

M+ Matériaux

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

M+ Matériaux, l'enseigne qui monte

En l'espace de quinze ans, l'enseigne M+ Matériaux s'est forgée une grande notoriété dans la distribution de matériaux. Présente aussi bien en Languedoc-Roussillon qu'en Midi-Pyrénées, elle entretient une forte proximité avec ses clients et profite de l'appui du groupe Samse pour tracer sereinement sa feuille de route, avec à l'horizon la RT 2012.



En 1996, Didier Zambon, issu du

secteur de la distribution bâtiment, décide de fonder l'enseigne M+ Matériaux. Le but de cette création est de former dans la région Languedoc-Roussillon un réseau d'agences jouant pleinement la carte de la proximité avec les clients. Sa stratégie est de s'appuyer sur une agence centrale remplissant le rôle de plate-forme logistique autour de laquelle il envisage de greffer des dépôts satellites situés à une distance raisonnable. Il s'allie alors commercialement avec l'enseigne CCL (Comptoir Commercial du Languedoc) qui ne compte en Roussillon qu'une agence centrale à Perpignan. Didier Zambon propose aux dirigeants de l'enseigne perpignanaise de prendre en charge, sous la holding M+, le développement de l'activité en ouvrant des agences autour de ce comptoir.

Fort développement externe

Pour mener à bien cette stratégie d'expansion, Didier Zambon effectue un large travail de prospection dans le département 66 afin de recenser les marchés qui échappent à CCL. Très vite le réseau enregistre l'ouverture d'un point de vente au Boulou puis un deuxième à Argelès placés sous l'enseigne M+ Matériaux. Ils sont suivis, fin 1996, par l'arrivée des magasins de Castelnaud et Montpellier tous les deux dans le département de l'Hérault. De part sa taille, ce dernier devient rapidement centre logistique pour les agences éloignées de Perpignan. Entre 1997 et 1999, la croissance externe s'effectue donc autour de Montpellier avec l'ouverture de cinq agences à Nîmes, Vitrolles, Béziers, Ria et à Montpellier Bois. A partir de 2002, le développement de l'entreprise s'axe sur la consolidation de l'enseigne dans les régions où elle est déjà présente. En trois ans, M+ Matériaux enregistre l'entrée de huit dépôts dans le Languedoc-Roussillon (Baillargues, Paulhan, Alès, Servian, Perpignan, Perpignan Expo, Colombiers et Narbonne) ainsi que deux en région PACA (Marseille et La Garde) et trois en Midi-Pyrénées (Portet sur Garonne, Montauban et Castelginest). En 2007, ce déploiement se poursuit avec l'ouverture de trois nouvelles agences à Rodez, Roques sur Garonne et à Villeneuve sur Lot.

L'opportunité Samse

Ayant réussi à bien s'ancrer dans la région Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées, Didier Zambon prend la décision de se détacher commercialement de CCL (tout en conservant le référencement construit avec ce partenaire). A la fin de l'année 2007, il rachète les parts de ses associés CCL.

Toutefois, pour poursuivre le développement de l'enseigne, il souhaite trouver un nouveau partenaire qui, outre un potentiel financier, aurait une expérience dans la distribution de matériaux. Le 1er janvier 2008, il se tourne vers Samse qui entre dans le capital de M+ Matériaux. Pour le groupe grenoblois, déjà actionnaire dans plusieurs enseignes situées sur la façade est de l'hexagone (Samse, Doras, Simc, Blanc Matériaux, Francheville matériaux...), cette participation offre l'opportunité de compléter son maillage géographique. Pour Didier Zambon, cette arrivée permet de bénéficier d'un apport financier important avec notamment une augmentation de capital pour renforcer les fonds propres nécessaires à la poursuite du développement. Dans l'année, l'enseigne conclut d'ailleurs l'ouverture de trois agences à Clairac, Mauguio et Carcassonne et reprend un négoce de matériaux à Castanet Tolosan. L'année suivante, elle fait l'acquisition d'un dépôt spécialisé en plaques de plâtre et isolation basé à Cornebarrieu.

Une offre centrée sur la RT 2012

Grâce à l'arrivée de Samse, adhérent de MCD, M+ Matériaux peut également élargir son offre en profitant du référencement de la centrale d'achat. Les agences de l'enseigne intègrent donc progressivement Les Indispensables (marque de distributeur propre à MCD) ainsi que Iso-Ext qui regroupe un ensemble de produits et de solutions préconisés par Samse dans le cadre des nouvelles normes relatives à l'isolation par l'extérieur des bâtiments. L'enseigne garde toutefois son identité commerciale, notamment sur la plaque de plâtre et l'isolation, deux familles historiques qui ont contribué à sa réputation et qui représentent toujours une grande part du chiffre d'affaires, entre 30 et 40%.

