu redéployée autour de trois activités : la serrurerie, la quincaillerie générale et les techniques anti-chute. Ces compétences approfondies au fil des années à travers l'écoute des clients et l'expérience de ses dirigeants donnent à l'entreprise girondine des allures atypiques mais un savoir-faire unique sur la région.



La quincaillerie Bodin est une figure historique de Langon.

Créée en 1806, elle est même l'une des plus anciennes entreprises de cette petite bourgade girondine de 7 500 habitants, située à une cinquantaine de kilomètres au sud de Bordeaux. Mais sous ces atours vénérables de bicentenaire se cache une société dynamique qui n'a pas encore fêté ses vingt-cinq printemps, celle que Serge Marchal, père d'Hervé l'actuel dirigeant, a reprise en 1989.

Une distribution en mutation

A cette époque, la famille Marchal est à la tête de Serge Marchal Outillage, créée par Serge, le père. Ce grossiste spécialisé en quincaillerie, implanté au cœur de Bordeaux, représente plusieurs cartes d'usine dont il commercialise l'offre auprès de revendeurs de la région, parmi lesquels Bodin Quincaillerie. Lorsque l'entreprise langonnaise dépose son bilan, Serge Marchal opte pour son rachat. Chacune des deux sociétés reste autonome avec son enseigne propre, Hervé prenant la tête de celle de Langon et Patrick, son frère, gérant plus particulièrement celle de Bordeaux. « *Les deux zones de chalandise sont très différentes. A Bordeaux, c'est la ville. A Langon, c'est une clientèle plus rurale* » précise Hervé Marchal. Par ailleurs, étant donné la différence de leurs activités, les deux entreprises ne s'adressent pas à la même cible. Le cœur de métier de Bodin repose sur la quincaillerie générale (visserie, serrurerie, ferrures, boulonnerie...) avec un savoir-faire spécifique sur la serrurerie, produits destinés à une clientèle d'utilisateur professionnels et de particuliers alors que SMO s'adresse essentiellement à des revendeurs.

Ce début des années 90 marque en fait un nouveau cap pour les deux entreprises, lié notamment à l'évolution du paysage de la distribution aux professionnels. Le grossiste de Bordeaux se trouve lui aussi confronté à la disparition progressive des revendeurs qui, à l'instar de Bodin Quincaillerie, ont parfois du mal à amorcer le tournant d'une distribution indépendante et doivent compter avec la montée en puissance des GSB d'un côté

et des centrales d'achat nées des groupements, de l'autre. La quincaillerie Marchal choisit alors de se repositionner sur le métier de la serrure, qui aujourd'hui représente quasiment la totalité de son activité, avec une offre de spécialiste qui part de la serrure de base jusqu'à la gestion d'un organigramme (conception, entretien, réparation) pour une clientèle d'utilisateurs professionnels.

Accroché aux attentes du client

A Langon, Hervé Marchal doit néanmoins reconstruire l'ensemble de l'activité de l'entreprise, avec une petite équipe de cinq personnes issues de l'ancienne structure. *« C'est le début d'un travail de longue haleine. Nous nous sommes d'abord spécialisés sur les produits mal distribués par les autres revendeurs, des produits de niche qui n'intéressaient plus les centrales d'achat »* explique-t-il.

Pour mieux se différencier des GSB en plein essor, Bodin tente au début des années 2000 de se recentrer sur la cible des professionnels. « Nous pensions nous adresser uniquement aux professionnels mais nous nous sommes rapidement aperçus que le particulier continuait à venir régulièrement ». Pourtant, la Quincaillerie Bodin cultive la discrétion. Aujourd'hui encore, elle ne dispose pas d'enseigne tape-à-l'œil, tout juste une inscription avec une flèche au niveau de l'une des rues sur laquelle donne la cour du magasin – une des artères principales de Langon – et un panneau signalétique sur l'autre entrée. Au-delà de la notoriété du point de vente, les nouveaux dirigeants ont su fidéliser leur clientèle en orientant leur démarche sur une seule préoccupation : répondre au besoin du client. « *Notre savoir-faire s'est construit peu à peu. Nous avons mis vingt ans à comprendre les besoins des gens d'ici. Je suis un homme de comptoir, ce qui m'a permis de mieux saisir les attentes. Notre magasin est certes atypique mais il colle au plus près à la demande de nos clients* ».

