

10 ans aux côtés des indépendants

Le Groupement des indépendants, experts en carrelage, salle de bains et revêtements de sol, Carrelage et Bain, fête cette année son dixième anniversaire. Vincent Rappaport, son président, nous dévoile les atouts de la marque, son parcours de développement et ses perspectives d'avenir.

Référence CARRELAGE : Le Groupement Carrelage et Bain a été fondé il y a dix ans. Comment a-t-il évolué au cours de cette décennie ?

Vincent Rappaport : En 2014, trois indépendants, sociétés familiales spécialistes du Carrelage et de la salle de bains, ont souhaité mutualiser outils et moyens, tout en préservant leur liberté d'entreprendre. Ils ressentaient déjà, à cette époque, la difficulté de bien faire leur métier, seuls. Sur ces bases, le réseau Carrelage et Bain est né avec ces trois premiers adhérents, forts de 14 points de vente. Depuis, 28 nouveaux indépendants nous ont rejoints avec 36 showrooms en France. Nous prenons soin de recruter des indépendants qui se ressemblent tant par la taille, par les valeurs que par la vision du métier. Depuis quelques années, nous observons, avec satisfaction, l'augmentation du nombre d'ouvertures de nouvelles salles expo, projets portés par des adhérents nous ayant rejoints au cours de ces dix années. Côté « tête de réseau », c'est-à-dire l'équipe au service de Carrelage et Bain, nous avons développé, au fil des ans, les fonctions support proposées par le Groupement. Neuf personnes composent cette équipe, mettant au profit de nos adhérents leur expérience et leur expertise sur l'ensemble des facettes de notre métier : création / agencement / aménagement du point de vente, gestion bases produits / tarifs, achats / référencement, recrutement / intégration / formation, communication / visibilité digitale / réseaux sociaux, e-commerce, développement / dynamique commerciale, marketing / outils d'aide à la vente, accompagnement terrain, gestion d'exploitation, veille marché / concurrence, partage / entraide.

Quels sont les principaux atouts du Groupement pour convaincre des indépendants de vous rejoindre ?

Le fait même que le Groupement ait été créé par trois indépendants est un atout considérable assurant pragmatisme et « bon sens métier ». N'étant ni le « département » d'une structure multi-métiers,



Vincent Rappaport,
président de Carrelage et Bain.

© Carrelage et Bain



Le Groupement Carrelage et Bain célèbre cette année ses dix ans d'existence.

ni une centrale de référencement multi-produits, nous nous consacrons à 100 % à la fois sur le métier de l'indépendant spécialiste du carrelage et de la salle de bains et sur notre marché. Nous fédérons des entreprises aux structures semblables, nous parlons ainsi le même langage et notre organisation assure proximité, réactivité et disponibilité. Nous ne sommes pas une franchise, chaque adhérent qui nous rejoint conserve son nom, son identité locale et bénéficie, au travers de la marque Carrelage et Bain qu'il rend visible, de toutes les actions de notoriété que nous pilotons. Notre principale force est d'apporter toutes ses fonctions support et un accompagnement terrain pour chacune des facettes du métier de l'indépendant. Bon nombre de ceux que nous rencontrons reconnaissent leur besoin dans tous ces domaines mais faute de temps, de moyens, de ressources, ils y renoncent pour tout ou partie.

De plus, l'année 2020, marquée par deux confinements et l'année 2022, impactée par le déclenchement du conflit en Ukraine, ont démontré, s'il le fallait, ô combien il était utile d'appartenir à un groupement pour faire face à de telles situations inédites. Avec dix années de recul, nous sommes convaincus, plus que jamais, que l'indépendant dispose d'une véritable force, résultant de son ancrage local, de son agilité et de la présence de son dirigeant accélérant la prise de décision. Il s'agit d'un atout vis-à-vis de certains concurrents appartenant à des groupes. Pour autant, ces groupes disposent de moyens et de fonctions support intégrées qui font leur force. Nous rejoindre signifie clairement conserver sa liberté d'entreprise, capitaliser sur son statut d'indépendant, optimiser tout ce qui est déjà en place et bénéficier de la force d'un réseau constitué de femmes et d'hommes qui se ressemblent. C'est tout simplement doter son entreprise des outils et moyens dont elle a et aura besoin pour pérenniser son développement. D'ailleurs, nos adhérents en parlent mieux que nous. Vous pouvez retrouver les témoignages de plusieurs d'entre eux sur notre site internet : groupement.carrelage-bain.fr

Comment se déroule le processus d'intégration d'un nouvel adhérent au sein du groupement et quels sont vos rendez-vous clés annuels ?

