

Quincaillerie Aixoise

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

Quincaillerie Aixoise, une stratégie payante

Bénéficiant d'une forte notoriété locale, la Quincaillerie Aixoise a connu depuis une dizaine d'année un formidable développement qui lui permet aujourd'hui de rayonner sur toute la région PACA. Au cours des trois dernières années, l'entreprise, reconnue comme distributeur généraliste sur les métiers du bâtiment, a renforcé son offre autour de trois axes stratégiques : les Métiers de l'eau, le BTP et la Protection-Sécurité.

Créée en 1947 dans le centre-ville d'Aix-en-Provence, la Quincaillerie Aixoise déménage en 1980 dans la zone d'activité d'Aix-Les Milles. Reconnue au niveau local pour son offre générale en fournitures de bâtiment, elle connaît à partir de 1998, et la reprise de la société par Jean-François Dubost, un fort développement qui se traduit par l'achat de la Quincaillerie Martel située à Martigues et spécialisée en fournitures industrielles. Dans les années 2000, Jean-François Dubost, poursuit cette croissance externe et ouvre trois nouveaux espaces de vente à Rognac (2001), Pertuis-Villelaure (2003) et Six-Fours/La Seyne sur mer (2006), à l'entrée de Toulon.

Aujourd'hui, l'entreprise regroupe cinq sites de vente (1 100 passages en caisses par jour) et réalise un chiffre d'affaires de 27,5 millions d'euros (contre 8 millions en 1998), essentiellement effectué avec une clientèle professionnelle (85%).

Une vocation de généraliste

En terme d'offre, la Quincaillerie Aixoise commercialise environ 30 000 références qui sont réparties en six pôles produits : Outillage (outillage à main, électroportatif, protection/signalisation et outillage de jardin), Plomberie (raccord et robinetterie de bâtiment, robinetterie sanitaire, hydrothérapie, traitement de l'eau, matériel de piscine, cuivre, chauffage...), Peinture (traitement du bois, préparation des surfaces, abrasifs, peintures, étanchéité, huiles, colles et adhésifs, outillage spécialisé...), Electricité (fils, câbles, gaines, moulures, ventilation, chauffage électrique...), Quincaillerie (serrurerie, ferronnerie, quincaillerie de bâtiment, d'ameublement...) et Fournitures Industrielles (machines-outils, soudure, travail du bois équipements...).

Se recentrer sur l'offre bâtiment

Depuis trois ans, sous l'impulsion de Philippe Jaume, directeur commercial de la Quincaillerie Aixoise et de Fabienne Wattez, directrice des achats, la stratégie commerciale de l'entreprise s'est recentrée sur son offre traditionnelle, à savoir les métiers du bâtiment.

Au début de la crise économique, la Quincaillerie Aixoise est ainsi revenue à ses fondamentaux afin de se concentrer sur son fond de commerce historique : les artisans et entreprises générales du bâtiment. Pour ce faire, l'entreprise a édité un catalogue dédié au Bâtiment baptisé « QA les 1 000 » qui répertorie quelques 1 300 références sur lesquelles elle garantit des prix et du stock – le taux de rupture est suivi hebdomadairement par un indicateur qualité.

En parallèle, des négociations ont été menées avec des fournisseurs partenaires pour qu'ils

s'engagent sur des conditions tarifaires quantitatives et des délais de livraison rapides.

Reconnaissance du monde du BTP

Cette politique commerciale et l'obtention de la certification Iso 9001 version 2000 délivrée en juillet 2007 ont permis à la Quincaillerie Aixoise d'être référencée par de grands groupes de BTP comme Vinci, Bec Construction ou encore Léon Grosse. L'entreprise s'implante également dans l'enceinte d'Iter International (une entité scientifique travaillant sur des projets de fusion, de plasma et de cryogénie) pour être en première ligne sur ce projet considéré par les majors de la construction comme le chantier le plus important pour la région PACA sur les dix prochaines années. La Quincaillerie Aixoise démontre ainsi son savoir-faire en répondant aux différents appels d'offre qui sont soumis à des réglementations très strictes.

Au final, grâce à l'ensemble de cette politique, le chiffre d'affaires de la société est passé de 24,6 millions d'euros en 2008 à 27,5 millions d'euros fin 2010.

Se spécialiser sur les métiers de l'eau

En parallèle, partant du principe que les métiers de l'eau sont une suite logique de la construction, la Quincaillerie Aixoise décide d'offrir une meilleure lisibilité de son offre en plomberie-sanitaire-chauffage et crée en interne une division commerciale dédiée tout en intégrant des spécialistes à la force de vente. L'entreprise investit également dans une salle d'exposition au cours du second semestre 2009 (cf. encadré). Ce nouvel axe de développement s'avère rapidement positif et permet à l'enseigne de gagner des parts de marché, le chiffre d'affaires réalisé sur cette famille de produit connaissant une progression de 24% au cours de l'exercice 2010 dont +50% pour le sanitaire et +30% pour le chauffage.



L'EPI, troisième axe de développement

Commercialisant déjà de nombreuses références en Equipement de Protection Individuelle (EPI) avec notamment un univers dédié à cette famille de produit au sein de l'agence d'Aix-Les Milles, la Quincaillerie aixoise a récemment entamé une refonte complète de cette offre. A court terme, son objectif est de devenir un distributeur référent dans le domaine de la sécurité. Placé sous la responsabilité de Pierre-Hugo Dubost et de Fabienne Wattez, le développement de cette famille de produit doit permettre à l'entreprise d'élargir sa clientèle. En effet, si elle répond déjà aux attentes des artisans, des PME et des collectivités locales, elle ambitionne également de répondre aux besoins des industriels. Comme pour les métiers de l'eau et du BTP, cet axe de croissance passe par un travail de fond sur l'offre produits. Dans le courant du mois de septembre, un nouveau « shop in shop » spécifique sera implanté dans l'agence d'Aix-Les-Milles, un investissement de 150 000 euros qui, pour Jean-François Dubost « doit permettre à l'entreprise d'être de plus en plus perçue comme un des acteurs majeurs en EPI sur son territoire ». Afin d'appuyer la réussite de ce projet, un technico-commercial spécialisé a été recruté.

