

EMP - Périgueux / Boulazac (24)

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

Un multispecialiste ancre dans son departement

entèle disseminée sur toute la Dordogne, l'un des plus vastes départements français, EMP est positionné comme un distributeur multispecialisé capable de répondre aux besoins des artisans du bâtiment, des collectivités locales et des PMI. Les atouts principaux de cet indépendant membre du réseau Master Pro tiennent à la largeur de son stock, à la spécialisation de certaines de ses gammes et à une logistique qui peut être qualifiée de parfaite.

Comme c'est le cas pour bon nombre d'entreprises de distribution de fournitures aux professionnels du bâtiment et/ou de l'industrie, l'origine d'EMP – les Entrepôts Métallurgiques de Périgueux – remonte à la création à la fin du 19ème siècle d'une quincaillerie de centre ville. Dirigée depuis 1975 par Georges Pradier, petit-fils du fondateur, l'entreprise connaîtra une évolution classique dans ce secteur de la distribution. Se tournant au fil des années d'une manière de plus en plus marquée vers les professionnels, lesquels forment aujourd'hui la quasi-totalité de sa clientèle, EMP s'installera au début des années 1980 dans une zone industrielle de Périgueux avant d'investir en 2007 de nouveaux locaux plus vastes et plus fonctionnels répondant mieux aux exigences de son développement régulier. Bâtie sur un terrain de 12 000 m² et déployée sur une surface couverte de 5 400 m², l'implantation d'EMP dans la ZI de Boulazac, une commune jouxtant Périgueux, offre un intérêt stratégique puisqu'elle est située à un jet de pierre d'un embranchement de l'autoroute A89. En outre, la ZI de Boulazac comprend d'autres distributeurs, dont un négoce matériaux, qui forment avec EMP un pôle d'attraction pour les professionnels de l'industrie et du bâtiment tout en n'étant pas positionnés comme des concurrents frontaux des Entrepôts Métallurgiques de Périgueux. Depuis septembre 2010, EMP compte une seconde implantation avec l'antenne de Bergerac, un magasin de 1 000 m² approvisionné par l'agence de Boulazac.

2 000 comptes clients

L'intégralité de la Dordogne représente la zone de chalandise du distributeur. Troisième département français par sa superficie et comptant deux pôles d'activité principaux où est précisément implanté EMP, Périgueux au centre et Bergerac au sud, la Dordogne ne se caractérise pas par une activité industrielle très forte. Les entreprises industrielles de grande taille s'y comptent en effet sur les doigts d'une main mais la sous-traitance industrielle est représentée par d'assez nombreuses structures. Région éminemment touristique, la Dordogne a toujours veillé à la préservation de son habitat traditionnel et les artisans du bâtiment y sont nombreux. Ces caractéristiques expliquent la structure de la clientèle d'EMP, laquelle est composée d'ateliers de maintenance industrielle et de sous-traitance, de collectivités locales et d'artisans du bâtiment. Cette dernière catégorie de professionnels qui trouve chez EMP la réponse à des besoins spécifiques est la plus représentée parmi la clientèle du distributeur. Au total, l'entreprise compte quelque 2 000 clients, dont plus de 60% activent régulièrement leur compte. «EMP gère de nombreux petits comptes et la partie du chiffre d'affaires global de l'entreprise représentée par notre plus gros client ne dépasse guère 2% », explique Georges Pradier, «Une situation qui entraîne une certaine lourdeur de gestion mais qui présente l'avantage majeur d'exclure le risque important qui existe pour une entreprise dès lors que la majeure partie de son chiffre est réalisée auprès d'une infime partie de sa clientèle

».

