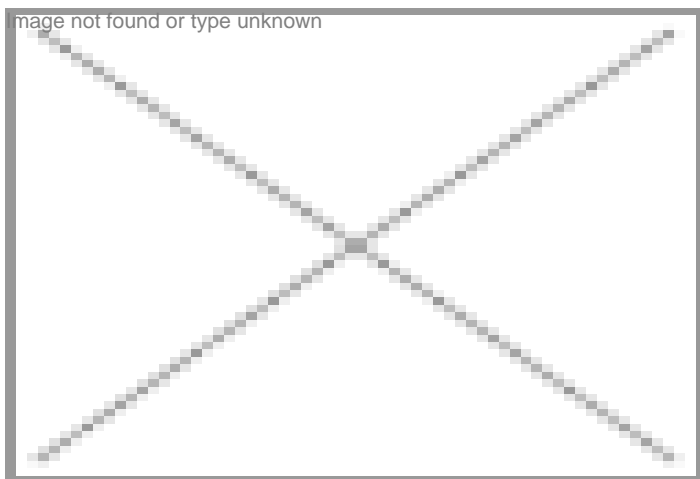


BTP Shop - Fontenay sous Bois (94)

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Cofaq](#)

Elle a tout d'une grande !

Bien peu d'entreprises de distribution tournées vers les professionnels de l'industrie et du bâtiment peuvent se targuer d'enregistrer un chiffre d'affaires traduisant une croissance annuelle à deux chiffres, et ce quelle que soit la conjoncture économique. C'est le cas du distributeur francilien BTP Shop, une structure de taille modeste membre du réseau Master pro dirigée comme une grande entreprise. Un sens aigu du service, une parfaite connaissance des besoins de ses clients, la qualité du relationnel et une grande réactivité comptent parmi les raisons du succès de BTP Shop, lequel tient aussi à la parfaite complémentarité de ses deux co-dirigeants.



Frédéric Duranteau et Cyril Lacombe, les dirigeants actuels de BTP Shop, occupent respectivement les postes de responsable commercial grands comptes Ile de France chez Hilti et d'ATC dans une fourniture industrielle du groupement Master Pro lorsqu'ils sont contactés il y a neuf ans par un groupe de fournitures industrielles membre du groupement DomPro pour créer de A à Z une agence en région parisienne. Quelques mois plus tard, celle-ci ouvre ses portes à Fontenay sous Bois, installée dans un bâtiment précédemment occupé par une imprimerie

couvrant un millier de mètres carrés, dont 700 m² dévolus au magasin et au stock et 300 m² de bureaux. « L'emplacement stratégique de ces locaux situés à une dizaine de minutes de voiture de l'est de la capitale et implantés à un véritable carrefour routier avait pesé dans notre choix » se souviennent les deux hommes qui, après lui avoir donné naissance, dirigèrent cette agence jusqu'à la fin de l'année 2009. A cette période, les fortes divergences existant entre eux et la direction de DomPro conduisent à une séparation devenue inévitable entre les deux parties. Frédéric Duranteau et Cyril Lacombe franchissent alors une étape importante de leur vie professionnelle et rachètent l'agence fontenaysienne qui deviendra BTP Shop en août 2010. Depuis, année après année et sur fond de crise économique ambiante, le distributeur francilien connaît une croissance annuelle à deux chiffres qui ne s'est jamais démentie et qui a dépassé 20% en 2014.

Légèrement supérieur à 1 Me à la fin 2009, au moment de la reprise par les deux associés, le chiffre d'affaires de la FI atteignait 2 Me un an plus tard et 3,3 Me à la fin de l'année 2014. Dix personnes dont quatre commerciaux (une équipe mixte composée de deux hommes et deux femmes), un responsable de dépôt, deux chauffeurs, un magasinier, un comptable et une secrétaire commerciale, forment l'équipe de BTP Shop dirigée par deux co-gérants dont chacun exerce le suivi de clients grands comptes, Frédéric Duranteau se consacrant plus à la gestion financière et commerciale de l'entreprise ainsi qu'aux relations humaines tandis que Cyril Lacombe est plus tourné vers les achats, le marketing et la gestion du magasin. Selon les propos des associés qui ont tous deux une formation initiale de techniciens puis ont acquis d'autres savoir-

faire au cours de leur parcours professionnel respectif, la réussite de BTP Shop repose en partie sur la grande complémentarité de leurs compétences, une même vision de la stratégie de développement de leur entreprise ainsi que sur une totale confiance réciproque.

