

# CCL-Colomiers Toulouse (31)

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

**Une dynamique humaine avec un cœur d'acier**



Né à Castres au XIXe siècle, le CCL

est aujourd'hui reconnu en Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon comme un acteur majeur de la distribution de tous les produits liés au métier de la construction, l'acier demeurant son principal vecteur de développement. Fort aujourd'hui de quarante-deux implantations situées dans onze départements, le groupe familial poursuit sa croissance en misant plus que jamais sur ses hommes, moteur du déploiement de l'entreprise.

Le CCL n'a jamais renié ses origines. Depuis 120 ans, les produits métallurgiques guident le développement du Comptoir Commercial du Languedoc, entreprise familiale fondée à Castres (Tarn) en 1887 autour du commerce des fers. Son président actuel, Stéphane Blanc est le neveu de l'ancien dirigeant Jean Peyredieu du Charlat qui avait lui-même pris la suite de son père Albert qui n'était autre que le gendre du fondateur.

Certes, au fil du temps, le groupe qui réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 215 millions d'euros a étendu son savoir-faire à la quincaillerie générale puis au chauffage, à la plomberie, au sanitaire, aux matériaux de construction, au levage, à l'électricité... « L'acier reste au démarrage de tout chantier. Nous répondons aux besoins de tous les métiers qui se déploient autour de la construction, avant, pendant et après » résume Christian Valet, responsable du service quincaillerie-outillage. Autrement dit, pas de démarrage de chantier sans structure (treillis soudés, armatures, tubes et autres poutrelles...), impossible de le mener à bien sans les matériaux et tous les équipements nécessaires à leur mise en œuvre (quincaillerie, outillage, EPI...), ni de le finaliser sans chauffage-sanitaire-plomberie ou électricité. « En ce qui concerne la quincaillerie, notre métier c'est donc la fourniture de quincaillerie attachée à la construction. Nous sommes à la croisée de tous les secteurs ».

### Une entreprise familiale

L'élargissement de la palette d'activités du groupe a semble-t-il surtout suivi le fil du bon sens et des opportunités plutôt que la voie d'une stratégie d'expansion bien programmée. « Le CCL est une entreprise familiale qui a toujours beaucoup misé sur la qualité des équipes. Les développements de la société en direction d'un métier particulier sont toujours nés d'un homme qui en avait le savoir-faire plus que d'une réalité du marché ».

Cette démarche n'empêche pas le CCL d'avoir aujourd'hui des positions fortes dans ses différents

métiers. A Toulouse, par exemple, l'entreprise est reconnue comme le plus important distributeur de chauffage-sanitaire-plomberie, activité qui représente environ le quart du chiffre d'affaires de cette agence. Elle est également le plus important vendeur de plaques de plâtre de la ville rose. « Nous avons un dépôt qui ne fait pratiquement que de la plaque de plâtre et du faux plafond. 40% des plaques de plâtre qui se posent à Toulouse viennent de ce dépôt ». Sachant qu'aux alentours des bords de la Garonne, tous les acteurs de la distribution de la fourniture industrielle, du négoce technique et de la construction sont évidemment présents, tous étant concernés par une particularité de cette zone géographique : c'est à Toulouse que l'on trouve les prix les plus dégradés de France. « Ce constat est vrai également pour les services. Nous livrons tous nos clients franco de port ».

### Un rayonnement géographique large

Si le noyau dur de l'implantation du CCL se situe dans le Tarn avec le pôle de Castres et en Haute-Garonne avec celui de Colomiers-Toulouse, son envergure s'est également étendue géographiquement. Il dispose aujourd'hui de quarante-deux sites, inscrits dans onze départements en Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon. Aujourd'hui, ses implantations sont donc réparties en six pôles géographiques, orchestrés à partir d'un grand dépôt dans lequel sont représentés tous les métiers du distributeur et de dépôts de proximité qui en ciblent une partie. Ainsi, l'agence principale de Colomiers-Toulouse s'appuie sur quatre petits dépôts typés acier et matériaux de construction, trois à vocation plutôt chauffage-sanitaire et un à vocation électricité. Si le rayonnement du CCL s'étend au nord de ses terres de prédilection jusqu'à Cahors et Rodez, à l'est avec Montpellier, au sud jusqu'à Perpignan et à l'ouest avec l'agence de Pau, le distributeur envisage de poursuivre son chemin vers l'Aquitaine.

« Nous avons la volonté de nous étendre, par rachat ou par création, plutôt à l'ouest de notre zone géographique, vers l'Aquitaine où nous n'avons pas encore de représentation. Aquitaine et Midi-Pyrénées sont deux régions liées géographiquement. Cette expansion a du sens ». D'ailleurs, la région Aquitaine n'est pas davantage couverte par le groupement Socoda, dont CCL est adhérent depuis une quinzaine d'années pour la partie quincaillerie-FI et l'électricité.

