

LA FAMILLE PELLETIER S'AGRANDIT

par Yves Rivard



Sabrina Pelletier, directrice des ventes et du marketing, Yvan Pelletier, président-directeur général et Dominique Gagnon, associé.

Si plusieurs se font pessimistes face à l'avenir du commerce de détail, ce n'est certainement pas le cas du groupe Pelletier Déco Surfaces, basé à Québec, qui vient de faire l'acquisition de cinq magasins disséminés un peu partout au Québec. Une transaction historique d'importance qui vient redessiner la carte du commerce de détail en matière de vente de couvre-planchers et d'accessoires de décoration. Sabrina et Yvan Pelletier nous en parlent dans cette entrevue...

SURFACE: QUELS ÉTAIENT LES CHIFFRES ET LES FAITS DE L'ENTREPRISE AVANT LA GRANDE ACQUISITION?

Yvan Pelletier: Pour le Groupe Pelletier, il s'agissait de deux magasins de détail situés dans la région de Québec, l'un sur la rive nord et l'autre sur la rive sud, d'un centre de distribution basé à Québec, plus précisément sur l'avenue Saint-Sacrement, et d'un bureau d'affaires qui a pignon sur rue à Sainte-Julie, sur la rive sud de Montréal. Au total, le groupe comptait 90 employés.

S: LE 1^{ER} NOVEMBRE, DATE DE L'OFFICIALIZATION DE LA TRANSACTION, TOUT A CHANGÉ, QUELLES SONT LES DONNÉES REVUES ET AUGMENTÉES?

YP : On parle d'un ajout de cinq succursales. Deux magasins de la bannière Planchers Bois Franc 2000, situés respectivement à Québec et Lévis, le magasin Bois Franc du Lac, sis à Alma, et deux autres magasins Boutique du plancher, établis à Boucherville et Brossard. Au total, 35 nouveaux employés rejoignent les rangs de l'entreprise, pour un total de 125.

S: UNE OPÉRATION STRATÉGIQUE D'UNE TELLE MAGNITUDE IMPLIQUE UNE RESTRUCTURATION MAJEURE. CONCRÈTEMENT, COMMENT LA GESTION ET LES OPÉRATIONS S'EN TROUVENT-ELLES MODIFIÉES?

YP : Ça change pas mal de choses, effectivement. Pelletier Déco Surfaces est une entreprise familiale, et désire le rester. Il faut donc communiquer cette culture d'entreprise aux nouvelles succursales. Ce qui ne devrait pas être trop difficile puisque Planchers Bois Franc 2000, Bois Franc du Lac et Boutique du plancher sont aussi des entreprises familiales. C'est un défi que nous entendons relever.

S: JUSTEMENT, COMMENT SE DÉROULE L'INTÉGRATION?

YP: L'annonce a été faite aux employés à la mi-octobre. Depuis l'officialisation de la transaction le 1^{er} novembre, nous avons commencé à rencontrer les employés individuellement pour les connaître, car on ne pouvait pas le faire avant. Cette étape étant complétée, nous sommes maintenant en processus de réflexion en termes de structure. On se retrouve avec quatre raisons sociales sous la bannière du groupe. Certaines d'entre elles seront donc changées afin d'uniformiser notre marque. Par exemple, on ne peut utiliser la raison sociale Planchers Bois Franc 2000 à Montréal, car il existe plusieurs autres succursales portant ce nom, notamment à Longueuil, à Saint-Hyacinthe et à Laval. La situation sera différente à Québec, alors qu'il y aura deux entités: Pelletier Déco Surfaces et Planchers Bois Franc 2000.

S: CE BLITZ D'ACQUISITIONS ÉTAIT DANS L'AIR DEPUIS QUAND?

YP : Depuis le moment où nous nous sommes intéressés à ces groupes, c'était clair.

S: OUTRE L'EXPANSION DE LA BANNIÈRE À L'ÉCHELLE QUÉBÉCOISE, Y A-T-IL UNE STRATÉGIE PLUS SPÉCIFIQUE?

