



### DES ÉVÉNEMENTS MARQUANTS POUR L'ACTIVITÉ SANITAIRE-CHAUFFAGE ?

**Frédéric Colly :** L'activité est tributaire avec une croissance similaire à celle de la division Bois. Nous nous situons au-dessus des chiffres du marché grâce à notre forte présence sur le secteur de la rénovation. Contrairement à notre division Bois, nous avons mis en place depuis déjà plusieurs années une spécialisation par métier avec une partie Sanitaire-Chauffage et une partie pièces détachées lancée en 2017. Cette dernière a connu de nouvelles ouvertures d'agences en 2020 malgré la crise Covid. Une agence sera d'ailleurs ouverte en septembre prochain en Île-de-France, la deuxième pour nous. Le modèle est aujourd'hui abouti et nos deux plateformes logistiques sont à niveau pour livrer 100 % des flux. Nos agences Par-

tedis pour la partie Sanitaire-Chauffage sont dédiées aux services et aux stocks de dépannage. Le reste est géré par nos plateformes logistiques. Nous sommes désormais armés pour ouvrir autant d'agences que nous le souhaitons.

### SOUHAITEZ-VOUS VOUS ÉTENDRE À TOUT LE TERRITOIRE ?

**F. C. :** Pour notre activité Sanitaire-Chauffage, le maillage atlantique est déjà complet. Nous souhaitons dorénavant nous déployer en Île-de-France ainsi qu'en région Paca. Pour 2022, nous avons de nombreux projets d'ouvertures de nouvelles agences dans la continuité de notre stratégie d'atteindre une croissance de 50 millions d'euros d'ici trois ans. En 2021, notre activité Sanitaire-Chauffage devrait atteindre les 205 millions d'euros de chiffre d'affaires.

## PARTEDIS SANITAIRE-CHAUFFAGE

• FRÉDÉRIC COLLY, PRÉSIDENT

# « Devenir l'un des leaders du froid »

fares. Pour l'activité Bois, elle devrait atteindre les 95 millions d'euros.

### QUELLES AMBITIONS POUR VOS AGENCES DÉDIÉES AUX PIÈCES DÉTACHÉES ?

**F. C. :** Nous comptons aujourd'hui 36 agences et nous souhaitons en ouvrir au minimum cinq par an. La principale valeur ajoutée pour ce secteur, c'est l'humain et les services que nous pouvons proposer. Notre objectif est de basculer vers des références de pièces détachées pour le froid et de devenir l'un des leaders pour le secteur du froid et de la climatisation. Nous vendons principalement des pompes à chaleur et les professionnels auront besoin de pièces détachées pour ce type de machine étant donné que les chaudières fioul vont disparaître. Nous allons faire évoluer nos points de vente vers les produits de climatisation.

Nous allons déployer un plan important de formation de nos équipes et une offre dédiée. Nous espérons devenir l'un des leaders dans ce domaine d'ici à fin 2022.

### D'AUTRES OBJECTIFS POUR LES PROCHAINS MOIS ?

**F. C. :** Comme pour notre activité Bois, les métiers du Sanitaire-Chauffage et de la pièce détachée vont bénéficier d'un site internet spécifique. La formation va également être un volet important avec un large recrutement d'alternants et la montée en puissance de nos collaborateurs via le pôle de formation que nous avons lancé en partenariat avec Algorel et Equip, baptisé 2<sup>nd</sup> Academy. Nous avons deux axes de développement pour l'activité Sanitaire-Chauffage : finaliser notre offre en aéraulique et améliorer notre offre en carrelage et sanitaire. Nous souhaitons devenir des experts en aéraulique avec des ou-

vertures d'une quinzaine d'agences entre octobre 2021 et décembre 2022. Pour le carrelage et le sanitaire, nous espérons un doublement de notre chiffre d'affaires sur ce marché à travers une croissance organique, notamment grâce au carrelage. Pour atteindre cet objectif, nous avons lancé en mars une agence 3.0 avec notamment des lunettes 3D présentes dans notre salle d'exposition à Mérignac (33) pour permettre à nos clients de se projeter dans leur futur projet de salle de bains. Nous souhaitons désormais exporter ce concept au sein de nos 29 salles d'exposition en 2022. ●

