

Bailly Quaireau

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#)

Bailly-Quaireau Challans, un savoir-faire mixte

Depuis sa reprise en 1994 par Michel Quaireau, la société Bailly-Quaireau a fait preuve de dynamisme pour se différencier de la concurrence et gagner en parts de marché tant sur son département vendéen que sur les départements limitrophes. Aujourd'hui reconnue pour ses activités quincaillerie et bois, elle a su élargir son offre panneaux pour séduire de nouveaux corps de métiers et ainsi poursuivre sa croissance.

En 1892, Sylvain Bailly crée dans le centre de Challans, en Vendée, une quincaillerie traditionnelle qui, comme il est de coutume à l'époque, commercialise également du chauffage, du gaz, des équipements ménagers... Repris par ses deux fils, Sylvain et Léon, le commerce, rebaptisé Bailly Frères, se recentre sur la quincaillerie. Finalement, en 1943, André Bailly, fils de Léon, hérite de l'affaire familiale et décide de se concentrer uniquement sur la quincaillerie pure. Plus tard, il fait l'acquisition d'un deuxième dépôt et développe l'activité panneaux en commercialisant essentiellement des contreplaqués et agglomérés et des... cercueils.

En juillet 1994, après plus de cinquante ans d'activité sous la direction de André Bailly, le commerce familial est repris par Michel Quaireau qui dirigeait alors un réseau de quincailleries. L'entreprise connaît alors un second souffle et le cœur de l'activité est déplacé du centre-ville de Challans en zone artisanale à la périphérie de la ville, l'agence du centre faisant aujourd'hui partie des attractions touristiques de la ville même si elle est toujours en activité. Rapidement, Michel Quaireau développe la quincaillerie en intégrant le réseau Seba puis l'activité bois en rejoignant le groupement Sylvalliance. L'entreprise connaît également une forte croissance externe avec l'ouverture de nouveaux points de ventes plutôt axés quincaillerie à la Roche-sur-Yon, Carquefou et Fontenay le Comte.

Un spécialiste du panneau

Lors de la reprise, l'activité bois-panneaux pèse moins de 20% du chiffre d'affaires. Toutefois, conscient du potentiel de cette dernière, Michel Quaireau entame à partir de 2002 un fort développement de son offre panneau en effectuant un large référencement de panneaux décoratifs notamment avec le groupe Pflleiderer et sa marque Duropal.

Depuis le début de l'année Pflleiderer a regroupé ses marques Duropal et Thermopal qui représentent une cinquantaine de décors mélaminés standards stockés et plus de trois cents décors stratifiés. A cela s'ajoutent également des panneaux MDF (Finsa), des contreplaqués (Thébault), des placages d'essences fines (chêne essentiellement) sur contreplaqués ou agglomérés et des compacts pour les utilisations extérieures – le catalogue comprend aussi des panneaux trois plis ainsi que des panneaux MFP et OSB. Grâce à cette offre élargie qui représente aujourd'hui 65% de son activité bois, Bailly-Quaireau a pu toucher une nouvelle cible de clientèle, à savoir les agenceurs ainsi que les entreprises intervenant dans le secteur de l'ameublement, sans oublier des artisans issus de nombreux corps d'état et qui ont recours aux panneaux pour leurs chantiers de rénovation. En effet, lors de la reprise, l'activité bois-panneaux concernait majoritairement des menuisiers qui faisaient aussi office de pompes funèbres.

Des gammes complémentaires

En marge de cette offre panneaux, Bailly-Quaireau réalise 35% de son chiffre d'affaires avec des aménagements intérieurs (placards, dressings...), des revêtements de sol (parquets massifs, stratifiés...) et des blocs-portes. Complémentaire de l'activité quincaillerie, cette offre représente, en valeur, la deuxième activité de l'activité bois-panneaux et bénéficie d'un plan de stockage massif, notamment pour les références dites techniques. D'ailleurs pour cette famille de produits, l'entreprise compte deux techniciens chargés de réaliser les devis pour les clients artisans et constructeurs à l'exception des particuliers. Pour l'offre en aménagements intérieurs, Bailly-Quaireau commercialise principalement les gammes Kazed et Sogal pour les épaisseurs 12 millimètres et Neves pour le haut de gamme (16 mm). En revanche, bien que présents au catalogue du distributeur, les dressings sont peu exploités faute de place dans les agences, la présentation de ces produits étant pourtant indispensable pour ce type de vente.



