Inter Négoce - Qtech (Saint-Louis - 97)

La réunion de trois spécialités

Inter Négoce, Qtech, Dom Logistic, ces trois sociétés sœurs ont été créées par Bruno Gachet qui, présent depuis trente ans à la Réunion, a su créer un acteur incontournable du secteur de la quincaillerie en mariant une activité de grossiste pour les revendeurs généralistes de l'île et les grandes surfaces de bricolage mais aussi de distributeur spécialisé sur des produits à haute valeur technique.

L'île de la Réunion est un département au relief torturé comprenant trois cirques hauts perchés dans l'intérieur, un volcan au sud-est et un littoral de 200 kilomètres avec des terres qui remontent très rapidement avec des dénivelés considérables. Cette conjonction de caractéristiques géographiques, typique des îles volcaniques avec les difficultés d'accès liées, a conduit au développement de nombreux commerces locaux au premier titre desquels les quincailleries qui ont proposé aux professionnels comme aux particuliers un large assortiment de produits et matériaux allant de la vis jusqu'au ciment. Etablissement traditionnel multi-rayon faisant souvent crédit et se démenant pour approvisionner ses clients, la quincaillerie a prospéré dans l'île jusqu'à compter il y a trente ans une centaine de magasins significatifs en activité.

Agent de marques

C'est à cette époque-là que Bruno Gachet s'installe à la Réunion, après un premier passage effectué quelques années auparavant qui l'avait particulièrement séduit, il rencontre le monde de la quincaillerie en travaillant dans le magasin de son beau-père implanté à La Rivière, sur la côte sud-ouest de l'île à quelques encablures de la ville de St Louis.

Détenteur d'une formation en génie civil et porté sur les produits techniques, il s'intéresse alors à la quincaillerie d'ameublement et de menuiserie bâtiment, se déplace chez des fabricants locaux, rencontre la société Häfele, sollicite Ferco et prend la carte de ces deux industriels avec mission de développer leur chiffre d'affaires dans l'île ; tâche remplie efficacement.

Dans cette activité qui l'éloigne de l'entreprise familiale, il s'adresse directement aux monteurs professionnels pour les approvisionner sans passer par l'intermédiaire des quincailleries qui n'étaient pas en mesure de stocker par manque de spécialisation dans la menuiserie et l'agencement. Agent de marque, il étend ses gammes en prenant notamment les cartes Hoppe (garnitures de portes), Reisser (visserie), Bronner (vernis tropicalisés) et démarre finalement un partenariat avec les revendeurs pour répondre aux besoins de ses clients désirant avoir accès à un stock de proximité. « Cela faisait sens » commente Bruno Gachet, « je visitais les prescripteurs et installateurs, et implantais les produits dans les rayons des distributeurs. » Progressivement il en arrive à travailler avec toutes les principales quincailleries de l'île.

Démarrage au « Quart de tour »

Pour mener à bien cette activité en croissance d'agent commercial, Bruno Gachet commence à s'entourer de collaborateurs et structure son affaire en créant en 1992 l'entreprise Inter Négoce dans l'objectif de mettre à disposition des revendeurs les marques qu'il représente et de constituer autour d'elles un catalogue cohérent répondant au métier des menuiseries aluminium, bois et PVC. La société voit ainsi son offre étoffée avec des produits de négoce complémentaires vendus conditionnés rassemblés dès le premier catalogue sous le nom de gamme « Quart de tour ».

Dans cette configuration, Inter Négoce se positionne comme un acteur central dans le commerce quincaillerie de la Réunion et met en œuvre les moyens de conforter cette place. « Nous sommes structurés pour être efficaces localement » souligne Bruno Gachet. La société édite ainsi en interne son catalogue, élaboré par son équipe d’infographistes, articulé autour des cinq grandes familles Quincaillerie d’ameublement, Quincaillerie de bâtiment, Consommables, Outils, Machines-outils avec des photos d’illustration pour les artisans et des éléments techniques pour illustrer le rendu final.

Avec ce savoir-faire, elle peut proposer à ses clients de leur...

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