### Les grands comptes depuis toujours

Le CCL n'hésite pas en effet à travailler en synergie avec d'autres adhérents du groupement d'indépendants ayant des activités communes pour compléter sa couverture géographique. C'est le cas notamment pour les grands comptes où le groupe, fort de ses positions en Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon s'adosse selon les appels d'offre à d'autres adhérents du Sud-Est et de Rhône-Alpes. Chaque entreprise dispose de sa propre cellule grands comptes, ce qui permet aux unes et aux autres de joindre un référencement partiel. Si le référencement s'effectue sur le plan national, les adhérents se tournent alors vers la cellule grands comptes de Socoda. « Souvent, les accords se prennent sur les plans national et régional. C'est donc une double opportunité » explique Christian Valet. Cette démarche n'est d'ailleurs pas nouvelle pour le distributeur puisque du fait de son activité d'origine, l'acier, il a toujours traité avec des grands comptes.

### La force d'une offre globale

Implantée sur un site de huit hectares, l'agence de Colomiers-Toulouse est donc aujourd'hui l'une des principales implantations du CCL, avec Castres qui abrite aussi le siège social de la société. Le chiffre d'affaires du pôle régi par l'agence toulousaine se décline en 25% pour l'acier, 25% pour les matériaux, 35% pour le sanitaire-chauffage et 15% pour la quincaillerie, sachant que cette appellation recouvre, comme nous l'avons vu, un large panel. A l'activité traditionnelle de quincaillerie et d'outillage, s'ajoutent également des ventes de café, sucre, machine à café, eau,

produits d'entretien et autres micro-ondes... autant de secteurs jugés incontournables. « Les grands groupes de construction et travaux publics veulent démarrer les chantiers avec un minimum d'équipements. Aujourd'hui, le café entre dans le cahier des charges. Cela fait partie d'une offre globale ».

Cette richesse fait aussi partie des forces du CCL. « Nous avons un plan de vente pertinent et complet par rapport à ces chantiers. Il y a dix ans, les chantiers n'avaient pas forcément besoin de micro-ondes. Nous avons suivi l'évolution des comportements ». Globalement, le distributeur propose un choix de plus de 360 000 produits, avec environ 150 000 références en plomberie-zinguerie-quincaillerie et outillage.

### Une centrale d'achat par pôle

Autonome, chaque pôle régional dispose de sa propre cellule d'achat et de sa cellule marketing, avec des coordinateurs au niveau du groupe. Côté marketing par exemple, les supports pour les promotions sont réalisés dans chaque région, complétés par des catalogues annuels valables au niveau du groupe selon les différents secteurs d'activité (grands comptes, sanitaire-chauffage...). Les clients peuvent également accéder au plan de vente et aux informations techniques sur les produits à travers le site internet de l'entreprise. « Au niveau des achats, nous savons centraliser certaines choses mais toujours de manière volontaire, jamais de façon coercitive. Gagner des points ne sert à rien si on perd en envie de vendre » souligne Christian Valet. Ainsi, en outillage à main, la marque Facom est commercialisée à Toulouse alors que c'est Sam qui est à l'honneur dans les autres agences. « Cette diversité peut être aussi un avantage. Quand un client réclame la marque que nous n'avons pas, nous pouvons faire appel aux autres régions ».

Si l'activité dite de quincaillerie se situe à la croisée des différents métiers du CCL, elle n'est pas, vous l'aurez compris, le vecteur principal du développement de l'entreprise. Ainsi, l'agence de Colomiers se situe à deux pas de l'Aérospatiale mais ses commerciaux n'y mettent jamais les pieds. Seule l'activité câblerie-levage travaille avec des sous-traitants de l'aéronautique. Certains argueront du fait que pourtant dans une entreprise de cette taille, il y a toujours de la manutention, de la maintenance, de l'EPI... « La clé d'entrée, c'est toujours la métallurgie. Nos commerciaux sont performants dans l'acier. Sinon, ils diluent leurs forces. Ils peuvent bien entendu avoir l'opportunité de vendre des clés, de l'outillage, de l'EPI mais ils ne se lèvent pas pour ça chaque matin ». La force de vente a donc une vision d'ensemble des besoins du client, et lorsqu'une attente spécifique est décelée, elle peut s'appuyer sur des spécialistes au sein de l'entreprise. « Nous essayons de répondre à une offre globale avec un véritable savoir-faire dans les différents métiers ».

### Puiser dans les ressources humaines

Si une grande liberté est laissée à chaque région, l'objectif est toutefois de favoriser le déploiement chez les uns de secteurs qui évoluent avec succès chez les autres. Ainsi, depuis 2011, l'agence de Colomiers-Toulouse se développe sur les métiers de l'électricien avec la mise en place d'un espace de vente, en cours d'aménagement, et d'un stock dédié.

