Reportages point de vente - novembre 2012

Delprat Avallon (Yonne)

Accueil / BBI / Distribution / Indépendants

Quincaillier, une histoire de famille

Implantés dans l'Yonne à travers trois sites, ainsi qu'en Côte d'or, les établissements Delprat proposent depuis toujours en synergie une offre pour les particuliers et pour les professionnels, à l'image du magasin d'Avallon. Pour mieux suivre l'évolution de ses clients, cette entreprise familiale travaille actuellement sur le recentrage de son offre et envisage pour 2013 le lancement d'un site marchand pour les professionnels.



Depuis plus de cent ans, le nom Delprat fait écho dans l'univers de la quincaillerie en Bourgogne. Le développement de cette entreprise traduit d'ailleurs l'évolution enregistrée au fil des ans par la distribution d'articles de quincaillerie.

Le premier Delprat qui nous intéresse, Zéphirin, se situe à la fin du dix-neuvième siècle ou au début du vingtième. Venu d'Auvergne et étameur, il sillonnait les routes depuis sa région natale jusque dans l'Yonne, au nord de la Bourgogne. En reprenant l'affaire, son fils troque la voiture à cheval contre une camionnette. Surtout, il enrichit son savoir-faire avec de la vente d'articles de ménage et de quincaillerie, qu'il vend au gré des villages qu'il traverse.

Esprit novateur

Séduit par Tanlay, un charmant petit bourg de l'Yonne situé à quelques kilomètres de Tonnerre et célèbre pour son château de style renaissance, le marchand ambulant y installe une droguerie. Ses deux fils, Jean et Michel, le rejoignent dans l'aventure et au début des années 1970, Jean développe sur Tanlay une activité dédiée aux professionnels. Cette quincaillerie générale, adossée à de la vente de produits sidérurgiques, est alors dirigée par son frère Michel. Quelque temps plus tard, Jean lance à Tonnerre un magasin de bricolage, cadeaux et arts de la table tenu par sa belle-sœur, la femme de Michel. « *Mon père a eu l'idée de développer parallèlement à l'activité professionnelle un magasin dédié plutôt aux femmes. Les hommes se rendaient à Tanlay et avant ils pouvaient déposer leurs femmes dans la boutique de Tonnerre* » explique Agnès Delprat.

Le succès de cette double activité incite l'entrepreneur à ouvrir en 1978 un nouveau pointe de vente dans le sud-est du département, à Avallon. A une heure de route de Tanlay, ce point de vente compte aujourd'hui notamment dans sa zone d'influence des magasins de matériaux CDM, Point.P et BigMat (situé juste en

face). Il est également implanté dans le fief de Schiever, important distributeur icaunais, qui développe en Bourgogne les enseignes Auchan en alimentaire et Weldom en bricolage. Mais lors de sa création, le magasin d'Avallon était pratiquement seul dans son environnement. Jean Delprat choisit de développer sous le même toit sa double activité : un secteur bricolage, ménage, arts de la table adossé à une offre de quincaillerie pour les professionnels et de produits sidérurgiques. « *A l'époque, ce concept était très novateur. Aujourd'hui, notre réflexion vise plutôt à spécialiser nos approches.* »

En 1994, le groupe Delprat poursuit son expansion et acquiert l'entreprise Dechaux située à Semur-en-Auxois, dans le département voisin de la Côte d'Or. Étant donné sa notoriété, cette entreprise conservera son nom, associé à celui de Delprat. Là encore, elle se décline en deux magasins. Le premier (cadeaux, arts de la table) est présent en centre-ville tandis que le second, implanté en zone industrielle, est dédié au professionnel (fer, quincaillerie, outillage).

Cette double approche donnent aujourd'hui les moyens aux établissements Delprat, qui réalisent un chiffre d'affaires de cinq millions d'euros (hors Dechaux), de s'appuyer sur deux piliers : les ventes aux particuliers (60%) et les ventes aux professionnels (40%) avec, pour ces derniers, une activité aux multiples contours : parc à fer, métaux, verre, bois, outillages à main et électroportatifs, boulonnerie, visserie, plomberie et électricité, orientée principalement sur les secteurs du bâtiment et des travaux publics.

Depuis, l'entreprise familiale a accueilli la quatrième génération, aux côtés de Jean. Christine la sœur d'Agnès est en charge de la comptabilité du magasin de Semur, leur frère Éric est à la tête du point de vente de Tanlay avec son père, tandis que Valérie, fille de Michel, s'occupe du magasin de Tonnerre. Agnès, elle, est à la tête du magasin d'Avallon depuis une quinzaine d'années.