Cette liberté se ressent également dans les orientations produit prises par M+ Matériaux. Ainsi, pour asseoir sa notoriété de spécialiste, Didier Zambon et son équipe ont mis en place le Plan Performance Isolation dont l'objectif est d'équiper toutes les agences de présentoirs informatifs et de mises en situation relatifs à la RT 2012 et à la construction BBC. Ce plan comprend également la formation du personnel (plus de cent personnes formées depuis janvier 2011) et des clients.

Modernisation des libres-services

Plus récemment, l'enseigne M+ Matériaux a débuté un large plan de modernisation de ses libres-services (outillage professionnel). Calqué sur celui réalisé par l'enseigne Samse (comme dans le magasin de Gap dans lequel nous nous étions rendus en 2010), il doit permettre d'homogénéiser cet espace à tout le réseau grâce aux outils (présentoirs, signalétique...) mis à disposition par le groupe grenoblois. La responsabilité de cette refonte revient à Joël Béraud qui, avant de rejoindre M+ Matériaux, était en charge du développement commercial des libres-services pour l'enseigne Samse. Il est secondé par Pierre Moncel, merchandiseur M+ Matériaux, dont la mission est de réaliser le développement des futurs magasins. Depuis 2010, une douzaine d'agences ont déjà été rénovées. Certaines intègrent désormais une salle d'exposition consacrée à la RT 2012 qui permet à l'enseigne de mettre en avant son savoir-faire, notamment pour les plaques de plâtre et l'isolation mais aussi des espaces de présentation dédiés au carrelage et à la menuiserie.

Une communication locale

Le rapprochement avec le groupe Samse se retrouve également dans la stratégie commerciale de

M+ Matériaux. Ainsi, outre des opérations de phoning et des nombreuses campagnes promotionnelles organisées dans les agences, l'enseigne mise sur des animations « maison ». Elle est par exemple partenaire de clubs sportifs locaux et n'hésite pas à convier ses clients lors des matches du Top 14 ou de Ligue 1.

Sur le terrain, l'enseigne s'appuie sur des hommes issus de la région qui sont impliqués dans la vie locale et connaissent parfaitement le marché. Selon les agences, les relations commerciales avec les clients sont gérées par un à cinq ATC, soit une force de vente de quarante personnes pour l'ensemble du réseau, à laquelle s'ajoutent cinquante deux vendeurs internes, cinquante six magasiniers, quarante deux chauffeurs et vingt-six personnes rattachées au siège. Les attachés commerciaux peuvent dépendre de plusieurs points de vente et par ailleurs suivre leurs clients au-delà de leur zone géographique propre, dans la limite du raisonnable.

Des objectifs à 2012

Quinze ans après s'être lancé le pari de créer sa propre enseigne, Didier Zambon est en passe de réussir. L'enseigne M+ Matériaux devrait réaliser pour 2011 un chiffre d'affaires de plus de 80 millions d'euros pour un total de vingt-deux agences, soit 44 000 m² de surfaces de vente couvertes. L'entreprise doit désormais « digérer » les investissements liés à son développement externe pour se stabiliser et éviter des problèmes structurels en interne. Jusqu'en 2012, la ligne directrice de Didier Zambon est donc de conforter ses positions tout en améliorant la gestion de l'enseigne. Pour cela, M+ Matériaux compte sur le groupe Samse (harmonisation des logiciels de gestion) pour planifier sereinement ses objectifs d'extension. Ces derniers devraient notamment être réalisés entre Toulouse et Narbonne, une zone géographique où l'enseigne manque encore de visibilité.

Concernant l'offre, la stratégie porte sur la poursuite du Plan Performance Isolation, dont le déploiement est planifié sur trois ans, et sur la rénovation des libres-services, l'ensemble du réseau devant être homogène à la fin 2012. Par ailleurs, pour marquer sa volonté de s'afficher comme une enseigne spécialisée sur la RT 2012, M+ Matériaux vient de se doter d'une nouvelle signature « Construisons durable » qui sous-entend à la fois l'engagement du réseau dans l'offre BBC mais aussi son attachement à entretenir une forte proximité avec ses clients.

Nicolas Desbordes