Ancienne en Languedoc-Roussillon, cette activité est partie d'un homme qui a intégré l'entreprise avec tout le savoir-faire de l'électricien. Aujourd'hui, ce secteur représente 20% du chiffre d'affaires du pôle de Perpignan. « Notre direction nous a demandé de dupliquer cette réussite sur notre région. Là encore notre force, c'est notre plan de vente. Nous n'avons pas d'équivalent en termes de largeur de gamme sur les zones où nous distribuons ». Ainsi, l'électricien vient aujourd'hui au CCL directement pour son métier et en profite pour acheter des produits

complémentaires quand auparavant, il ne venait que pour des activités complémentaires, avec évidemment moins de fidélisation. «Aujourd'hui, l'électricien peut trouver chez nous une offre d'outillage spécialisée, des fixations...Il sait qu'il va trouver de la pertinence professionnelle partout ».

### Un espace EPI très qualitatif

En ce qui concerne l'EPI, le CCL fait d'ailleurs partie des entreprises labellisées par Socoda. A Toulouse, le secteur EPI dispose d'une équipe dédiée et d'un espace très qualitatif, avec parquet au sol, vêtements sur cintre et cabine d'essayage. «Dans un bel espace, les clients visualisent mieux le produit. Et cela les incite à essayer, à poser des questions » observe Muriel Siadous, en charge du secteur EPI depuis quatre ans. Cet endroit qualitatif résulte d'un projet, aujourd'hui ajourné, visant à implanter quelques marques de prêt-à-porter pour séduire les décideurs des entreprises et les mettre ainsi plus facilement en relation avec l'équipe EPI. Cette gamme dispose également d'un support papier de douze pages, lancé chaque année en septembre pour mobiliser les forces de vente lors de cette forte période d'achats. «Nous ne vendons pas uniquement ce que nous avons en stock. De plus en plus, nous travaillons des fabrications spéciales sur mesure ou alors nous effectuons des recherches en fonction des attentes » précise Muriel Siadous qui n'hésite pas à se déplacer dans les entreprises qui en font la demande. «Les comportements ont changé, de même que les relations avec les salariés. Aujourd'hui les chefs d'entreprise acceptent d'investir sur ces produits qui contribuent également à donner une image positive de leur entreprise ». Néanmoins, le CCL s'adresse également à des entreprises de la construction comportant une main d'œuvre importante et répond aux demandes de dotations, avec des colis personnalisés.

### Développements en câblerie levage

Le distributeur est également reconnu sur Toulouse et sa région pour son activité câblerie-levage. « Nous apportons un complément d'offre par rapport aux treillis soudés, qu'il faut bien lever... » explique Philippe Marquez, responsable de ce secteur. «Nous sommes appréciés pour notre structure légère, notre réactivité sur les devis et sur les approvisionnements. Nous ne sommes pas un bureau d'études mais nous intervenons en tant que conseil».

Cette activité déploie également une vraie valeur ajoutée en développant ses propres produits pour répondre aux attentes de ses clients. «Il y a quelques années, nous avons créé un produit spécial, l'élingue prédalle, pour lever les blocs béton à la demande d'un client fabricant. Cela nous donne une image de valeur ajoutée ». Par ailleurs, le CCL travaille des palonniers sur plan (fabrication avec des sous-traitants) et fabrique dans ses ateliers des élingues chaînes et des élingues câble, selon évidemment les normes en vigueur. «Nous certifions nos produits et sur l'ensemble de notre offre, nous ne commercialisons que des produits dont nous connaissons l'origine, que nous pouvons tracer. Nous ne distribuons donc pas de produits d'importation en levage ». L'entreprise est également habilitée à effectuer le contrôle annuel des chaînes confiées par ses clients. Un premier contrôle visuel est réalisé sur place puis sur un banc de traction (sous-traité).

L'entreprise assemble également à Colomiers-Toulouse les élingues textile. «En termes de délais et de coûts, il est plus intéressant de fabriquer» poursuit Philippe Marquez. De même, pour répondre aux attentes des métalliers, elle a lancé une offre de câbles inox, qu'elle découpe à la demande. «Nous avons donc une activité de négoce et de modification de produits».

### Une réponse aux nouveaux marchés

Parmi ses autres métiers en développement, le CCL s'investit pleinement dans les nouveaux marchés, tels que les énergies renouvelables (en sanitaire-chauffage), les constructions HQE (Haute Qualité Environnementale) mais aussi tous les équipements liés à ces préoccupations. Il a ainsi mis en place une offre liée à l'environnement (bassins de rétention, station de lavage HQE, bacs filtrants, armoires fermées pour huiles spécifiques...) pour répondre à la demande croissante du marché. Là encore, le distributeur est en mesure d'accompagner ces besoins émergents à travers sa capacité à analyser les problématiques de ses clients. Cette offre bénéficie également d'un stock permanent pour répondre rapidement aux besoins.