Précédemment coordinateur national sécurité au sein d'un grand groupe du BTP, il a pour mission d'asseoir ce statut de spécialiste. Jean-François Dubost envisage également « d'élargir l'offre de service par la prise en compte, par nos équipes, du suivi du cahier de sécurité de nos clients ».

Fédérer les équipes commerciales

Pour mener à bien l'ensemble de cette stratégie, la Quincaillerie Aixoise s'appuie sur ses sites de vente et sur une équipe de dix-sept attachés commerciaux itinérants qui ont en charge le suivi de 3 500 clients professionnels en compte. Ils travaillent en binôme avec six correspondanciers sédentaires basés sur une plateforme téléphonique. Cette organisation commerciale est complétée par six animateurs produits qui sont chacun spécialisés en quincaillerie, soudage, peinture, plomberie... Référents techniques de l'entreprise, ils sont chargés de former et d'assister les forces de vente mais aussi de réaliser des animations et de déterminer, avec la direction des achats, les référencements dans leur domaine de compétence. Notons qu'afin de répondre aux clients issus du monde de la construction, l'entreprise dispose également d'une cellule TP et d'une cellule Appel d'offres.

Plate-forme logistique performante

Les agences de l'enseigne, ainsi que la clientèle professionnelle, sont approvisionnés par la plate-forme logistique qui est opérationnelle depuis janvier 2001. Cette unité assure les opérations d'entreposage de près de 30 000 références mais aussi la gestion des stocks qui représentent en valeur plus de 5,5 millions d'euros. Les équipes rattachées au site réceptionnent chaque jour plus de 80 000 euros de commandes fournisseurs et s'appuient sur un système informatique spécifique qui offre une gestion automatique des commandes et des réapprovisionnements. Chaque agence est ainsi livrée deux fois par semaine à l'exception de celle d'Aix-Les Milles qui est approvisionnée tous les jours. Une flotte de sept camions assure les livraisons sur toute la région, d'Avignon à Menton en passant par Digne-les-Bains. En 2010, elle a réalisé 18 000 livraisons et a parcouru plus de 300 000 kilomètres.

A noter que pour toute commande client reçue avant 12h30, la plateforme logistique garantit une livraison à J+1. Au final, grâce à cet investissement, la Quincaillerie Aixoise assure un taux de service « livré » de 95%.

Des objectifs chiffrés

Depuis 13 ans, la Quincaillerie Aixoise mène donc une politique de croissance active que Jean-François Dubost n'entend pas ralentir. Le président de l'entreprise souhaite encore accentuer son maillage régional que ce soit par croissance externe ou par l'ouverture de nouveaux sites d'exploitation. A très court terme, son objectif est de dépasser le seuil des trente millions de chiffre d'affaires.



Le « shop in shop » Riss Industrie

Sur son site vitrine Aix-les Milles, la Quincaillerie Aixoise a lancé dès 2005 un nouveau type d'implantation alliant l'efficacité et la séduction, le « shop in shop ». A l'époque, la création de cet univers exclusivement dédié à une marque est très innovante dans le monde du négoce. Elle privilégie en effet des modes de présentation et d'implantation préalablement réfléchis, soignés et valorisants.

Le 13 avril dernier, Riss Industrie a inauguré son nouvel univers qui, sur 27 mètres linéaires, regroupe plus de mille références de perçage. L'inauguration de l'espace Riss, réalisée conjointement entre le distributeur et le fournisseur, a donné lieu à l'organisation d'une journée professionnelle qui s'est clôturée par une réception regroupant une soixantaine de clients utilisateurs.

La salle de bain, une Question d'Ambiance



Fin 2009, l'agence d'Aix-Les Milles a

inauguré une salle d'exposition uniquement consacrée à l'univers de la salle de bains baptisée Question d'Ambiance et pilotée par Jean-Laurent Marletto. L'offre, unique sur le département, a été élaborée pour satisfaire tous les goûts : épuré, design, rétro, intemporel. Elle est construite sur panel conçu avec 40% de produits moyen de gamme, 40% de références haut de gamme et 20% de solutions dites Premium. Par exemple, Question d'Ambiance est aujourd'hui la seule salle d'exposition à commercialiser en France la première baignoire en béton signée Glass.

A chaque modèle présenté, Question d'Ambiance ajoute du carrelage et de la robinetterie haut de gamme mais aussi des accessoires de décoration, notamment des œuvres d'art comme des peintures, des sculptures métalliques ou encore des photographies. Afin de faire découvrir aux clients le plaisir de nouvelles technologies, un espace détente a également été aménagé avec la mise sous eau d'une baignoire de balnéothérapie ainsi qu'une douche hammam. Cette notion de détente est accentuée par la mise en avant de produits complémentaires au travers de la boutique

Gessi (peignoirs, draps de bain et parfums d'ambiance) et très prochainement d'une nouvelle boutique Grohe.

Afin de renforcer l'action commerciale autour de cet environnement, un club Qualité Artisan a été mis en place. A ce jour, il réunit 25 artisans installateurs, spécialisés dans la pose de salles de bains haut de gamme. Depuis son ouverture, Question d'Ambiance a commercialisé plus d'une centaine de salles de bains.