

Garandean Matériaux

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#) / [Mat+ Starmat Matnor](#)

Tradition et spécialisation

De par son passé de fabricant de plâtre et de carrier, le groupe charentais Garandean s'est fortement développé sur le marché du béton prêt à l'emploi notamment grâce à sa filiale de distribution, Garandean Matériaux. Adhérente au groupement Mat+, cette enseigne bénéficie d'une offre traditionnelle axée sur les produits de gros-œuvre mais a su s'adapter aux demandes de ses clients locaux pour aujourd'hui proposer un référencement complet.



Créée il y a plus de 150 ans, la société

Garandean débute son activité par la fabrication de plâtre en sac. Elle possède alors à Cherves Richemont, au nord de Cognac (16), un site d'extraction de gypse qui lui permet de limiter ses transports en étant le plus proche possible de son usine de production. Dans les années 1950, l'entreprise familiale abandonne son activité fabrication pour se concentrer dans un premier temps sur l'extraction de gypse pour fournir d'autres industriels plâtriers et cimentiers puis, dans les années 1960, sur l'extraction de calcaire, de sables et de graviers. Au milieu des années 1980, Garandean reprend l'activité de l'un de ses clients distributeurs et se lance dans la distribution de matériaux. Au fil du développement de son activité négoce, l'entreprise charentaise reprend d'autres négociants, certains possédant également des centrales à béton permettant ainsi à l'enseigne Garandean Matériaux de se positionner comme fabricant de béton prêt à l'emploi (BPE). A la fin des années 1990, le groupe Garandean possède plusieurs carrières réparties régionalement de manière à alimenter les grands chantiers de travaux publics situés, du nord au sud entre le Poitou et l'Aquitaine et, d'est en ouest, du Limousin à l'océan Atlantique. Aujourd'hui, le groupe compte plus de six cents personnes réparties sur une quarantaine de sites. L'activité distribution (40% du CA du groupe pour 170 collaborateurs) qui fait partie du groupement d'indépendants Mat+, regroupe seize agences situées dans les départements 16, 17, 24, 33 et 86, la Charente demeurant le cœur géographique de l'activité.

Un double profil généraliste...

Garandean Matériaux se considère avant tout comme une enseigne généraliste. En effet, le gros-œuvre pèse 45% du chiffre d'affaires de l'activité distribution notamment grâce à une offre exhaustive en blocs béton, briques... A côté de cette famille prédominante, l'enseigne réalise 20% de son chiffre d'affaires sur la couverture (bois de charpente, tuiles...) et 12% sur les produits dits de second œuvre comme les plaques de plâtre et les isolants. Compte-tenu de cette offre, le

distributeur compte parmi sa clientèle une très large majorité (environ 65%) de professionnels, à savoir surtout des maçons, des couvreurs, des plaquistes, quelques sociétés de travaux publics, des carreleurs et des menuisiers. Les clients particuliers représentent donc près de 35% du chiffre d'affaires.

... et spécialiste

L'enseigne s'est depuis plusieurs années spécialisée dans la vente de menuiserie et de carrelages. A l'intérieur de sa zone commerciale, Garandeau est en effet reconnue pour son offre en menuiseries intérieures et extérieures tant à destination de sa clientèle professionnelle que pour les particuliers. Un responsable marché est d'ailleurs chargé du référencement sur cette famille de produits et est relayé dans les agences par une personne dédiée. Cette dernière renseigne ainsi les clients sur l'aspect techniques des produits et peut également solliciter la cellule de prise de cotes de l'enseigne située au sein de l'agence de Gond-Pontouvre, près d'Angoulême pour toutes les questions relatives à la mise en œuvre. Cette cellule, qui prend aussi en charge le SAV sur les menuiseries, regroupe trois personnes à savoir un technicien, une secrétaire commerciale chargée de réaliser le suivi des commandes (livraisons, prise en charge du SAV...) et un apprenti.

A noter que grâce à l'appui du groupement Mat+, Garandeau fait bénéficier à ses clients professionnels de certificats d'économies d'énergie. Mis en place il y a deux ans avec la société partenaire Geo PLC pour le compte de tous les adhérents, ces CEE se traduisent par des remises de primes aux artisans qui doivent ensuite en reverser une partie à leurs clients finaux. Enfin, pour les particuliers, l'enseigne va plus loin et propose un tarif fourni-posé via un partenariat avec deux poseurs, leur permettant ainsi de bénéficier d'une TVA réduite.

