

CINEY Achêne

# Brainbox : devenir le pro de sa maison

Depuis 40 ans, la société Brainbox met au défi les candidats bâtisseurs de devenir leur propre électricien, chauffagiste, plombier...

• Bruno MALTER

**B**rainbox à Achêne : plus qu'une société, un concept. À la base, il y a eu l'intuition de Jean-René Fondu, le père de Philippe, qui a repris les rênes de l'entreprise au décès du papa en 2006. « Mon père avait compris qu'il y avait moyen de s'adresser aux particuliers qui ont envie de mettre la main à la pâte, dans la construction ou la rénovation de leur maison. »

Il y a quarante ans, le « do-it-yourself » n'était pourtant pas encore tendance alors qu'aujourd'hui, parmi les jeunes générations, de plus en plus de candidats bâtisseurs veulent se frotter à des disciplines techniques comme l'électricité, le sanitaire mais aussi le chauffage ou la ventilation.

« Le do-it-yourself est un créneau assez étonnant, observe Philippe Fondu. Qu'on soit en période de crise ou pas, il y a



ÉdA - Florent Marot

En 40 ans, Brainbox a bien diversifié ses secteurs, mais toujours en gardant le principe du « do-it-yourself ».

toujours de la demande pour le fait main. » Dans le premier cas, le critère budget sera déterminant ; dans le second, c'est une clientèle plus avertie qui viendra frapper à la porte de l'entreprise, avec des envies et des projets souvent déjà bien aboutis. Beaucoup de jeunes rentrent dans la première catégorie ; dans la seconde, on trouve des clients qui en sont à leur seconde, voire leur troisième rénovation ou construction.

« Au départ, on tablait notre

communication sur le gain de 50 % en passant par les kits à monter soi-même. En réalité, en faisant soi-même les travaux, on gagne bien plus que cela. Le client est amené à s'intéresser à la technique, il appréhende de manière plus fine ses besoins. Et, en cours de chantier, il peut toujours faire évoluer son projet en fonction du retour d'expérience. Avec notre solution, on changera plus facilement l'emplacement d'un interrupteur, on ajoutera sans problème une prise à un endroit qui n'était pas prévu... On peut

plus facilement s'adapter en cours de chantier. »

### Dialogue et service

Philippe Fondu insiste sur le fait que Brainbox n'est pas un simple fournisseur de matériel en kit. « La notion de conseil, de dialogue et de service est primordiale, explique-t-il. Dans le contrat est prévue d'office une pré-visite par un organisme de contrôle en cours de chantier.

Reste qu'on ne s'improvise pas électricien, plombier ou chauffagiste. D'où la néces-

sité pour l'entreprise cinacienne de soigner ses notices techniques.

« On ne va pas balancer aux clients les notices trop techniques des fournisseurs de matériel, précise le patron. On travaille beaucoup au départ de photos ou de vidéos explicatives, on privilégie les schémas de raccordement plutôt que les textes. Mais pas besoin d'être un bricoleur confirmé pour s'en sortir. La principale compétence à acquérir, c'est de pouvoir faire des saignées dans les murs. »

Et si malgré tout, le client se perd dans les explications ? « Alors, un technicien se déplacera sur chantier pour aider le client à y voir plus clair. Il m'est arrivé récemment de me rendre chez un client qui arrivait en fin de chantier de chauffage, ne parvenait plus à le terminer. J'ai remonté le kit au niveau du sol et c'était reparti. »

Brainbox a notamment choisi de travailler avec un nombre limité de fournisseurs, dans une relation de long terme. Le but : cela permet à la société de se concentrer sur du matériel de qualité, mais accessible aux particuliers sur le plan du montage tout en se concentrant sur le volet pédagogique du service à fournir au candidat au do-it-yourself. ■

## Pour la première fois, pas à Batibouw

Cette année, Brainbox a décidé de boycotter le salon Batibouw. Pour sa promotion, la PME cinacienne mise sur le « do-it-yourself ».

**P**our la première fois en quarante ans, Brainbox ne participera pas au salon Batibouw. La grand-messe de la construction amenait pourtant son lot de demandes de devis : environ 130 devis par édition. Avec l'inconvénient que parmi ces 130 demandes, beaucoup de clients potentiels frappent à de nombreuses portes, d'où une perte



ÉdA - Florent Marot

À l'étage, Brainbox a aménagé un appartement-témoïn.

potentielle de temps et d'énergie.

Cette année, la société cinacienne a donc décidé de changer son fusil d'épaule. Les week-ends

correspondant au salon, elle organisera des journées portes ouvertes en entreprise. D'autres le seront encore d'ici la fin de l'année. L'occasion de présenter au client potentiel un appartement-témoïn qu'elle a aménagés à l'étage et où les principales technologies sont présentées, montées ou en phase de montage. « Au terme de l'année, on regardera si notre nouveau positionnement nous permet de compenser les contacts perdus lors du salon. »

Derrière ce changement de stratégie se profile aussi une certaine déception à l'égard de l'organisation du plus grand salon de la construction en Belgique. Un salon qui, pour Philippe Fondu, n'écoute plus assez ses exposants. ■ **B.M.**

### VITE DIT

Brainbox a d'abord construit sa réputation au départ de kits en électricité.

La société a ensuite investi le secteur du chauffage en 1992, avant de proposer une solution de chauffage par le sol à partir de 2006.

Les progrès de l'isolation l'ont incitée à proposer, à partir de 2012, des kits de ventilation, simple ou double flux.

2016 voit l'entreprise d'Achêne investir le secteur de la domotique. Toujours sur le même principe du « do-it-yourself ».