

Thierry Chambost,
président de Chambost

« Nous maîtrisons toute la chaîne, de la vente à l'installation »

Thierry Chambost codirige le négoce familial multispécialiste et indépendant Chambost. Il dessine pour le magazine Négoces l'avenir de son enseigne, de Sylvalliance, dont il est membre fondateur, et du concept Ligne & Lumière, dont il est un des pionniers.

Pouvez-vous dessiner en quelques points clés le portrait de votre société ?

Thierry Chambost – Nous sommes une vieille entreprise familiale qui a vu le jour en 1850 à Romans-sur-Isère (Drôme), dans l'actuelle région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce fut d'abord une scierie puis un négoce de bois brut. À chaque génération, la société a évolué. Mon grand-père a lancé le Formica et le panneau à particules. Mon père s'est positionné sur le marché de la maison individuelle en développant l'univers isolation, plaque de plâtre et menuiserie extérieure. Quant à moi et à mon cousin Félix, nous sommes la 6^e génération. Et nous avons démarré, à partir des années 2005, l'isolation thermique par l'extérieur (ITE) ainsi que les produits autour du concept de la maison à ossature bois (MOB), et développé la clientèle des charpentiers (tripler leur poids dans le chiffre d'affaires).

Aujourd'hui, Chambost compte 130 collaborateurs répartis sur 4 points de vente pour un chiffre d'affaires total de 35 M€.

Vous considérez-vous comme spécialiste ou un multispécialiste ?

Nous ne sommes pas un pur spécialiste en bois-panneau, menuiserie ou en plaque de plâtre et isolation (PPI). Mais nous ne sommes pas non plus un généraliste, car, avec le plan de vente que nous développons, nous ne touchons pas au gros œuvre et nous ne travaillons qu'une partie du second œuvre.

Notre stratégie consiste à être forts sur ces trois métiers. Nous privilégions la baisse du nombre de lignes de produits au profit d'une plus grande profondeur de gamme, pour être performants comme mul-

tispécialiste. Chaque famille génère à peu près un tiers de notre chiffre d'affaires.

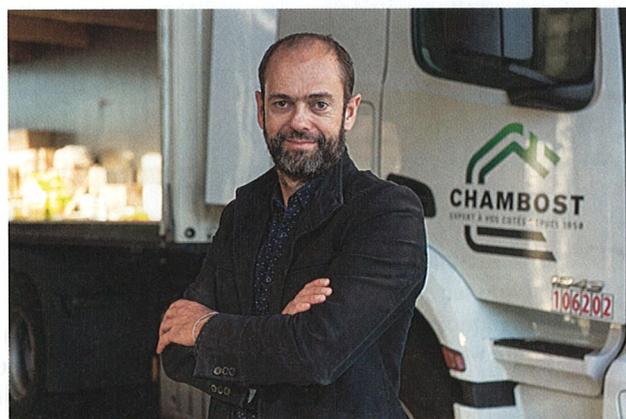
Quelle est la typologie de votre clientèle ?

Notre clientèle est essentiellement professionnelle, puisque nous réalisons 90 % de notre chiffre d'affaires avec eux. Elle se compose de menuisiers, de charpentiers, de plaquistes et de constructeurs de maisons individuelles.

Allez-vous développer le libre-service et les showrooms dans vos agences ?

Nous y réfléchissons. Notre point fort a toujours été la livraison, nous nous sommes donc assez peu intéressés jusqu'à présent aux salles d'exposition et aux libres-services, d'autant que le taux d'enlèvement est faible par rapport à nos confrères : le chiffre d'affaires enlevé tourne autour de 20 à 25 %. Nous pourrions faire beaucoup mieux, il y a là une marge de progression qui nous intéresse.

À ce propos, vous avez externalisé votre logistique. Pour quelle raison ?



Nous avons considéré que ce n'était pas du métier du négoce de gérer le transport, pour mieux nous concentrer sur le commerce et la gestion des stocks, le bon plan de vente, la gestion des tarifs, pour former nos équipes, pour les faire monter en puissance, pour travailler à réduire le turnover. Nous passons par un locatier⁽¹⁾, le groupe Berto. Cela nous a permis de nous affranchir de cette partie technique qui est mieux maîtrisée par des spécialistes du transport.

Votre apport à l'entreprise familiale ne se résume pas à l'ITE et à la MOB. Vous avez aussi implanté il y a quatre ans puis développé le concept de menuiserie Ligne & Lumière de Menuiserie Multi Enseigne (MME). Vous en êtes même l'un des pionniers.

C'est exact, dès la première année de son lancement. Nous avons été dans les 15 premiers points de vente à introduire le concept. Aujourd'hui, Ligne & Lumière est implanté dans nos 4 agences et présent dans plus de 110 points de vente en France.

Pourquoi ce choix ?

Historiquement, nous étions tournés vers un seul marché, le neuf. Aujourd'hui, notre objectif est de répartir les risques et de mieux équilibrer notre portefeuille de clientèle. Notre ambition est de développer la rénovation auprès des professionnels mais également des particuliers.