Recueilli par J. Becam

### PARTEDIS SANITAIRE EN CHIFFRES

- CA 2020 : 165 millions d'euros
- CA 2019 : 175 millions d'euros
- 84 points de vente
- 767 collaborateurs

## FRANS BONHOMME

### De multispécialiste à hyperspécialiste expert

Débutée fin 2018, l'évolution du groupe Frans Bonhomme de multispécialiste à spécialiste sur ses huit segments de vente du TP et du Bâtiment, se poursuit. Après avoir été recapitalisée, l'entreprise s'appuie sur plusieurs piliers pour avancer, le premier étant celui de l'expertise. Le but : développer les compétences des employés pour mettre en avant la forte technicité des produits. Pierre Fleck, le président (en photo), nous explique : « Nous avons fait évoluer le profil de notre

force de vente, en embauchant des prescripteurs en amont des affaires, spécialisés dans nos différents segments. Nos chargés d'affaires grands comptes doivent également être reconnus comme experts ». Autre pilier de cette évolution, le digital, avec l'e-commerce (click & delivery) et l'e-procurement pour les grands comptes. « Le but est de trouver de la productivité pour les chantiers avec l'EDI et le punch-out, l'accès en direct au catalogue et au stock », précise le dirigeant.

De nouveaux profils ont été recrutés, animateurs digitaux régionaux et chargés de projets, pour convaincre et accompagner les partenaires. « Ces fonctions n'existaient pas il y a quelques années », confirme Pierre Fleck. Autre pilier, la RSE.

« Les valeurs sont importantes, dont le respect des autres, celui de nos collaborateurs, de nos fournisseurs et de nos clients », évoque le président. « Certains sujets sont très avancés comme le handicap ou l'égalité homme-femme. Nous sommes très impliqués et confiants, même si les processus sont longs ». Frans Bonhomme note que la RSE se trouve au cœur de la stratégie des grands comptes dans le processus de sélection pour des nouveaux contrats et qu'il s'agit désormais d'un argument commercial. « C'est inéluctable et c'est une très bonne chose », souligne-t-il.

Sur la situation actuelle, Frans Bonhomme subit les hausses de prix très significatives, avec nombre de produits impactés. Le pré-

sident explique : « Nous avons eu la lucidité de faire du stock au début. Nous sommes distributeurs, il faut avoir des produits ». Selon le dirigeant, la hausse pourrait se stabiliser sur le 3<sup>e</sup> trimestre de l'année avant, peut-être, une déflation fin 2021 ou début 2022. « Il n'y a pas de ruptures pour l'instant, nous arrivons à gérer, en répercutant les hausses de prix pour survivre », poursuit-il, se disant toutefois rassuré par la plupart de ses fournisseurs. Frans Bonhomme estime regagner ainsi des parts de marché, mois après mois, principalement sur les Travaux publics, notamment avec le rachat, clôturé fin 2019, de DMTP dont l'intégration s'est faite rapidement en 2020. « Nous nous sommes développés sur le béton, et il y a une forte complé-



mentarité sur le maillage, DMTP étant uniquement présent dans la grande ville, là où Frans Bonhomme était plutôt rural », précise Pierre Fleck.

À Taverny, Frans Bonhomme développe sa nouvelle direction Île-de-France sur un site HQE qui préfigure l'avenir de la distribution. Pour 2022, la société compte surtout sur la croissance organique, avec quelques déménagements de sites et quelques ouvertures, pour consolider sa position. ● G. Noble

### FRANS BONHOMME EN CHIFFRES

- CA 2020 : 520 M€
- Près de 400 points de vente
- 2 500 collaborateurs
- 3 plateformes logistiques