En plus des menuiseries, Garandeau est également un spécialiste reconnu du carrelage-sanitaire. Seul adhérent Mat+ à posséder une offre propre à cette famille de produit, l'enseigne a construit il y a quelques années sur son site de Gond-Pontouvre une salle d'exposition indépendante baptisée Esprit Deco – d'autres salles d'exposition ont depuis été installées sur les sites de Cognac, La Rochefoucauld, Poitiers, Montguyon, Saint-Sulpice de Royan et La Teste. Cette salle d'exposition regroupe principalement des mises en situation de salles de bain mais aussi, pour jouer la carte de la synergie avec le négoce matériaux, des expositions de dressings et de revêtements bois.

Mise en place d'une plate-forme logistique

Pour diffuser dans ses différentes agences les produits issus de son référencement, Garandeau s'appuyait jusqu'ici sur deux sites de stockage. A compter de début mai, la majorité du référencement sera centralisé sur un seul et même site, à Châteauneuf-sur-Charente (16), où le groupe compte déjà une presse à parpaings d'une capacité annuelle de 90 000 tonnes. Concrètement, cette plate-forme logistique regroupera tous les produits commercialisés par camions complets et permettra à l'enseigne de pallier à son manque de place pour le stockage. Les approvisionnements seront également mieux répartis pour au final éviter que les dépôts, qui possèdent malgré tout leurs spécificités, soient sur ou sous-alimentés. A noter que le stockage des produits carrelage est, compte-tenu des volumes nécessaires, centralisé sur un site dédié à Rivières (16).

Pour assurer l'approvisionnement des points de vente, l'enseigne s'appuie sur la filiale transport du groupe Garandeau qui totalise près de 110 chauffeurs. Cela permet à l'enseigne de distribution de bénéficier d'une flotte suffisamment conséquente pour, à la fois, s'approvisionner en direct chez les fournisseurs (onze camions plateaux dédiés) et réapprovisionner les agences, la plate-

forme ou les clients sur leurs chantiers. En plus de cette flotte commune, les agences possèdent leur propre camion-grue (certaines en comptent même trois) afin qu'elles puissent livrer leurs clients et décharger les matériaux en toute sécurité.

Des équipes du cru

Pour la gestion de ses dépôts, Garandeau fait confiance à des responsables d'agences, tant des hommes que des femmes. Cette mixité permet à l'enseigne de « jouer à fond la carte de la parité mais aussi d'apporter plus de sérénité et de rigueur dans les agences », témoigne Patrice Dogaron, directeur de l'activité distribution et qui, suite à son départ en retraite, sera prochainement remplacé par une femme.

Pour faire le lien entre les dépôts et les clients sur le terrain, chaque agence possède au moins un ATC (une quinzaine au total) chargé de gérer la clientèle professionnelle mais aussi les particuliers. Pour les questions particulièrement techniques, il peut se tourner vers le bureau d'étude de l'enseigne (situé dans l'agence de Chateauneuf) qui regroupe deux personnes habilitées à réaliser les études planchers et charpente, le quantitatif du chantier... Cette équipe commerciale est pilotée par des chefs de secteurs qui s'occupent des clients grands-compte pour deux à quatre agences. A noter que l'une des particularités de l'enseigne est de s'appuyer sur des équipiers présents dans l'entreprise depuis plusieurs années et qui ont gravi les échelons au fur et à mesure de leur apprentissage (Garandeau effectue des formations internes ponctuelles comme des stages de management pour le personnel cadre) et de leur expérience terrain.