Une puissance logistique

Au-delà de la largeur de son plan de vente et de la pertinence de son accompagnement technique, l'autre force du CCL concerne sa logistique, le distributeur disposant de sa propre flotte, soit 14 véhicules (semi-remorque, plateau, petits fourgons...), éventuellement complétés par ceux d'un prestataire extérieur. Sans oublier les équipements de manutention, pour lever, charger, décharger... Sur l'agence de Colomiers-Toulouse, 200 livraisons partent chaque jour, auxquelles s'ajoutent les petits colisages par messagerie. « Ce sont des véhicules adaptés à nos activités. Sur le plan logistique nous sommes capables de répondre à n'importe quelle demande ».

La disponibilité du produit reste également l'un des atouts du CCL, même si avec l'entrée en vigueur de la LME, la réduction des stocks a été de rigueur. « Nous avons été obligés de réduire nos stocks mais pas en termes de largeur de gamme. Nous avons investi dans des outils informatiques pour mieux analyser nos rotations, être plus réactifs et au final, mieux gérer nos stocks. Cet aspect est de plus en plus important, d'autant que si nous avons réduit les termes de paiement de nos fournisseurs, nous n'avons pas su réduire les termes auprès de nos clients » explique Christian Valet. « Heureusement, notre direction a compris que nous devons garder en stock certains produits dont la rotation est faible. Nous devons stocker le standard mais aussi le spécifique. Une grande liberté est donc laissée à l'homme pour déplacer le curseur. C'est ce que recherchent aussi nos clients. Chez nous, ils bénéficient encore d'une relation humaine, d'une écoute de leurs besoins, pas qu'une analyse de gestionnaire... ». Ainsi, l'univers de la quincaillerie dispose de 16 000 m<sup>2</sup> de stock, auxquels s'ajoute une capacité de stockage extérieur (bétonnières...).

### Une culture d'entreprise à valoriser

Apparaissant partout en filigrane, la dynamique humaine du CCL (700 personnes au total) s'exprime d'abord par une culture de la promotion interne, avec un turnover faible et peu de recrutements à l'extérieur, et par la valorisation de l'apport de chacun à la stratégie de l'entreprise. Cette démarche passe également par le déploiement d'une culture de l'entreprise sur l'ensemble du groupe, une nouvelle impulsion donnée par Stéphane Blanc qui a repris les rênes de la société familiale. Le CCL évolue d'un système de gestion très paternaliste à une vision plus moderne, qui implique de favoriser les échanges entre les différentes équipes pour donner une vie de groupe à l'entreprise. Ainsi, pour la troisième année consécutive, un événement annuel réunissant les

cadres a été organisé en juin.

Par ailleurs, en septembre dernier, le groupe a organisé son premier grand salon Industrie et Habitat, suivi d'une soirée dîner-spectacle, occasion d'inviter tous les clients de la société, soit 8 500 personnes sur deux jours au parc des expositions de Toulouse, autour des 315 fournisseurs de l'entreprise. «Le but premier était de vendre et de montrer l'étendue de notre plan de vente, mais aussi de mobiliser l'énergie de l'entreprise autour d'un événement fort. Cela nous permet d'échanger ensemble car si les cadres se déplacent d'une région à l'autre, d'une agence à l'autre, ce n'est pas le cas pour les sédentaires » se félicite Christian Valet. L'objectif est de renouveler cette opération tous les deux ans à l'automne. Par ailleurs, en septembre l'agence de Colomiers-Toulouse organise une animation commerciale avec quelques-uns de ses fournisseurs.

Cette liberté et cet esprit d'initiative laissés aux hommes semblent finalement avoir permis au CCL de ne pas trop subir les effets de la crise. «Nous savons rebondir vite. Par ailleurs la multispécialité de notre activité est un atout. Nous ne sommes pas tous dans le même temps. Le temps de la construction n'est pas celui du second œuvre... ».

Agnès Richard

### Un site marchand pour le sanitaire-chauffage

Le CCL travaille sur la mise en place d'un site marchand réservé à la partie chauffage-sanitaire, et axé surtout sur la vente de consommables. Depuis l'automne 2011, il a également mis sur pied le site artisans-ccl.fr, suite aux nombreuses demandes de particuliers à la recherche d'artisans et d'installateurs. Sur ce site dédié, moyennant une petite rémunération et après une sélection du distributeur qui engage sur ce plan sa réputation, les artisans clients du CCL peuvent ainsi être mis en relation avec des particuliers. «Après des professionnels, cela nous permet de renforcer notre image d'un partenaire qui s'appuie sur eux. Nous valorisons cette relation privilégiée ».