Trois pôles de compétence

Vingt ans plus ans plus tard, l'entreprise emploie onze personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros réparti équitablement sur trois principaux piliers : la serrurerie, la quincaillerie générale et la protection anti-chute.

Le premier concerne la serrurerie, son domaine de compétence d'origine, avec une offre très complète et un atelier. « *Nous avons évolué vers les organigrammes pour collectivités et entreprises. Nous couvrons tous les besoins de gestion de passe, de clés...* ». L'approche du client s'effectue en trois étapes : le commercial qui a détecté le potentiel passe le relais à un spécialiste qui va définir les besoins de l'entreprise et établir le devis. Ensuite, soit le client fait appel à des techniciens Bodin pour la pose du système, soit il gère lui-même cette phase. « *Nous sommes organisés de manière à nous adapter à toutes les situations. Nous ne raisonnons pas en termes de chiffre d'affaires* ». Pour preuve, les commerciaux n'ont pas d'objectifs de progression chiffrés. « *Notre souci, c'est de cibler le besoin du client en termes de produits et de tarification. Surtout, nous devons savoir lui dire non. Nous raisonnons en terme de satisfaction client et selon notre capacité à résoudre son problème. En nous accrochant aux besoins du client, nous nous sommes aperçus que le chiffre d'affaires suivait* ».

Cette approche vaut également pour la quincaillerie générale, qui s'étend depuis les articles de quincaillerie traditionnelle en passant par l'offre ménage (gamelles pour les collectivités, grandes planchas, stérilisateurs...) jusqu'aux toupies, ces gros récipients qui permettent de réaliser des confits, région aquitaine oblige. « *Nous avons une grande profondeur de gamme. Nos clients viennent ici en sachant qu'ils vont trouver ce dont ils ont besoin* ».

Le secteur visserie-fixation qui représente évidemment une grosse part du chiffre d'affaires de ce secteur obéit à ce même souci. Le client qui ne veut qu'une rondelle et un écrou sera servi même si à la caisse, il ne déboursera que quelques centimes. L'opération est-elle rentable ? « *Non, mais c'est du service, du temps passé. Cette démarche nous permet aujourd'hui de vendre énormément de visserie-boulonnerie* ».

La fumisterie représente également une bonne part de l'activité, un savoir faire transféré de Bordeaux, où Hervé Marchal détenait une carte pour l'Aquitaine qu'il a conservée. En revanche, vous ne trouverez plus d'outillage électrique, ni de postes à souder « *Nous ne gérions pas directement le SAV. On supportait donc les incompétences des autres* » explique Hervé Marchal qui n'exclut pas toutefois de relancer cette activité lorsque son entreprise maîtrisera le SAV, donnée jugée essentielle.

L'anti-chute, en pleine croissance

Depuis dix ans, Bodin Quincaillerie travaille également l'anti-chute, un secteur en pleine croissance. Là encore, tout est venu des demandes observées au comptoir. La ville de Langon se situe au cœur d'une activité micro-locale : la chasse à la palombe... Et pour chasser la palombe, les amateurs doivent grimper dans les arbres pour y installer des appelants destinés à piéger les oiseaux en vol, des poulies câbles pour y monter les cabanes... « On a d'abord commencé à nous demander des mécaniques, des accessoires de chasse de l'oiseau, ce que Bodin faisait depuis longtemps. Aujourd'hui, nous sommes incontournables sur ces produits-là ».

Surtout, Hervé Marchal pousse plus loin la réflexion. Pour monter dans les arbres, les chasseurs utilisent des échelles ou des griffes. Or ce passionné d'alpinisme et de spéléologie connaît bien toutes les techniques du matériel de sécurité liées à la hauteur. *« Le chasseur méconnait les problématiques de hauteur. Nous, nous les connaissions bien, mais nous ignorions celles de la chasse. Nous avons donc travaillé avec les nombreux acteurs qui travaillent autour de l'arbre avec des problématique anti-chute pour bien comprendre leurs besoins* ». Une offre anti-chute a ainsi été mise en place, s'appuyant notamment sur des techniques légères issues de l'alpinisme. Rapidement, ces produits ne se sont pas limités aux chasseurs mais ont séduit les arboristes, les élagueurs et autres forestiers... sans oublier le personnel des collectivités et bien entendu le secteur du bâtiment. « *Nous avons développé un savoir-faire auprès des entreprises avec des produits plus adaptés que les kits anti-chute vendus ailleurs, avec du matériel haut de gamme, ultra-léger et bien entendu homologué* ».