Les semaines précédant son arrivée dans le réseau, nous consacrons le temps nécessaire pour nous approprier son histoire, son environnement, son positionnement, son fonctionnement. L'offre du Groupement lui est présentée en détail en nous appuyant sur des outils concrets, des réponses sont apportées à chacune de ces interrogations puis nous partons ensemble à la rencontre d'un de nos adhérents afin d'appréhender auprès des équipes et de son dirigeant, de quelle façon notre Groupement contribue au développement de son activité. Cette rencontre est un moment d'échanges privilégié pour consolider sa motivation à nous rejoindre. Son entrée dans le réseau symbolise le démarrage d'un parcours aux multiples jalons. Tout nouvel adhérent reste maître du temps selon sa charge et ses priorités. Conscients que l'adhésion à notre Groupement génère du changement, nous coconstruisons systématiquement le parcours d'intégration du nouvel adhérent afin de ne pas le lui imposer. Après avoir traité toutes les formalités liées à son adhésion, une rencontre avec ses équipes est organisée afin de leur présenter notre structure, notre raison d'être et la batterie d'outils dont elles vont désormais disposer. Cette étape est cruciale pour construire la relation humaine entre ses collaborateurs et l'équipe du Groupement, elle permet d'identifier le « Qui fait quoi ? ». Peu après, une visite mystère est planifiée chez ses trois principaux concurrents, dans le but de relever les marques en présence, les positionnements tarifaires, les services associés et de détecter les avantages concurrentiels sur son marché. À l'issue de cette étape, nous programmons avec le nouvel adhérent, une séance de debriefing pour décider des premières actions à mettre en place.

Quelle est votre analyse du contexte économique actuel dans le secteur ?

À la lecture des chiffres de l'industrie de la céramique, les volumes de carreaux exportés vers la France sont en forte baisse, vraisemblablement dû au ralentissement du marché de la construction neuve. Depuis la création du Groupement, nous avons positionné notre offre produits et les salles expos de nos adhérents à destination des clients particuliers à projet, sans pour autant tourner le dos aux clients professionnels avec qui nos adhérents gèrent la mise en œuvre. Ces clients particuliers sont souvent porteurs de projets de



Le Groupement Carrelage et Bain s'étend désormais à travers plus de 50 salles expo à travers la France.



Pour Vincent Rappaport rejoindre Carrelage et Bain : « c'est doter son entreprise des outils et moyens dont elle a et aura besoin pour pérenniser son développement tout en restant totalement indépendant ».

© Carrelage et Bain

renovation, secteur semblant moins impacté par la crise du bâtiment et du financement. Même si nous observons un peu moins de fréquentation depuis le début de l'année, nous parvenons à maintenir un niveau d'activité tout à fait honorable a fortiori si nous nous référons au dernier exercice « normal », 2019. Face à une telle conjoncture, les apports du Groupement sont précieux en particulier en matière de communication digitale pour aller chercher des clients « derrière leur écran », de dynamique commerciale au travers des quatre campagnes promotionnelles générant du trafic en salle, de nouveaux gisements de chiffre d'affaires et de clients et en matière d'outils d'aide à la vente pour transformer la visite client en commande.

Quels ont été les résultats du Groupement en 2023, ainsi que durant le premier semestre 2024 ?

Le réseau a terminé l'année 2023 avec un CA HT de près de 47 M€, traduisant une légère progression des volumes vendus et la hausse du prix moyen grâce au développement des formats supérieurs. Le premier semestre 2024 est étale par rapport au premier semestre 2023 avec des disparités davantage marquées selon les régions.

Quelle est votre vision de la conjoncture pour ce second semestre 2024 et les perspectives pour 2025 ?

