

# Challande s'épanouit à l'ombre de Gétaz Romang

## NYON

Spécialisée dans les matériaux de construction, la société Challande se développe, sans se laisser impressionner par l'appétit des grands groupes locaux et étrangers.

KATARZYNA GORNIK

Enfant, Christophe Challande posait pour la photo, assis sur un tas de charbon. Devenu directeur de la société familiale, il vient d'inaugurer un nouvel espace d'exposition de 1000 m<sup>2</sup>, pour mettre en valeur l'offre de son nouveau département, dédié aux accessoires sanitaires, où brillent l'émail et l'inox...

Dans les années cinquante, l'enseigne fondée par le grand-père commercialisait les combustibles. «Nous avons grandi par étapes», raconte Christophe Challande. La réalisation de l'autoroute A1 (Genève-Lausanne) a donné un coup d'accélérateur aux secteurs du bâtiment et des infrastructures. Les Challande optent alors pour les matériaux de construction. «A l'époque, c'était surtout du plâtre, du ciment, et des briques.»

Aujourd'hui, ces matériaux restent l'activité la plus importante. Mais c'est sur plus de 16 000 m<sup>2</sup> que la société déploie l'ensemble de ses prestations. Machines et outillage, matériel de peinture, carrelages... Et, depuis une vingtaine d'années, la pierre naturelle, dont l'entreprise possède un des stocks les plus importants de Suisse romande.

### La stratégie des petits pas

Crise financière qui plombe l'horizon, concentration des enseignes, rien ne semble avoir de prise sur la société familiale nyonnaise, qui emploie désormais plus de 70 personnes, et réalise un chiffre d'affaires d'environ 40 millions de francs.

Même l'essor de Gétaz Romang n'inquiète pas vraiment Christophe Challande. Le leader du marché semble pourtant dopé par son intégration dans le giron d'un puissant groupe



ALAIN ROUÏCHE

**HABITAT** Christophe Challande a repris les rênes de la société familiale. D'abord commerçants de charbon, les Challande ont petit à petit étendu leurs activités aux matériaux de construction. L'économie nyonnaise était alors portée par la construction de l'autoroute A1 (Lausanne-Genève).

NYON, LE 17 NOVEMBRE 2009

irlandais (CRH). Le domaine est d'ailleurs très concurrentiel: «D'autres acteurs lorgnent le marché. Des Valaisans, des Suisses alémaniques, des Français.»

Très bien implantée localement, l'entreprise mise beaucoup sur la proximité, les contacts avec les artisans locaux. «Nous soignons le conseil, et nous faisons attention à enga-

entrepreneur a pris des mesures pour se préparer à affronter les turbulences économiques.

«Pour l'instant, on ne sent pas vraiment les effets de la crise. Mais nous sommes prêts à réduire les volumes. Nous n'avons pas engagé de nouveaux collaborateurs après des départs. Il nous manque un ou deux chauffeurs... Nous restons sur nos gardes.»

### Seul dans la place

C'est peut-être cette gestion prudente qui a permis à la société de se renforcer, en pleine crise des années nonante. La région nyonnaise comptait alors quatre magasins de matériaux. Tandis que Challande acquerrait une société-sœur, Gétaz Romang reprenait l'autre.

Aujourd'hui, il ne reste plus que Challande à Nyon. Regroupant ses forces à Etoy, son concurrent historique a fermé sa succursale de Nyon.

Ce n'est pas Christophe Challande qui s'en plaindra. Surtout, il pense déjà à demain. L'espace pour se développer manque, pas les projets. Mais le jeune patron se donne deux ans pour «digérer» l'investissement que représente le nouveau département des sanitaires. «Le marché est actuellement en croissance, malgré la conjoncture. Avec la pénurie de logements, la construction ne va pas s'arrêter du jour au lendemain.» Le segment haut de gamme est le plus menacé par la crise. «Peut-être que les gens vont se tourner davantage vers le béton. Mais les volumes ne vont pas diminuer.» ■

**«La proximité est une valeur reconnue. Mais on ne doit pas vivre sur nos acquis. Pour tenir son marché en main, il faut rester en contact perpétuel avec le terrain»**

CHRISTOPHE CHALLANDE

Christophe Challande n'a aucune hésitation sur ses choix stratégiques. «Nous savons maintenant que nous avons des visions différentes. Et les grands groupes ont des contraintes que nous n'avons pas...»

ger des gens de notre cru.»

Pour l'heure, la «stratégie Challande» s'avère payante, ajoutée à une bonne dose de vigilance. «Il ne faut pas avoir la folie des grandeurs.» D'ailleurs, en parallèle au dernier investissement, le jeune