YP: L'objectif est de vendre davantage au consommateur, de hausser sa facture. S'il ce dernier se rend en succursale et n'y trouve que du bois, c'est difficile. Mais si on lui offre du plancher chauffant, de la céramique, c'est plus facile. Il y a déjà des clientes résidentielles et des entrepreneurs qui font affaire avec ces magasins, et on veut leur offrir d'autres produits. Cela demandera un effort pour bien former à l'interne nos conseillers qui, actuellement, ne vendent que des planchers de bois franc, d'ingénierie ou un choix très restreint de laminés.

S: EST-CE QUE LES ADMINISTRATIONS DES MAGASINS DEMEURENT EN PLACE?

YP : Des employés administratifs seront transférés chez Pelletier au cours des prochaines années. Pour l'instant, on travaille avec le même monde.

« DANS NOTRE DOMAINE, LES MAGASINS SONT LÀ POUR RESTER »

S: IL EST CERTAINEMENT INTÉRESSANT DE CONSTATER QUE PELLETIER DÉCO SURFACES NE VOIT PAS LE FUTUR DU MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE LA MÊME MANIÈRE QUE LES PROPHÈTES DE MALHEUR QUI NE JURENT QUE PAR LES COMMANDES EN LIGNE... QUELQUES MOTS À CE SUJET?

Sabrina Pelletier: Ce midi même j'ai assisté à une conférence donnée par Léopold Turgeon du Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) sur le virage numérique. On y a appris que 93 % des achats se font encore en magasin. De plus, nous travaillons dans la vente de produits vraiment spécialisés, des produits qui nécessitent une installation professionnelle. Dans notre domaine, les magasins sont là pour

rester. Bien sûr, il y a une évolution, il faut que les commerces s'adaptent et revoient la manière de présenter leurs produits. Ce que Pelletier Déco Surfaces a d'ailleurs fait au cours des dernières années. La vente en ligne ne nous fait absolument pas peur. Les produits hyperspécialisés nécessiteront toujours de la main-d'œuvre spécialisée, ce qu'une vente en ligne n'offre pas.

YP: Il ne faut certes pas mettre la vente en ligne de côté dans une stratégie globale. Mais dans notre secteur d'activités, une photo ne peut remplacer la nécessité de voir les couleurs, les textures en personne. Après, s'ils le désirent, ils peuvent commander en ligne. Cette possibilité est présentement à l'étude chez nous. Des choses seront d'ailleurs annoncées par la bannière Déco Surfaces à ce sujet au cours des prochaines semaines.

SP: Il faut garder en tête que le service en ligne peut desservir un client situé dans des régions éloignées des grands centres, qu'il aurait été impossible de servir autrement.

S: CÔTÉ PRÉSENTATION ET EXPÉRIENCE CLIENT, L'INTÉRIEUR DES COMMERCES ACQUIS SERA-T-IL REVU ET RÉAMÉNAGÉ?

SP: Il y aura une mise à jour, bien sûr. On y ajoutera aussi des produits connexes qui sont absents de ces établissements qui se concentraient beaucoup sur le bois, avec succès. Je pense, entre autres, au vinyle et à la céramique, que Pelletier Déco Surfaces connaît bien. L'aménagement, qui est toujours une question d'espace disponible, sera aussi revu. Tout cela fait partie des plans.

S: CES ACQUISITIONS DEVRAIENT VOUS PERMETTRE DE DÉVELOPPER D'AVANTAGE LES CLIENTÈLES COMMERCIALE ET INSTITUTIONNELLE, NON?

YP: Effectivement. Surtout dans la grande région montréalaise, où certains des magasins passés dans notre giron étaient déjà assez actifs dans ce domaine, notamment dans les projets locatifs et de copropriétés. L'expertise commerciale de Pelletier Déco Surfaces devrait permettre d'optimiser les possibi-

lités à cet égard. Par exemple, aux traditionnels planchers d'ingénierie ou flottants, nous leur permettrons d'ajouter la céramique et les revêtements de sol souples destinés aux espaces communs. Nous serons en mesure d'offrir des solutions globales, ce que recherchent d'ailleurs nos clients, car cela élimine le nombre d'interlocuteurs, cela réduit les frais et rehausse le niveau de contrôle. Après que Boutique du plancher ait informé ses clients de cette possibilité prochaine, ceux-ci se sont dits impatients de pouvoir en profiter. C'est pourquoi il importe de bien former le personnel qui travaillera directement avec eux. Nous en sommes au point où nous avons formé des équipes spécialisées en pose qui peuvent s'acquitter de projets de tours de logements de 12 ou 30 étages sans problème. Nous sommes aussi en recrutement dans le secteur des ventes afin de bien servir cette clientèle.