20 000 références en stock



Pour Georges Pradier, l'une des forces majeures de l'entreprise

qu'il dirige tient à la largeur du stock disponible, lequel s'élève à 20 000 références présentes en permanence dans l'agence de Boulazac (un quart de ces références environ, représentatives des différentes familles déclinées par EMP, à l'exception des produits du parc aciers, sont stockées dans l'antenne de Bergerac). Ce stock reflète une offre couvrant l'ensemble des familles de produits traditionnellement développées dans le secteur de la distribution de produits de quincaillerie et de fournitures industrielles : outillage à main et électroportatif, équipement d'atelier, protection de l'individu, levage et manutention, quincaillerie de bâtiment, visserie boulonnerie...

L'offre d'EMP concerne également des "produits lourds" tenus dans le parc aciers de l'agence de Boulazac, développé sur quelque 2 400 m².

Spécialisation et produits de contremarque

Construite pour répondre aux besoins généralistes de sa clientèle, l'offre d'EMP n'en est pas moins apte à répondre à certains besoins spécifiques. C'est notamment le cas dans le domaine de la protection de l'individu. Expert EPI du réseau Master Pro auquel il appartient depuis 2004, le distributeur développe dans ce domaine une offre complète présentée dans une véritable boutique intégrée dans le magasin de Boulazac. Un collaborateur spécialisé en mesure de fournir les réponses appropriées à des problématiques particulières est dédié à cet univers produits qui génère pour EMP un chiffre d'affaires en progression régulière. Le distributeur de la Dordogne est également labellisé "Centre VM Zinc". Seul négociant à posséder sur son département la carte Vieille Montagne, la marque référence des produits en zinc dans le bâtiment, EMP décline une offre pointue dans ce domaine (feuilles, bobines et éléments préfabriqués, accessoires et finitions pour l'étanchéité et la ventilation des toitures, systèmes d'évacuation des eaux pluviales, ornements) qui lui permet de développer une clientèle nombreuse parmi certaines catégories d'artisans, couvreurs en tête, qui peuvent également s'approvisionner auprès d'EMP en produits destinés aux spécialistes des toitures comme certains matériaux de couverture ou les fenêtres de toitures.

D'autres gammes satisfaisant des besoins spécifiques sont également largement déclinées par le distributeur et notamment en matière de soudage ou de systèmes à air comprimé. Nous avons jusqu'ici évoqué certains des nombreux besoins auxquels EMP est en mesure de répondre avec l'offre détenue en stock, en précisant ici que le distributeur met également à la disposition de sa clientèle le gaz Air Liquide, mais l'entreprise de Boulazac va plus loin et s'est fait une spécialité de

la recherche de « moutons à cinq pattes » qu'elle est en mesure de procurer à sa clientèle grâce à l'excellente connaissance de l'offre des fournisseurs qui est celle de sa force commerciale. A cet égard, Georges Pradier indique que la commercialisation de produits de contremarque génère 15% du chiffre d'affaires de l'entreprise.

La carte de la qualité

EMP travaille avec quelque 300 fournisseurs, déclinant l'offre d'une à trois marques selon les familles de produits, et entretient avec certains un partenariat très étroit qui se traduit notamment par l'organisation de journées techniques, celle d'actions de télévente ou encore de tournées accompagnées chez les utilisateurs finaux. Il est impossible de dresser ici une liste exhaustive des fournisseurs de l'entreprise et nous en citerons quelques-uns de manière un peu arbitraire comme Makita en outillage électroportatif, Kärcher en nettoyage industriel, Sidamo en abrasifs et en Equipements d'atelier, GFD en produits de fixation, Velux en fenêtres de toit, Fronius en soudage, Manton en quincaillerie de bâtiment, JPM en serrurerie ou encore Tubesca pour l'accès en hauteur. En réalité, tous figurent parmi les leaders reconnus de leurs différents marchés. Cette offre entièrement constituée de marques de fournisseurs réputées correspond à la volonté du dirigeant de l'entreprise de jouer la carte de la qualité vis-à-vis de sa clientèle, Georges Pradier estimant par ailleurs que la vocation des adhérents d'un réseau tel que celui du Cofaq est de favoriser la mise en avant de ces marques. Concernant les relations qu'entretient le distributeur avec ses fournisseurs, on peut également relever qu'elles sont marquées par une grande fidélité comme en témoigne la présence d'une large offre en outils à main et rangements d'atelier de la marque italienne Usag avec laquelle le distributeur a souhaité conserver son partenariat, malgré le rachat de cette marque par Facom il y a plusieurs années.