Ce savoir-faire a appelé le développement d'une offre Epi avec par exemple des vêtements anti-coupures pour les forestiers et toute une activité de vérification du matériel, conformément à la législation en vigueur dans le secteur de l'artisanat et des collectivités. A chaque date anniversaire d'achat du matériel, Bodin se manifeste pour vérifier le matériel des chasseurs, non soumis à la législation. « *C'est de la vente de conseil. Sur la région, il n'existe pas un tel autre pôle de compétence sur l'anti-chute* ». Cette démarche a conduit aussi l'entreprise à commercialiser quelques articles de sport puisque la plupart des fabricants spécialistes de l'anti-chute sont positionnés à la fois sur le professionnel et sur le sport. « *Au départ, c'était surtout pour rendre service à nos clients. Puis nous avons eu l'idée d'aller voir les clubs qui disposent de surfaces artificielles d'escalade et qui ont eux aussi des problématiques d'anti-chute* ».

Un savoir-faire sur la région

A l'étage du magasin de Langon, un showroom permettant de montrer aux utilisateurs toutes les techniques anti-chute a été installé. Motivée toujours par cette recherche de compétence et de valeur ajoutée, l'entreprise propose également depuis juin des formations, en partenariat avec la fédération des chasseurs de la Gironde et avec le concours d'un spéléologue chevronné qui a rejoint par ailleurs l'équipe du magasin de Bordeaux. Cela passe par des démonstrations de matériel dans le showroom mais aussi par des mises en situation réelles, à travers différents ateliers réunissant au maximum huit personnes, à raison d'une formation par mois. La cour de la quincaillerie s'est ainsi équipée de systèmes permettant aux amateurs d'évoluer dans les airs ou de partir à l'assaut des troncs d'arbre en toute sécurité. « *Cela crée de l'attraction pour nos clients traditionnels... mais aussi de la crédibilité pour ceux qui sont concernés* ». Si pour les pôles serrurerie ou quincaillerie, l'entreprise rayonne essentiellement sur le plan local, elle attire avec l'anti-chute bien au delà de sa zone de prédilection, notamment sur les départements limitrophes des Landes et du Lot-et-Garonne « *Ces formations pour les chasseurs n'ont pas leur équivalent puisque si les écoles d'élagage ou d'alpinisme en dispensent, elles ne concernent pas cette cible* ».

L’EPI, une offre en devenir

Si la Quincaillerie Bodin s’est redéployée en se basant sur les attentes de ses clients, l’extension de son offre ne s’effectue pas tous azimuts mais vise surtout à aller toujours plus loin dans la recherche de compétence et de valeur ajoutée. Quitte à exclure comme on l’a vu avec l’outillage électroportatif, des pans d’activité lorsque Hervé Marchal estime le savoir-faire de son entreprise insuffisant. Cela lui laisse également entrevoir de belles poches de progression. « *Nous travaillons différemment. Nous passons beaucoup de temps dans la recherche de compétences* » confirme le dirigeant. « *Nous allons voir les fournisseurs pour être mieux formés, nous utilisons nous-mêmes les produits pour mieux les connaître... »*.

L’EPI devrait notamment connaître dans les prochaines années un véritable développement. « *Nous avons de la demande pour des produits techniques, adaptés spécifiquement à des corps de métier. Nous avons réussi à nouer des accords avec de grandes entreprises et nous avons bâti des lignes de produits qui leur conviennent. Là encore, c’est à travers les échanges avec les utilisateurs que nous apprenons à connaître ce métier* ». Hervé Marchal réfléchit également à la mise en place d’un espace dédié Epi pour que cette activité puisse prendre tout son essor.

Malgré ses 2 800 m2 implantés en plein centre-ville, le magasin de Langon dispose il est vrai des ressources nécessaires pour doubler encore sa surface. Pour l’heure, Hervé Marchal n’envisage pas un transfert en périphérie de l’agglomération même si des problèmes de stationnement peuvent surgir, la cour intérieure ne permettant pas toujours de faire face aux besoins. De même, le plan de vente ne comprend aucun produit volumineux, si ce n’est du grillage, du bois et du contreplaqué. « *Nous atteignons une taille critique. Nous ne sommes plus trop petit mais sans être assez gros pour nous déplacer à l’extérieur de la ville et investir dans de grands locaux* ».

