

## Eberhardt, Une centenaire en forme

Le distributeur alsacien d'appareils haut de gamme (Liebherr en froid, Baumatic en cuisson et Falmec en aspiration), fête ses 100 ans cette année.



*Hotte Butterfly de Falmec.*

Christian Eberhardt, petit-fils du fondateur et président de l'entreprise depuis 1988, a résumé les grandes étapes de l'histoire de ce qui

était un simple atelier de tôlerie à l'origine, pour devenir une firme de plus de 150 salariés. Le chiffre d'affaires a suivi une hausse ininterrompue, passant de 4 millions d'euros dans les années 1970, à 20 M€ en 1980,

50 M€ en 1990, 80 M€ en 2000 et 130 M€ en 2011. Rencontré à l'occasion de cette célébration, Franck Pellé, le directeur général Commerce, précise la philosophie et le bilan de la société familiale, tout en analysant le monde, sectoriel et macroéconomique dans lequel elle évolue. La centenaire a manifestement conservé toute sa raison et son dynamisme pour entreprendre un nouveau siècle riche de succès.



*Combiné 2 circuits NoFrost/BioFresh de Liebherr.*



*Four micro-ondes de Baumatic.*

Culture Cuisine : Que représente ce siècle d'existence fêté aujourd'hui par Eberhardt ?

Franck Pellé : *Cela représente deux choses. La première concerne les trois générations de cette société qui est toujours restée familiale, ce qui constitue une remarquable stabilité dans un monde marqué par la primauté d'un système bancaire et financier agissant sur le court terme. Cela dit, je pense que la situation va changer dans les prochaines années en faveur des sociétés de nature familiale. Eberhardt et ses dirigeants successifs ont toujours su garder le même cap et la même philosophie, en s'autofinçant malgré la dérive libérale et court-termiste qui a caractérisé les trente dernières années.*

*Le second enseignement que nous tirons de ce siècle d'existence est qu'il est important de gérer sur le très long terme, à la façon d'un exploitant forestier. Cette comparaison peut surprendre dans le monde de l'électroménager, mais je l'assume entièrement. Un exploitant forestier plante un arbre qu'il ne coupera pas lui-même, laissant à ses enfants, voire ses petits-enfants cet héritage productif. Par soucis de pérennité, il continuera de planter des arbres durant les années de disette, en attendant des périodes plus prospères. Je sais, je suis très démodé.....*

CC : Pensez-vous que le monde de l'électroménager coupe trop tôt les arbres qu'il plante ?

*F.P : Oui. Un arbre dont les racines ne sont pas assez profondes est arraché et tombe à terre au premier coup de vent. Aujourd'hui, ce n'est pas l'électroménager seulement qui est devenu court-termiste, mais le monde libéral dans lequel il évolue. Celui-ci est soutenu par des gens qui placent, dans l'inconnu d'une finance virtuelle des sommes en espérant des dividendes toujours plus rapides. Ils ne prennent pas le temps de faire fructifier leur argent en l'investissant dans des sources de développement foncières et concrètes. Le terme « capitalisme » est critiqué parce qu'il a été galvaudé. En réalité, il consiste à investir réellement dans les forces vives de l'entreprise, à commencer par les hommes et les femmes qui la composent, en participant notamment au recrutement des postes clés, mais aussi dans l'outil de production. Cet investissement capitaliste a pour but de faire fructifier l'entreprise, en lui laissant le temps nécessaire d'y parvenir. Il est alors normal d'apporter une juste rémunération des actionnaires. C'est cette philosophie qui a toujours animé Eberhardt depuis ses origines. Cela n'a pas été incompatible avec une nécessaire adaptation aux changements de l'environnement économique.*



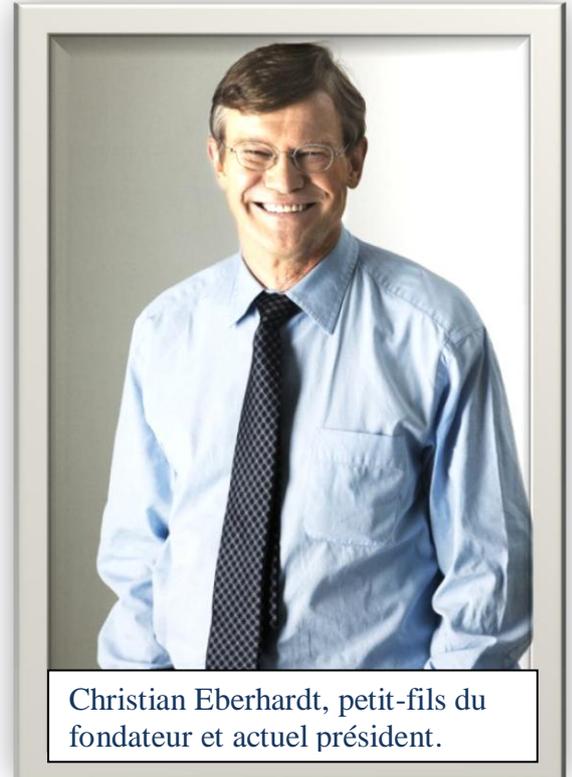
Franck Pellé, directeur général Commerce.

CC : Comment jugez-vous la course aux volumes des fabricants d'électroménager depuis plusieurs années ?

*F.P : Le développement d'une marque d'électroménager nécessite des investissements industriels importants, notamment dans la famille du Froid. Nous ne sommes pas obligés de faire la course aux volumes, mais si ces derniers sont trop faibles, l'outil de production n'est plus amorti. Liebherr a fait le choix de garder un positionnement haut de gamme, tout en réalisant une stratégie commerciale lui assurant des volumes suffisants pour réaliser un chiffre d'affaires et des résultats permettant de réinvestir régulièrement dans la modernisation de son outil industriel.*

CC : Vous avez évoqué votre adaptation aux évolutions du commerce et de la distribution de l'électroménager. Quelle place tiennent les cuisinistes dans votre dispositif ?

*F.P : Nous restons centrés sur les Professionnels de notre métier, c'est-à-dire ceux qui savent concevoir les ensembles de meubles, mais aussi ce qui savent équiper la cuisine, soit les cuisinistes et les électroménagistes. Ces deux catégories développant les notions d'installation, de services et de conseils, elles sont un vecteur essentiel de la stratégie de distribution sélective de nos trois marques Liebherr, Baumatic et Falmecc. Nos cuisinistes partenaires sont concessionnaires ou franchisés d'enseignes nationales, mais aussi indépendants.*



Christian Eberhardt, petit-fils du fondateur et actuel président.

CC : Quel bilan dressez-vous de ce début d'année 2012 ?

*F.P : Les quatre premiers mois ont accusé un léger recul, en raison de la mise en place de notre distribution sélective qui a réduit le nombre de nos débouchés, donc nos volumes de ventes, notamment en Liebherr, parce que c'est notre marque la plus anciennement et largement implantée en France. Cet effet mécanique était attendu et il cesse avec la période qui s'ouvre et qui redevient comparable à celle de référence. Nous avons décidé d'appliquer cette distribution sélective pour défendre nos distributeurs, en leur assurant des gammes protégées d'une concurrence faussée voire déloyale.*

*Propos recueillis par J.A*