Une logistique parfaitement rodée

Pour EMP, la qualité passe aussi par la performance de ses services, et en tout premier lieu par celle de la logistique, encadrée par un responsable dédié. « Nous avons fait de cet aspect l'un de nos principaux axes de développement, et je crois pouvoir dire qu'en matière de logistique, nous frisons le zéro défaut » commente Georges Pradier. Une logistique effectivement bien rodée qui permet à EMP de livrer ses clients le jour-même de la passation de la commande.

Pour réaliser la livraison des commandes préparées à Boulazac et toutes expédiées depuis cette même agence, le distributeur a recours à sa flotte de véhicules personnelle et à des sous-traitants spécialisés. Ainsi, deux camionnettes propres à l'entreprise sont affectées, outre l'approvisionnement quotidien du magasin de Bergerac, à la livraison de tous les clients du distributeur implantés dans un rayon de 15 km autour de Périgueux, assurée gratuitement et sans franco. Des transporteurs sous-traitants se chargent quant à eux des livraisons pour des destinations excédant cette distance, lesquelles pourront être réalisées selon le souhait du client dans les 24 heures suivant l'arrivée de la commande.

En ce qui concerne la livraison des produits du parc aciers, elle est réalisée par les deux camions de la flotte d'EMP qui couvrent chaque semaine l'ensemble de la Dordogne, « certains produits, comme le zinc, étant trop fragiles pour que nous prenions le risque de les confier à un transporteur », explique le P-dg.

Les animateurs de rayon, fer de lance de l'entreprise

Outre la qualité des produits, l'étendue du stock et la rapidité de livraison, la force du distributeur passe aussi par la compétence des membres de son équipe commerciale. Cette dernière

représente une partie importante de l'effectif d'EMP qui s'élève à 44 personnes, dont trois sont employées dans l'antenne de Bergerac. Placée sous la responsabilité de deux responsables de magasin, l'un pour la quincaillerie et la FI et l'autre pour les produits lourds (aciers, zinc et cuivre, matériaux de couverture et autres produits comme les sabots de charpente), la force commerciale d'EMP est composée de quatre ATC itinérants, d'un homme-produit EPI (en l'occurrence, il s'agit d'une femme), d'une personne dédiée à la télévente, des trois vendeurs en magasin formant l'équipe de Bergerac et de huit animateurs de rayons, dont trois pour les produits lourds. Georges Pradier tient à cette dénomination d'animateurs de rayons qui sous-entend que leur rôle n'est pas cantonné à la seule vente. «Véritable fer de lance de l'entreprise, l'équipe des animateurs de rayons est composée de collaborateurs qui ont une fine connaissance technique des familles de produits dont ils sont responsables. Outre leur rôle de conseil auprès de la clientèle, ils gèrent l'ensemble de l'organisation de leur rayon et la promotion de la partie du plan de vente dont ils sont responsables. Ils réalisent également les devis.» Les achats relèvent quant à eux d'un service spécifique composé d'un chef de service et de deux assistantes qui contrôlent de façon permanente le niveau de stock du plan de vente et gèrent l'intégralité des commandes fournisseurs ainsi que la base de données, les tarifs et l'administration informatique. Concourant également à la performance du distributeur, un service administratif intégré gère l'ensemble comptable et déclaratif de l'entreprise.