Libre de ses choix

En revanche, pas question pour Hervé Marchal de rejoindre un groupement. L’entrepreneur est trop attaché à la liberté de ses choix. « *Nous ne courons pas après le chiffre d’affaires mais après une entreprise pérenne, avec des rayons solides. Nous voulons rester libres de nos choix, même si nous commettons des erreurs. Nous sommes la seule boutique de la région où nous choisissons nos fournisseurs, nos plans de vente, nos tarifications et même nos clients puisque nous nous permettons de dire non* ».

Le magasin de Langon comme celui de Bordeaux choisissent leurs propres fournisseurs et passent indépendamment leurs commandes, même si des échanges d’information passent entre les deux frères, à travers notamment une bibliothèque fournisseurs commune. Bien entendu, chacun cherche à négocier au mieux pour rester bien placé dans les prix marché. « *Bien sûr, on court après la rentabilité et on fait attention à nos achats car tous les commerciaux des grands groupes de quincaillerie de Bordeaux viennent jusqu’ici* ». Attaché à ses valeurs, Hervé Marchal n’hésite pas à les défendre face à des fournisseurs qui pourraient rechigner à le livrer compte tenu d’une faiblesse de volume, quitte à invoquer un refus de vente. « *Nous ne voyons pas l’intérêt de passer par des intermédiaires. Donc, on ne se laisse pas faire. Nous ne raisonnons pas en termes de rotation, s’il nous faut un produit, nous l’intégrons. C’est le besoin qui commande* ». En revanche, centrée sur le service, cette entreprise sait également l’importance de maintenir des stocks, même depuis la mise en place de la LME.

D’ailleurs, la multiplicité de son offre et l’atomisation de sa clientèle – le premier client représente moins de 1% du chiffre d’affaires – ont permis à Bodin de préserver sa progression y compris en 2009.

La serrurerie en ligne

Bien sûr, Hervé Marchal reconnaît que cette indépendance a un prix : la nécessité de tout faire en interne, d’où une évolution au fur et à mesure de ses moyens, notamment en termes de disponibilité temps.

Néanmoins, l'entreprise s'est attelée à un nouveau grand chantier, un site marchand, réalisé de concert avec celle de Bordeaux qui a embauché un collaborateur dédié ce projet. Si Bodin dispose d'un site vitrine depuis plusieurs années, la quincaillerie affirme aujourd'hui ses ambitions au niveau de la vente en ligne, une activité déjà effective depuis trois mois pour la serrurerie. « *Depuis, nous vendons ici des serrures de ville, ce qui génère du chiffre d'affaires additionnel et nous voyons venir des commandes de toute la France, et même de certains pays d'Europe* ».

La prochaine famille concernée sera la fumisterie de façon à être opérationnel dès l'automne, quitte dans ce cas à faire partir ces produits fragiles directement de chez le fabricant. L'ensemble de l'offre suivra, y compris les 25 000 articles de quincaillerie. Ce site est conçu comme un catalogue technique mais auquel les professionnels peuvent accéder à leurs conditions tarifaires à travers un code.

Accroître la visibilité de l'entreprise

L'avènement du site marchand devrait amener la quincaillerie Bodin vers de nouvelles étapes, à commencer par oser se montrer un peu plus. « *Jusqu'alors, nous ne faisions pas de communication* » reconnaît Hervé Marchal. Les commerciaux laissent uniquement à leurs clients un tirage papier répertoriant les lignes de produits qui les concernent et les opérations promotionnelles mensuelles. L'information promotionnelle est également véhiculée chaque mois à travers les factures émises.

Depuis 2011, l'entreprise expose également sur des manifestations régionales, comme les salons dédiés à la chasse, ce qui lui permet d'accentuer sa visibilité et d'obtenir des retombées commerciales concernant les anti-chute et les accessoires de chasse. En 2013, la quincaillerie a ainsi ciblé trois ou quatre manifestions, dont la Foire de Langon où elle exposera en avril à travers un village Bodin pour montrer tout son savoir-faire. « *Le but est de nous faire mieux connaître, de valoriser tout notre savoir-faire. Et si on fait du chiffre d'affaires, tant mieux* ». Par ailleurs, le développement à venir n'exclut pas de la croissance externe. « *Nous avons deux chantiers sur le feu. A la base, nous restons des entrepreneurs...* ».

Agnès Richard