S: COMBIEN DE POSTES ADDITIONNELS SONT PRÉVUS?

YP: Quatre ou cinq.

S : COMMENT L'ACQUISITION DE CINQ MAGASINS MODIFIE-T-ELLE LE POUVOIR D'ACHAT ?

YP : Ça va changer, mais pas tant que ça puisque nous avons déjà un pouvoir d'achat très important et qu'il y a une limite à ce qu'on peut demander à nos fournisseurs. C'est plutôt une question de territoire que de pouvoir d'achat. En étant plus fort à Québec et présent dans la région de Montréal, soit les deux grands centres du Québec, nos fournisseurs risquent de nous écouter encore plus, ce qui était déjà le cas à Québec, dois-je souligner. En ayant deux succursales à Montréal, cela changera la donne. Les prix qu'on reçoit pour les projets dans la région de Montréal ressembleront beaucoup plus à ceux reçus pour la région de Québec, ce qui n'était pas le cas auparavant. Avant, il fallait être plus prudent. Cette notoriété vient forcer nos fournisseurs à être plus conséquents dans leurs prix par rapport à ceux de Québec.

DEKTON UNLIMITED

SOL / FAÇADES / COMPTOIRS

La surface au large format, Dekton, ouvre un nouveau monde de possibilités pour le design et l'architecture.

Dekton offre une gamme de couleurs et finitions dans des épaisseurs de 0,8, 1,2, 2,0 et 3,0 cm. En intérieur comme en extérieur, l'incroyable résistance de Dekton et sa durabilité en font le matériau idéal pour tous les espaces du quotidien.

TRILIUM - INDUSTRIAL COLLECTION

DEKTON EST SANS LIMITES.



Photo - Michel de Guzman

 **DEKTON**[®]
designed by COSENTINO



Ultra Épaisseurs
(0.8, 1.2, 2.3 cm)



Garantie
25 ans

Cosentino Centre Québec: 240 Chemin des Ursulines, Stanstead, QC, J0B 3E0 - 819.876.2123

Cosentino City Montréal: 240 Rue Saint-Jacques Ouest, Suite 110, Montréal, QC H2Y 1L9 - 514.335.8669

Découvrez-en plus sur www.dekton.com | Suivez-nous:    @CosentinoCanada @DektonbyCosentino

S: COMMENT LA NOUVELLE A-T-ELLE ÉTÉ PERÇUE PAR LE MILIEU?

SP: Nous n'avons pas reçu beaucoup de commentaires des gens du milieu, mais les échos entendus étaient positifs.

SP: La plupart de nos fournisseurs ont téléphoné pour nous féliciter. Il reste qu'une transaction de cette importance dérange toujours, notamment à Montréal, où ça bouscule un peu certaines relations établies dans un milieu très compétitif.

: D'AUTRES ACQUISITIONS SONT-ELLES À PRÉVOIR?

YP: On va commencer par bien digérer ces cinq magasins d'un coup ! Ensuite, il faut savoir que le fait d'offrir l'installation est souvent un frein à la croissance. S'il était seulement question de vendre, le problème ne se poserait pas. Mais, à l'instar des autres secteurs, nous vivons une pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Le recrutement d'une certaine qualité de personnel est toujours un défi. C'est pourquoi il ne faut que considérer les entreprises bien établies qui offrent déjà un tel service.

SYSTÈMES DE DOUCHE WEDI

Nous sommes fiers d'annoncer que PROSOL est maintenant distributeur autorisé des systèmes de douches WEDI!

WEDI offre des bases de douche d'une minceur incomparable. Elles sont donc idéales pour l'installation de douches à l'italienne.

Wedi offre des panneaux et éléments de construction qui présentent une étanchéité à 100 % et une grande latitude quant au design souhaité.



wedi®