Etre toujours plus proche de la clientèle

Ayant connu une progression régulière de quelque 6% par an en moyenne depuis le début des années 1990 et jusqu'au déclenchement de la crise, le chiffre d'affaires d'EMP qui atteignait 7 Me€ en 2008 s'est stabilisé à cette valeur les deux années suivantes pour repartir à la hausse en 2011. Confiant dans l'avenir, Georges Pradier estime que le potentiel de développement de son entreprise est encore important, notamment dans la zone située autour de Bergerac, et que le meilleur moyen de l'exploiter est de renforcer sa présence auprès de ses clients, pour satisfaire toujours mieux leurs besoins. C'est d'ailleurs dans cet objectif qu'a été créée l'antenne de Bergerac il y a quelques mois. Pour faciliter au maximum l'approvisionnement de ses clients, EMP finalise son site internet marchand qui créera une proximité plus grande avec ces derniers et leur fera apparaître plus facilement l'ensemble du plan de stock.

Dans le même objectif, le distributeur envisage d'étendre les contrats de collaboration, déjà existants, qui permettent aux clients d'être livrés selon la cadence de leur choix. Pour être plus performant encore dans la vitesse d'approvisionnement, les attachés commerciaux itinérants d'EMP ont été équipés d'ordinateurs qui leur permettent de saisir les commandes en cours de tournée en connaissant l'état du stock en temps réel. Par ailleurs, la présence des collaborateurs d'EMP sur le terrain sera prochainement renforcée par des interventions ponctuelles du responsable de magasin et du responsable des produits lourds. Un collaborateur supplémentaire sera bientôt affecté à la vente au téléphone et un homme produit dédié à l'univers fixation/assemblage renforcera bientôt l'équipe commerciale d'EMP, bien décidée à faire preuve d'une forte agressivité commerciale.

Dominique Totin

Un magasin de 2 000 m²



Le magasin de l'agence de Boulazac couvrant

qu'une petite partie du stock (concernant certains produits « lourds » pour le bâtiment et des références de fixation et de quincaillerie de bâtiment) fasse l'objet d'une vente au comptoir. Le visiteur trouve un point accueil (où se pratique également l'encaissement des clients au comptant) dès son entrée dans le magasin, après avoir dépassé un podium dédié aux promotions. Un second point d'accueil servant de point de ralliement aux animateurs de rayons se trouve au centre du magasin. Les gondoles en tôle perforée d'une hauteur maximum de 1,60 mètres permettent d'avoir une vue d'ensemble sur le point de vente. Facilement repérables grâce à la signalisation du réseau Master Pro, les différents rayons sont implantés dans le magasin de manière à permettre au client de réaliser son approvisionnement rapidement. A gauche de l'allée centrale figure l'offre relevant des fournitures industrielles (notamment l'équipement d'atelier et l'outillage) et à droite, celle qui concerne plus particulièrement le bâtiment. Plusieurs rayons font l'objet d'un traitement spécifique. Ainsi, l'univers protection de l'individu est traité dans une boutique intégrée décorée d'un mobilier en bois spécifique qui comprend une cabine d'essayage. Les rayons fixation et serrurerie, auxquels sont dédiés deux animateurs, relèvent pour partie de la vente en libre-service et de la vente au comptoir. Ce dernier type de vente concerne également certains produits lourds dans la partie Bâtiment (fenêtres de toit, produits de levage/manutention...), difficiles à manipuler. Cette même partie du magasin s'ouvre sur le bureau des animateurs « produits lourds » et sur le parc aciers qui prolonge le magasin. La zone où arrivent les camions d'approvisionnement et d'où partent les commandes pour être livrées est implantée au fond du parc aciers.

Pôle névralgique du distributeur, ce magasin est entouré de divers services opérationnels : approvisionnement, préparation des commandes, bureaux des commerciaux itinérants et de la télévente, ouverts pour permettre le contact avec les clients visiteurs du magasin. Quelque 130 clients fréquentent quotidiennement le libre-service assisté de Boulazac qui génère un tiers du chiffre d'affaires du distributeur.