Pour les revêtements de sol, Bailly-

Quaireau est depuis dix ans partenaire de la marque allemande Haro, tant pour les sols stratifiés que les contrecollés. Pour les massifs, l'entreprise fait confiance à deux marques françaises, à savoir Chêne de l'Est pour les parquets traditionnels en essences fines et Design Parquet. Réellement exploitée depuis sept ans, cette offre parquet est depuis en constante progression. En effet, à l'inverse des placards qui sont surtout concernés par le secteur de la rénovation, les parquets bénéficient d'un positionnement mixte neuf/rénovation.

Forte présence commerciale

Comme pour les blocs-portes, Bailly-Quaireau s'appuie pour les parquets sur des hommes-produits, c'est-à-dire des techniciens spécialisés capables de répondre aux demandes techniques des professionnels mais aussi de vendre les produits en magasin en préconisant les meilleurs conseils. En revanche, l'animation commerciale de l'activité panneaux est confiée à 10 technico-commerciaux itinérants mixtes Quincaillerie-Panneaux. Bien que multi-produits, ils sont néanmoins spécialisés par typologie de clients, certains étant en relation avec des artisans, d'autres avec des PME, des collectivités locales... Grâce à cette force de vente terrain, Bailly-Quaireau couvre parfaitement son territoire qui comprend l'intégralité de la Vendée, la quasi-totalité de la Loire-Atlantique et le Choletais, soit un rayon d'environ 120 kilomètres.

En termes de services, Bailly-Quaireau ne peut aujourd'hui, faute de place, intégrer les différentes opérations de transformation des panneaux. Ces dernières sont toutefois sous-traitées auprès de trois industriels locaux, l'un au nord de la Vendée, un autre à l'est et le dernier au sud. Ce maillage permet ainsi au distributeur de tenir des délais de disponibilité extrêmement courts et quasiment identiques à ceux de ses concurrents qui possèdent leur propre centre d'usinage. Cette volonté de rester réactif se retrouve également pour les livraisons puisque Bailly-Quaireau expédie la majorité des commandes à J+1.

Concernant l'animation des ventes, l'enseigne ne réalise pas de campagnes de promotion à proprement parlé mais joint tous les deux mois aux factures, des prospectus axés sur l'actualité des produits (nouveautés, conseils techniques...) et des remises tarifaires, certaines émanant directement des fournisseurs.

Enfin, notons qu'un catalogue Bois-Panneaux de 200 pages sera prochainement distribué aux clients professionnels – Bailly-Quaireau édite tous les deux ans un catalogue général reprenant l'ensemble du plan de vente Seba soit 1 000 pages de produits.

L'entreprise modernise également son site Internet qui regroupera davantage d'outils pour les clients professionnels.

Un développement ralenti

Aujourd'hui, les co-dirigeants de l'entreprise, à savoir Michel Quaireau et son fils Franck, doivent faire face à l'exiguïté de l'agence de Challans qui freine considérablement le développement de l'activité bois-panneaux. Par exemple, depuis plusieurs années, Bailly-Quaireau effectue des ventes prometteuses auprès des prescripteurs notamment lors de la sortie de nouvelles collections mais ne peut les exploiter pleinement faute de place. « La prescription est un point noir dans le développement de notre société mais pour dynamiser nos ventes en prescription, nous devons stocker davantage de produits » explique Michel Quaireau.

En effet, bien qu'agrandi à plusieurs reprises, le site de Challans est aujourd'hui exploité au maximum de ses possibilités. « Même si l'activité quincaillerie est devenue l'activité la plus importante, notre activité bois a poursuivi sa progression. Aujourd'hui, nos ventes de panneaux sont bridées par un manque de moyens logistiques malgré nos 9 000 mètres carrés de surface de stockage ». Les prochaines années devraient donc être synonymes de croissance externe pour l'entreprise qui entend conserver un certain équilibre Quincaillerie-Bois.

Nicolas Desbordes