Soutien commercial de Mat+

Au sein des agences, l'animation commerciale est effectuée en partenariat avec les fournisseurs mais aussi grâce à l'apport de Mat+. Le groupement d'indépendants réalise en effet de nombreuses opérations commerciales pour le compte de ses adhérents pour dynamiser leurs ventes, vendre des volumes plus importants et donc, au final, bénéficier de conditions d'achats toujours plus avantageuses. Ces actions, qui portent sur des familles de produits ciblées, sont relayées périodiquement par des recto-verso qui permettent de proposer des remises tarifaires importantes mais aussi de mettre en avant certains produits sur des périodes plus courtes, comme les lasers. En plus de ces opérations, Mat+ édite, avec l'aide du service graphique de Garandeau, plusieurs catalogues thématiques, notamment un entièrement dédié aux menuiseries, « le premier du groupement à être aussi complet », précise Gilles Nourry, coordinateur de Mat+. Ce catalogue se décline aux couleurs de chaque adhérent et son contenu peut varier d'une enseigne à l'autre. Par exemple, Garandeau consacre deux pages pleines aux volets battants quand son homologue breton n'en utilise qu'une seule. A noter que depuis 2012, les adhérents Mat+ bénéficient également d'un catalogue général, le Negoguide qui est édité en partenariat avec deux autres groupements d'indépendants, Starmat et Matnor.

En parallèle des moyens mis à disposition par Mat+, Garandeau possède ses propres outils d'aide à la vente comme l'impression d'un catalogue dédié à son offre carrelage (l'enseigne est la seule du groupement à bénéficier d'une offre exhaustive de carrelages) mais aussi à son offre Environnements et Bois qui regroupe tous les produits (bois bruts et quelques produits finis) stockés et ceux bénéficiant de délais de livraison très rapides.

Conserver une grande proximité

Cernant parfaitement sa zone commerciale, l'enseigne entend aujourd'hui concentrer son développement et sa croissance externe au sein même de ce territoire. En effet, Garandeau connaît parfaitement les besoins des clients locaux, notamment leurs spécificités, et souhaite

rester proches des professionnels. De plus, comme l'explique Patrice Dogaron « nous sommes une entreprise régionale et n'avons pas la vocation de devenir une enseigne nationale ». En termes d'offre, l'enseigne souhaite également rester sur un référencement traditionnel et n'envisage donc pas de se diversifier sur des familles de produits peu ou pas plébiscitées par sa typologie de clientèle. Une stratégie qu'il convient toutefois de nuancer, puisque depuis peu, Garandeau propose toutes les fournitures nécessaires à la construction de maisons à ossature bois (bois, bardage, ouate de cellulose...). Néanmoins, la priorité demeure les matériaux de construction courants et notamment les produits de couverture qui feront l'objet d'une attention toute particulière car, comme l'explique Patrice Dogaron, « nous avons les outils et l'offre pour mieux faire sur cette famille de produits ».

ND

Le groupement Mat+

Créé en 2000 et adhérent à CMEM depuis 2007, le groupement d'indépendant Mat+ compte à ce jour six entreprises adhérentes (Garandeau, Guilloux, Matériaux Nord Blayais, Matériaux de L'ouest, Penpénic et Sopromo) pour un total de trente points de vente « à forte identité locale » précise Gilles Nourry qui, en tant que coordinateur, représente Mat+ au sein de la centrale d'achats, de la FNBM et d'autres instances professionnelles. Au-delà de ce devoir de représentation, le groupement cherche avant tout à fédérer ces adhérents en faisant par exemple office de club d'entreprises. « Les dirigeants se réunissent plusieurs fois dans l'année pour échanger sur de nombreux thèmes comme les assurances, la sécurité au travail, les nouveaux services à proposer aux clients comme le fourni-posé, etc. ».

Le groupement, s'il n'intervient pas dans la gestion des agences, est en revanche très impliqué dans les négociations des conditions d'achats des fournisseurs référencés par CMEM.

« Les dirigeants se regroupent en commissions Menuiseries, Libre-service et Second Œuvre qui étudient leur marché respectif, le référencement actuel et leurs conditions d'achats pour, au final, voir comment faire progresser leurs ventes et améliorer la qualité de service des fournisseurs. En fin d'année, chacune de ces commissions organise des réunions avec les fournisseurs pour que ces derniers puissent présenter leurs nouveautés et justifier leur tarification ». En termes de développement, Mat+ est encore à la recherche de nouveaux adhérents sans limitation géographique « à condition qu'ils aient déjà une taille suffisante pour conserver une certaine homogénéité avec le réseau déjà existant et, bien entendu, qu'ils ne soient pas concurrents. L'objectif est d'atteindre le nombre de dix adhérents ».

Au-delà de ce pallier, le groupement devrait vraisemblablement changer de monde de fonctionnement, or « nous ne souhaitons que des sociétés familiales avec une implication géographique forte ».