Se projeter devient plus compliqué, plus incertain, prenons simplement l'impact de la dissolution de l'Assemblée nationale sur nos clients ! Même si les taux d'intérêt semblent favoriser davantage les prêts aux particuliers, le

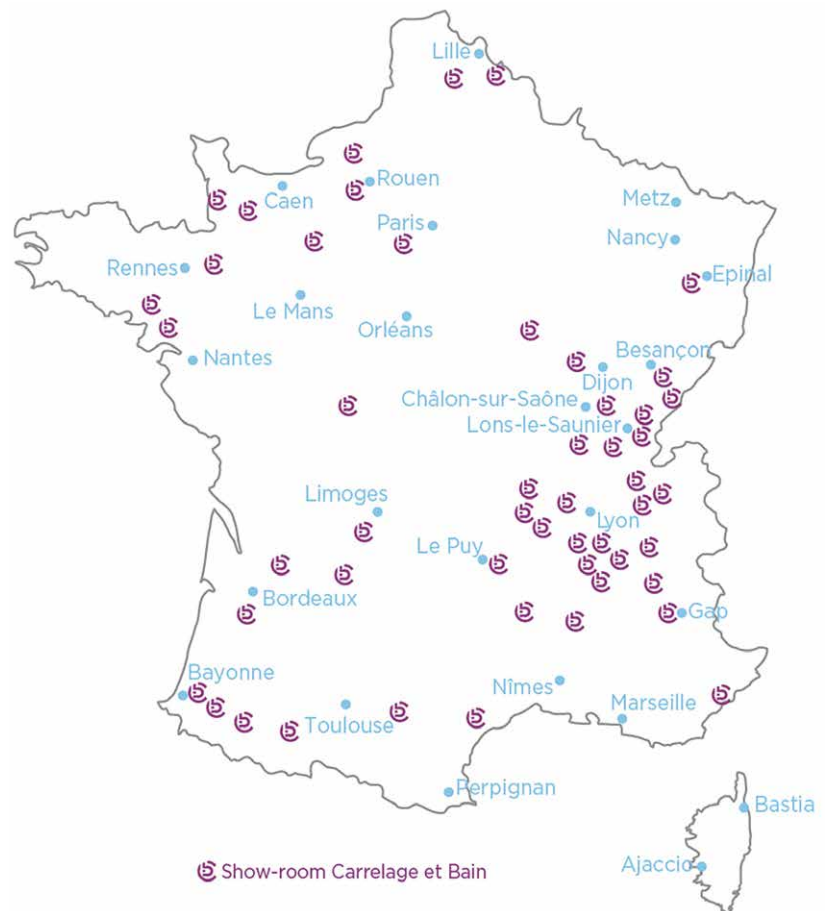
CARRELAGE ET BAIN

contexte politique de la France, dont l'industrie du bâtiment est tributaire, ne laisse pas entrevoir à une prochaine reprise.

Quels sont les axes de travail que vous envisagez pour poursuivre le développement du Groupement ?

Nous poursuivons le recrutement de nouveaux adhérents, en particulier sur les territoires où nous ne sommes pas encore présents. Avec l'arrivée d'une seconde personne dédiée à l'animation réseau, nous allons augmenter notre présence sur le terrain pour accentuer l'accompagnement sur-mesure de nos adhérents. Pour répondre à leur demande, nous déploierons, dès cette année, notre logiciel de gestion commerciale, développé en interne pour répondre aux besoins spécifiques du métier, permettant une meilleure gestion des devis, commandes et facturation. Cette solution est vivement attendue dans le réseau, la plupart des logiciels du marché, présents chez nos adhérents, ne donnant pas satisfaction en raison de leur caractère généraliste.

R.V.



Le maillage de Carrelage et Bain en 2024.



Accéder facilement
au site dédié aux
futurs adhérents.

L'accompagnement du groupement Carrelage et Bain



- Des outils pour mieux vendre, un référencement conçu pour les particuliers à projets et les professionnels
 - Une marque-enseigne dynamique et fédératrice, un accompagnement à votre mesure
- Des bases informatiques facilitant la rédaction de vos devis et la prise de commande
 - Des conditions d'achat négociées et mutualisées, vous ouvrant l'accès à de nouveaux marchés
 - Une communication professionnelle efficace et un marketing adapté à vos besoins : distribution de dépliants en boîtes aux lettres, campagnes radio, catalogues...
 - Un site Internet renforçant votre visibilité locale, une présence animée sur les différents canaux du Web (réseaux sociaux, Google, Facebook, etc.)
 - Un programme de formation dédié à notre métier
 - Un partage permanent de bonnes pratiques et de savoir-faire entre adhérents
- **La garantie de conserver votre liberté d'entreprendre et de ne plus être seul**