MasterPro, une dynamique

Figurant parmi les premiers adhérents historiques du Groupe Cofaq que l'entreprise rejoint en 1957, les Etablissements Delprat abordent une nouvelle étape de leur existence en 1987, lorsqu'ils adoptent l'enseigne MasterPro pour le site de Tanlay. Quelques années plus tard, le magasin d'Avallon reprend également l'enseigne MasterPro pour son activité professionnelle. « *Cofaq est un groupe très dynamique et très efficace. Nous touchons à tellement de métiers que nous avons besoin de ce savoir-faire* » explique Agnès Delprat. *« Côté achats, nous sommes libres de nos choix. Mais chacun a intérêt à passer au maximum par la centrale, d'autant que les produits sont bien choisis et bien placés en termes de positionnement prix* ». Si les clients, professionnels comme particuliers, ont tendance à demander avant tout un prix, surtout avec le développement d'internet et ses possibilités de comparaison, le conseil a toujours été primordial dans ce point de vente de proximité. « *Le conseil et la qualité sont deux points sur lesquels nous ne transigeons pas. D'ailleurs, les clients reviennent à la qualité. Ils nous font confiance ». Une confiance qui s'appuie sur une parfaite connaissance des clients. « Il n'est pas rare que les vendeurs appellent les artisans par leur nom au moment de les accompagner en rayon !* »

La quasi-totalité des achats concernant la gamme de fournitures et d'outillages aux professionnels transite par la centrale d'achats de Poitiers tandis que le siège de Tanlay gère la partie liée aux produits sidérurgiques. Toutefois, Agnès Delprat a fait le choix de conserver par exemple le référencement en propre d'une marque italienne de poêles à pellets, jugée essentielle pour le positionnement de spécialiste de son magasin en matière de chauffage pour le bois. Situé en plein cœur du Parc Naturel Régional du Morvan, Delprat Avallon est effectivement réputé pour ce savoir-faire dans la région, qu'il s'agisse de conseils ou d'installation (trois installateurs intégrés).

Suivre les évolutions de la clientèle

Plus récemment, la mise en place de la cellule grands comptes chez MasterPro offre de nouvelles opportunités de développement à l'entreprise. « *Cela nous incite à retourner voir les industriels de la région*

que nous ne visitions plus. Tous ont mis en place des structures grands comptes auxquelles nous n'avions pas les moyens de répondre. Cette cellule nous offre donc de nouvelles perspectives. »

La partie grand public du magasin d'Avallon est, elle, toujours sous l'enseigne Brico-Logis, label historique de Delprat, et n'a pas adopté BricoPro, l'enseigne grand public de Cofaq. Une hypothèse qu'Agnès Delprat ne rejette pas, au contraire. « *Nous devons aujourd'hui travailler sur une meilleure identification de nos deux zones afin que le professionnel comme le particulier se retrouvent parfaitement dans les espaces qui leur sont dédiés, chacun avec une offre adaptée*. »

Depuis le mois de mai, Agnès Delprat mène ainsi pour l'ensemble du groupe un travail d'homogénéisation et de recentrage de l'offre. Testée d'abord dans le magasin d'Avallon, cette démarche sera ensuite déployée dans l'ensemble des sites. Les Établissements Delprat gèrent en effet près de 40 000 références. « *Nous reprenons chaque rayon pour resserrer l'offre en termes de fournisseurs mais aussi pour remettre notre assortiment au goût du jour.*» Dans le rayon plomberie, par exemple, il s'agit d'intégrer davantage de raccords PER ou en outillage, des outils à main dotés de manches en fibre de verre.

Au-delà d'une rationalisation, cette réflexion permet effectivement de mieux prendre en compte les évolutions des besoins et comportements de la clientèle comme a toujours su le faire, au fil de son histoire, cette entreprise familiale. Ainsi, cette nouvelle approche accorde une large part au libre-service, sans renier la vente au détail qui reste l'une des valeurs fortes de Delprat, en vigueur même sur les produits sidérurgiques. Seulement, contrairement à ses aînés qui aimaient s'attarder au comptoir, le jeune artisan semble davantage pris par le temps et apprécie de trouver de la visserie ou des raccords de qualité professionnelle, conditionnés en sachets et disponibles en libre-service. Aux côtés de l'offre au détail et sous packaging, Agnès Delprat a donc mis en place une offre chantier, reprenant des références couramment utilisées par le professionnel et conditionnées en sachets, accessibles évidement aux conditions commerciales adéquates.

Synergies de groupe

Cette démarche permet ainsi de réduire les stocks, tout en gagnant en efficacité. Delprat a d'ailleurs investi l'an dernier dans un nouveau logiciel développé spécifiquement de façon à coller parfaitement à son activité. Les différents sites du groupe étant reliés par intranet, chacun peut visualiser en temps réel les ventes et les niveaux de stock des uns et des autres. Chaque magasin travaille d'ailleurs en synergie. Des navettes quotidiennes circulent entre les sites, l'entrepôt principal de Tanlay desservant les points de vente une fois par semaine. Sur le plan commercial, une personne visite les entreprises pour le compte de l'ensemble en ce qui concerne la partie professionnelle. Le groupe étudie la possibilité d'intégrer une seconde personne pour gagner en dynamique commerciale.

Disposant déjà d'un site vitrine, Delprat réfléchit également à la mise en place d'un site marchand, pour lequel la demande est montante, notamment en ce qui concerne le chauffage. Profitant de la restructuration au niveau de la gestion des stocks, cette initiative sera probablement menée en 2013, d'abord pour l'activité professionnelle.

« *Aujourd'hui, le chiffre d'affaires du groupe est stable. D'où ce besoin de recentrer nos forces et de réfléchir à l'évolution que nous voulons donner à notre entreprise* » conclut Agnès Delprat.

Agnès Richard