Vous avez notamment lancé la prestation fourniture et pose...

Cette prestation existait chez nous depuis déjà un certain



temps. Mais nous l'avons structurée avec l'implantation de Ligne & Lumière dans nos agences. Nous assurons la démarche commerciale, le choix des produits, le conseil, la solution, et la prise des mesures. Une fois que la commande est signée, nous missionnons des artisans partenaires pour la pose, et seulement la pose. Pour les clients particuliers, cette solution clés en main est plus rassurante et plus réactive. Pour nous, elle participe à maîtriser l'ensemble de la chaîne, ce que nous faisons complètement, de la vente à l'installation et à la garantie. Résultat, notre taux de transformation de devis est bien plus élevé aujourd'hui qu'hier.

Quel premier bilan faites-vous de cette stratégie ?

Hier, nous recevions les particuliers qui venaient. Aujourd'hui, le concept Ligne & Lumière nous permet de les capter via des actions de communication et de visibilité, proposées par le réseau. Nous

« Notre ambition est de développer la rénovation auprès des professionnels mais également des particuliers. »

constatons que la part des particuliers dans notre chiffre d'affaires monte.

Pouvez-vous préciser le poids de Ligne & Lumière dans votre chiffre d'affaires ?

Nous réalisons plus d'un tiers de l'activité sur la menuiserie intérieure et extérieure ainsi que sur le parquet.

Vous êtes membre du groupe de travail Ligne & Lumière au sein de MME. Quelle direction le concept va-t-il prendre dans les mois à venir ?

Ligne & Lumière atteint une taille critique, avec plus de 110 points de vente; nous n'avons donc plus besoin d'aller à la recherche de volume. Aujourd'hui, les priorités sont de mieux nous organiser et d'homogénéiser les méthodes, ensuite de travailler pour professionnaliser encore un peu plus le réseau, enfin de renforcer notre sentiment d'appartenance et surtout d'être plus visibles pour le valoriser. Nous sommes beaucoup moins connus ou

1. Travailleur ou entreprise exerçant une activité de location mettant à disposition un moyen de transport ou de livraison destiné à l'usage d'une autre entreprise.

➔ reconnus que nos concurrents Caséo, Batiman, Univerture et Homega. La raison tient notamment à ce que notre réseau est jeune. Ligne & Lumière n'a que quatre ans, contre dix, quinze, vingt ou trente ans pour les autres enseignes.

Quelles actions avez-vous lancées ?

Pour améliorer la visibilité et valoriser le réseau, nous avons créé un poste de marketing digital-community manager. Depuis un an, Claire Catelier anime des communautés, LinkedIn, Facebook ou encore Instagram. Nous avons aussi lancé des actions commerciales, dont notre premier jeu-concours (sur bon et Internet) en juin. Nous avons distribué 1 million de prospectus en boî-

tage [NDLR: distribution en boîtes aux lettres] sur la France et reçu plus de 10 000 coupons réponses. C'est une cliente de Chambost [NDLR: agence de Reyrieux, dans l'Ain] qui a remporté la voiture mise en jeu.

Sylvalliance, dont vous êtes aussi un des membres fondateurs, va fêter ses 20 ans en 2019. Comment ce groupement se porte-t-il ? Sylvalliance se porte bien. Nous avons enregistré deux adhésions cette année. En janvier, nous avons accueilli la société auvergnate Gabriel et ses 5 agences, dont le siège est à Issoire (Puy-de-Dôme). Ensuite, lors du Carrefour du bois à Nantes en mai, nous avons signé avec VC Wood, un négoce belge de bois assez im-

« Sylvalliance doit rester à taille humaine, notre ambition est de recruter 1 adhérent par an pour pallier les départs. »

Thierry Chambost,
président de Chambost

portant, qui réalise un chiffre d'affaires de 50 M€. Sylvalliance compte 20 adhérents à présent pour un chiffre d'affaires cumulé de 710 M€.

Voulez-vous continuer à faire grandir Sylvalliance ?

Notre objectif n'est pas de grossir pour grossir. Nous voulons rester à taille humaine pour garder une certaine agilité décisionnelle. Une vingtaine d'adhérents, c'est bien. Plus, 30 ou 40, cela changerait vraiment notre manière de travailler. Notre ambition est de recruter environ un adhérent par an pour pallier l'éventuel rachat ou départ d'un membre. •

**Propos recueillis par
Guillaume Fedele
Reportage photo :
Guillaume Atger**

PEINTURES SPÉCIALES BOIS / FER / SOL FAÇADES



CHANTIERS TECHNIQUES Exigez la performance CECIL PRO



- ✓ Résistance aux intempéries : norme NF EN 927-6
- ✓ Résistance à la corrosion : norme NF EN 9227
- ✓ Résistance aux frottements : norme ASTM 2486



La référence pour protéger et valoriser durablement l'habitat - www.cecil.fr