Ne pas se fixer de limites

Composée d'entreprises de toutes tailles, de l'artisan au groupe multinational, agissant essentiellement dans les domaines du bâtiment et de l'industrie (production et maintenance), la clientèle de BTP Shop, dont environ 300 clients activant très régulièrement leur compte, relève également d'autres spécialités et dénombre notamment des collectivités et administrations, des spécialistes du ferroviaire, des garages et d'autres catégories de professionnels encore. Cet éventail traduit la volonté du distributeur de diversifier au maximum sa clientèle pour qu'une baisse d'activité susceptible de toucher tel ou tel secteur d'activité à une période donnée n'ait pas de réel impact sur le développement de la fourniture industrielle francilienne. Très majoritairement implantée sur l'ensemble des départements de l'Île-de-France, y compris Paris, la clientèle du distributeur adhérent du groupement Master Pro essaime toutefois hors de cette zone, BTP Shop ne voyant aucun inconvénient à organiser des livraisons partout en France et même au-delà des frontières puisqu'il approvisionne certaines entreprises implantées dans des pays lointains, notamment en Afrique de l'Ouest et, même s'il reste marginal, le chiffre d'affaires du distributeur réalisé hors de l'Île-de-France connaît un développement régulier.

Une offre large et innovante

Du côté de l'offre produits, la stratégie de l'entreprise fontenaysienne est, là encore, de ne pas s'enfermer dans un carcan « Nous faisons du commerce et notre vocation est d'apporter à nos clients ce dont ils ont besoin là où ils en ont besoin ». Si certains univers comme l'EPI, l'outillage, l'équipement du chantier, les accès en hauteur ou encore le supportage (colliers, rails et autres produits destinés à supporter les tuyaux particulièrement en chauffage/climatisation) génèrent l'essentiel du chiffre d'affaires de l'entreprise, celle-ci développe toutefois une offre étendue à d'autres catégories de produits. Pour répondre le plus parfaitement aux besoins de ses clients, BTP Shop entend mettre à leur disposition des produits novateurs. Ainsi Cyril Lacombe consacre beaucoup de temps à recevoir les fournisseurs pour « traquer » les produits novateurs ou dénicher le « mouton à cinq pattes » dont un client a besoin et, s'il le faut, le distributeur fera lui-même le sourcing des produits. Sur ce dernier point et à titre d'exemple, on peut citer la fourniture récente à un client de plaques d'égout en aluminium ou encore le rapprochement de BTP Shop avec un fabricant chinois d'ampoules à leds. Cette inclination du distributeur pour les produits novateurs et originaux qui le conduit à allonger la liste de ses fournisseurs d'un ou deux noms chaque mois n'est en rien contradictoire avec sa volonté de massification des achats et la fidélité dont il fait preuve vis-à-vis de ses fournisseurs réguliers (une cinquantaine d'entreprises dont une dizaine avec lesquels le partenariat, très étroit, passe notamment par des engagements contractuels) ainsi que des fournisseurs référencés Cofaq.

Une communication personnalisée

Outre les catalogues conçus par Master Pro pour ses adhérents (cf encadré) et qui mettent à la portée des clients du distributeur val-de-marnais un assortiment de produits très large, BTP Shop conçoit son propre catalogue. Lancé il y a deux ans, ce document présente une offre sans mise en avant des marques permettant de couvrir environ 90% des besoins classiques d'un chantier, y compris dans des produits relevant de l'espace détente comme les bouteilles d'eau, les cafetières et le café ! En matière de communication, le distributeur va bien au-delà pour mettre à la disposition de sa clientèle des outils conçus sur-mesure pour eux, Frédéric Duranteau en assurant généralement la réalisation lui-même. Ainsi, certains clients grands comptes bénéficient d'un

catalogue qui leur est propre et présente des produits, maintenus dans le stock du distributeur, qui répondent à leurs besoins spécifiques avec leurs propres références et prix.

Etre un partenaire sur le long terme

On l'aura compris, BTP Shop n'est pas un vendeur de promos. Sa force, c'est le service et le préalable indispensable au développement de ce service, lequel fait d'ailleurs l'une des spécificités du distributeur, c'est l'excellente connaissance qu'il possède du métier et de la problématique de ses clients. La mission première des commerciaux de l'entreprise, telle que l'expose Frédéric Duranteau, est d'ailleurs de créer du lien avec leurs clients et de renforcer celui-ci au fil du temps. Pour suivre cette logique et favoriser le partenariat à long terme que le distributeur souhaite établir avec ses clients, chacun des quatre membres de l'équipe commerciale suit ses propres clients dont il est l'interlocuteur unique et avec lesquels il développe des relations en toute autonomie, bien évidemment dans le cadre de la stratégie définie par la direction de la fourniture industrielle de Fontenay-sous-Bois.

En permanence chez leurs clients ou sur les chantiers de ces derniers, les quatre ATC de BTP Shop bénéficient d'un équipement (ordinateur wifi et tablette informatique d'ici quelque mois) qui fait de leurs véhicules marqués aux couleurs de l'entreprise de véritables bureaux mobiles. Une partie du savoir-faire de cette équipe commerciale dont le profil type est une formation initiale de technicien complétée de formations régulières aux produits dispensées par les fournisseurs réside dans la planification et l'organisation en amont des visites en clientèle et dans leur capacité à aller chercher les bonnes informations, par exemple les prévisions de chantiers, qui déboucheront sur des ventes ultérieures. « J'accorde la plus grande importance aux aspects gestion du personnel et relationnel avec la clientèle qui représentent un important travail de fond » expose Frédéric Duranteau, « Et je crois pouvoir avancer qu'à cet égard, la PME qu'est BTP Shop est gérée comme un grand groupe ». Outre les relations établies entre les commerciaux du distributeur et leurs clients, les dirigeants de l'entreprise entretiennent un relationnel très fort avec leur clientèle grands comptes et organisent de temps à autre des week-ends et autres moments conviviaux de nature à renforcer les liens, des actions facilitées par le fait que Frédéric Duranteau, pilote d'avion privé, assure parfois lui-même le transport !

