

LE BRICOLAGE RESTE PORTEUR

ENTRETIEN

Les changements de comportement du consommateur, la multiplication des magasins et la déclassification professionnelle bousculent le marché et posent certains problèmes aux commerçants spécialisés. Cependant, le bricolage reste globalement porteur, mais pour combien de temps encore, nous dit Vincent Delaroux, président du Syndicat National du Bricolage.



L inquiétude que peuvent actuellement manifester les fabricants français de produits de bricolage ne semble pas entièrement partagée par le président du SNB. Certes, comme nous le faisons récemment remarquer dans BS, le SNB a pu aussi observer en 1990 des transferts de dépenses au détriment du bricolage et ressentir ainsi un léger tassement de la demande. Encore qu'il soit toujours embarrassant de quantifier l'évolution du marché, dans la mesure où aucun moyen de suivi précis des chiffres d'affaires des magasins n'existe encore. Autant rencontre-t-on de responsables de point de vente, autant obtient-on de réponses différentes.

Ces réserves émises, le président du SNB se dit persuadé que globalement le bricolage évolue d'une façon encore satisfaisante, bien que moins soutenue que par le passé... et estime que les appréciations sont

faussées par le fait que les implantations de surfaces sont supérieures à la progression du marché.

"Si je devais résumer ma position, estime Vincent Delaroux, je dirais qu'il y a effectivement un certain fléchissement de la demande depuis quelque temps. Par contre

nous restons dans un secteur globalement porteur, mais nous soufrons de l'incidence d'implantations multiples et donc d'une répartition des chiffres d'affaires et des fréquentations des points de vente.

Je ne partage donc pas entièrement le pessimisme des fabricants

Le président Delaroux, "le bricolage nécessité va en régressant et le bricolage plaisir, n'a pas encore totalement pris le relais".

qui semblent peut-être plus inquiets que les distributeurs. C'est ce qui m'apparaît des rencontres que nous avons pu avoir avec les différents représentants des syndicats et organisations de producteurs qui expriment une certaine inquiétude...

Les changements de comportement

Est-ce que leur attitude n'est pas également due au fait que dans certains cas les produits d'importation prennent une place de plus en plus importante. Je me demande s'ils ne sous-estiment pas ce phénomène, même s'il faut parler de cela avec la plus grande prudence: "les fabricants français peuvent très bien avoir un petit fléchissement, qui soit dû à une pénétration plus importante des productions étrangères..."

La nouvelle génération des magasins des grands groupes s'avère très améliorée par rapport au passé. Les dernières réalisations marquent une évolution intéressante en ce qui concerne la présentation de l'offre. Cependant, fait remarquer V. Delaroux :

"Je crois qu'un problème de fond demeure: il me semble que nous sommes tous restés un peu trop utilitaires dans un marché de consommation où il faut maintenant séduire..."

Pour le SNB, la phase d'équipement est passée, le bricolage nécessité va en régressant et le bricolage plaisir n'a pas encore totalement pris le relais. Les magasins ont insuffisamment évolué par rapport aux nouveaux comportements des consommateurs, et notamment des jeunes qui n'ont pas la même approche du bricolage. Analyse que V. Delaroux illustre ainsi :

"Aux débuts du bricolage, il n'était pas rare de voir des couples passer dix ou quinze ans de leur vie à restaurer une résidence secondaire. Maintenant, c'est un phénomène

que l'on rencontrera moins avec les jeunes. Ils ont d'autres préoccupations de loisir et s'orientent davantage vers l'éphémère (d'où les transferts de dépenses)... On dit souvent que notre principal concurrent est le Club Méditerranée, ou d'autres formes de loisirs, ce qui montre bien ces modifications de comportement..."

Les jeunes dépenseront des sommes plus importantes pour faire un voyage de 8 ou 10 jours, mais ils ne passeront plus 10 ans à restaurer une maison. On constate assez bien ces nouveaux comportements au moment des mariages : avant, quand les jeunes se mariaient, ils demandaient en cadeaux des produits durables... Aujourd'hui, on les voit très souvent demander un voyage de noces, et le voyage terminé ils ne leur restent que des souvenirs."

La déclassification professionnelle

Donc, les magasins de bricolage auraient pris un peu de retard par rapport à ces importants changements de comportement, estime le président du SNB, qui soulève par ailleurs un autre sujet d'inquiétude: "Il me semble que nous sommes quelquefois trop comparables à l'hypermarché, ce qui peut dans certains cas pousser le consommateur à acheter l'essentiel de ses produits de bricolage dans son hyper et à ne se fournir que du complément dans son magasin de bricolage spécialisé... Alors, l'on compense actuellement cette fuite par le quantitatif et non le qualitatif. C'est à dire que face à un hyper de 15000 m² qui développe une surface de bricolage de 1500 à 2000 m², on va faire une GSB de 10000 m² pour être crédible auprès du consommateur... Je ne crois pas que cette seule réponse quantitative soit suffisante dans l'avenir".