Expertise, Qualité de service et réactivité

L'expertise technique, particulièrement en ce qui concerne le supportage, une spécialité qui constitue bien souvent pour le distributeur une porte d'entrée chez de nouveaux clients, est l'un des atouts de BTP Shop. Cette expertise peut également se concrétiser par des études techniques de chantiers (concernant par exemple le chevillage, les échafaudages encore la protection de l'individu), généralement réalisées par les deux associés en collaboration avec des fournisseurs.

Le service est un autre point fort de l'entreprise. Outre le SAV (sous-traité) et le prêt occasionnel de matériel, il faut citer le stockage de produits pour les clients en amont de leurs chantiers. Pour illustrer ce point d'un exemple concret, 100 marchepieds ont été récemment stockés sur la plateforme de Fontenay-sous-Bois pour être livrés au client au fur et à mesure du déroulement de ses chantiers. La livraison occupe une place d'honneur dans la gamme des services déclinés par BTP Shop. Ainsi, tout client peut être livré à J+1 à l'endroit de son choix sur l'ensemble de l'Île de France à l'occasion de tournées quotidiennement organisées depuis le site de Fontenay par l'entreprise elle-même, dans un objectif de réactivité maximum. « La réactivité est l'un des maîtres-mots de toute entreprise de commerce » relève Frédéric Duranteau « Quand j'envoie un devis, pour prendre cet exemple, je n'attends pas tranquillement la réponse... Je vais la chercher en rappelant très vite le destinataire pour limiter au maximum le risque que la vente nous échappe ».

Cap sur les 4 M€ de CA

La Fourniture Industrielle de Fontenay-sous-Bois, qui s'est fixé l'objectif de réaliser un chiffre d'affaires de 3,7 Me en 2015 (ce qui marquerait une progression de 12%), a divers projets à court et moyen termes pour poursuivre son développement et/ou pérenniser l'entreprise. Les co-gérants de BTP Shop ont ainsi prévu de renforcer l'effectif de l'équipe de trois nouveaux collaborateurs, une standardiste, un magasinier et un chiffeur/commercial sédentaire. Devenir propriétaire du bâtiment qu'elle occupe et procéder à un agrandissement du magasin quotidiennement fréquenté par une dizaine de clients – un chiffre encore modeste mais qui augmente régulièrement – ont également été planifiés. Par ailleurs, le distributeur s'est donné deux ans pour mettre en ligne un site internet vitrine qui pourrait être conçu avec le soutien de Cofaq, la centrale du groupement Master Pro, et qui permettrait aux clients d'avoir un accès facilité à certaines données.

Quant au lancement prochain d'un site marchand, le tandem à la tête de BTP Shop se montre circonspect sur le bien-fondé de cette démarche, sans pour autant affirmer qu'elle ne sera jamais d'actualité. Pour l'instant, l'entreprise juge plus sûre d'investir dans la prospection commerciale, ce qu'elle a d'ailleurs toujours fait. Le nombre de comptes clients gérés par le distributeur est ainsi en régulière augmentation... et le potentiel de nouveaux clients sur la région Ile-de-France, loin d'être tari.

Dominique Totin

Membre du Groupement Master Pro

Les co-fondateurs de BTP Shop ont pris la décision d'adhérer au groupement Master Pro, la branche professionnelle de Cofaq, très rapidement après leur rachat de la fourniture industrielle de Fontenay-sous-Bois, à l'été 2010. Plusieurs années plus tard, ils se félicitent de leur adhésion à ce groupement qui, à l'instar de BTP Shop, connaît un développement régulier et fort. A leurs yeux, cette appartenance permet à leur entreprise de bénéficier de l'image très positive de l'enseigne, de la massification des achats existant à l'échelle d'un groupement qui réunit plus de 200 adhérents et d'une communication marketing efficace qui comprend notamment l'édition régulière de catalogues dont trois sont présentés ici en illustrations. Le service du croire de la centrale offrant une garantie de paiement aux fournisseurs facilite quant à lui la gestion tandis que les deux plates-formes logistiques de Cofaq, et notamment Hex-Appro implantée à Bobigny, participent à renforcer le service rendu aux clients en permettant une livraison sous 24 à 48 heures de nombreuses références produits. Au-delà de sa qualité de membre du groupement poitevin, BTP Shop est impliqué dans le fonctionnement de cette structure puisqu'il fait partie de la dizaine d'adhérents participant au fonctionnement de la cellule grands comptes créée par Cofaq.