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE SNB ET SÉMINAIRE DÉMARQUE DU 26 MARS 91

**AVEC LA PRÉSENCE DE PHILIPPE CATTIAUX
DIRECTEUR DU COMMERCE INTÉRIEUR**

Le Syndicat National du Bricolage, qui rassemble désormais la totalité des enseignes de bricolage en France, tiendra son assemblée générale le 26 mars prochain.

Le bureau et les différentes commissions du Syndicat ont, au long de l'année 1990, rencontré tous les interlocuteurs économiques, et ainsi sera dressé un copieux bilan d'activité de l'exercice écoulé.

En prélude à cette assemblée générale, le SNB traitera du problème de la lutte contre la démarque inconnue au cours d'un séminaire animé par un spécialiste de la question :

La démarque dans le bricolage = 1,4 milliard de francs
4 heures pour la faire baisser

L'enjeu et les moyens à mettre en œuvre, dont notamment :

- la logistique
- l'encaissement
- les systèmes de protection
- ce que vous pouvez faire et ne pas faire
- et bien d'autres méthodes (lieu: Hôtel Concorde St Lazare à Paris)

Deux formules de participation au Séminaire Démarque :

- (A) Séminaire du 26 mars
+ Dîner/Soirée brésilienne le 25 au soir
1.700 F (net de taxe)
(B) Séminaire seul
1.400 F (net de taxe)

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES AUPRES DU SNB

créer des tensions, qui risquent de déstabiliser les groupes les plus vulnérables et peut être nécessiter de nouveaux rapprochements...

Les groupes régionaux chercheront à conforter leur position afin d'accéder dans les 5 à 10 ans à venir à une image nationale.

Par ailleurs, nous avons déjà de nombreux fournisseurs de niveau multinational, et l'ouverture de plus en plus rapide des frontières accélèrera l'internationalisation de la production. Je ne crois pas que ce sera très compatible avec des groupes de plus petite taille, à moins qu'ils ne créent des structures communes... Ainsi, je crois donc que la concentration continuera. En revanche, il y aura toujours des indépendants qui subsisteront grâce à leur souplesse, leur bonne implantation, leur forte image locale et le dynamisme de leurs dirigeants".



**Les délais
de
paiement**

Enfin, se pose à la profession un certain nombre de problèmes communs à tous les commerces, comme celui très sensible du crédit inter-entreprises et des menaces de raccourcissement qui pèsent actuellement sur les délais de paiement. Voici ce que peut déjà nous en dire V. Delaroux, avant de développer plus abondamment ce thème, parmi d'autres, lors de la prochaine assemblée générale du SNB, le 26 mars :

"C'est un dossier important sur lequel nous nous sommes beaucoup investis dans le cadre du Conseil National du Commerce.

La première observation que nous

pouvons faire n'est pas la moindre : le crédit inter-entreprises entre les producteurs et le commerce ne représente que 15 % du flux général, 85 % étant du ressort de l'industrie à l'industrie, de l'industrie à l'administration, etc... Donc, le problème est moins important qu'on ne le pense...

Deuxième observation : s'il y a une sensibilité des fabricants en la matière, c'est quand même davantage dû à la grande distribution alimentaire. Celle-ci a souvent obtenu des délais de paiement importants, dont les fabricants sont en partie responsables puisque ce sont eux qui les ont accordés...

Troisième observation : par rapport à ce qui se pratique dans les autres pays européens, on peut dire que la France se trouve dans une situation médiane...

Quatrièmement : dans le cadre de la réflexion actuellement menée par le CNC et le CNPF, et à laquelle nous participons activement, nous demandons aux fabricants de revenir à la justification des délais de paiement et d'avoir une réflexion approfondie sur cette dernière. A l'origine, ces délais étaient proportionnels à l'effort de stockage du commerçant. Par la suite, cette notion a disparu. Or, si tant est qu'il faille faire baisser les délais de paiement il ne faut surtout pas le faire d'une façon uniforme, ce serait catastrophique pour les entreprises et surtout pour les nôtres, qui avec une rotation faible, font un effort de stockage important et, par là même, régulent les forces de stockage de leurs propres fournisseurs...

Cinquième observation : c'est que nous avons un système bancaire français qui n'est pas obligatoirement prêt à prendre le relais de ces délais de paiement... Enfin, suggère le président Delaroux, il y a une bonne manière de réduire dans certains cas ces délais de paiement. C'est de les substituer à des escomptes qui se justifient économiquement..."

De toute façon, sur ce sujet, l'action du Syndicat National du Bricolage reste strictement dans le cadre de la commission paritaire CNC/CNPF.

A.S.