

# La modernité du commerce

*permet à chacun*

*d'être un bon agenceur de cuisines*

*Cette croyance occulte le fait que la cuisine intégrée n'est pas un produit fini...*

Jusqu'à la fin du siècle dernier, la question ne faisait pas débat : fabricants d'ensembles de mobilier, d'appareils encastrables et de composants (ferrures notamment) considéraient à l'unisson qu'il fallait des qualités très pointues et rares, doublées pour le meilleur d'une longue expérience du métier pour prétendre accéder à la définition de l'agenceur de cuisines qualifié.

Puis, venant en totale opposition avec ce dogme, est née l'idée reçue s'adossant sur une évolution de la distribution que d'aucuns parent d'emblée de la toge immaculée et vertueuse (forcément) de la modernité du commerce, voire de la société pour les plus enflammés : il ne faut pas connaître les arcanes du métier pour être un agenceur de cuisines compétent. Cette croyance s'est répandue dans le grand public via Ikea et Lapeyre, enseignes généralistes de la maison jouissant d'une bonne image consumériste, chacune pour des raisons propres conformes à son positionnement (schématiquement les tendances branchées pour l'enseigne suédoise, une certaine crédibilité issue d'un public de menuisiers pour la française).

Or, abonder dans cette idée reçue revient à oublier que ces mêmes distributeurs s'inspirent des méthodologies (à défaut de méthodes) suivies par les agenceurs de cuisines traditionnels ou de réseaux de concessionnaires, voire spécialisent leur personnel de service par le recrutement de professionnels travaillant ou ayant travaillé en magasins de cuisines. Plus récemment, cette idée s'est aussi trouvée une nouvelle justification grâce au développement de la franchise. Or, l'erreur vient ici d'une confusion de la cause et de l'effet. Ce système contractuel de commerce s'est étendu dans le marché cuisine en raison d'une faiblesse de renouvellement

des effectifs compétents dans les réseaux de concessionnaires qu'il fallait bien combler. La franchise s'est aussi développée pour des raisons financières (diktat du financier dont on connaît depuis l'automne 2008 les conséquences désastreuses) et en conformité avec l'ère de l'uniformisation généralisée (image, méthodes de vente, prix d'achat et offre produits). Ce système permet au franchiseur d'être davantage maître de son enseigne (au travers d'une charte plus stricte), tout en répartissant les risques d'investissement en sa faveur. Ce qui n'est pas une garantie de succès et encore moins de la qualification pointue des franchisés.

Car cette idée reçue occulte surtout le fait, devenu adage dans la profession, que la cuisine intégrée n'est pas un produit fini et qu'elle nécessite les interventions simultanées ou successives de plusieurs métiers (prise de cotes, vente, conseil personnalisé de décoration, pose, sans oublier la gestion d'entreprise et le management de salariés). Elle est surtout dangereuse, parce que générant une dévalorisation du métier en général et de ses acteurs sans distinction, en faisant baisser le niveau de sélection et en validant ainsi

la légitimité de tout nouvel opérateur, quelles que soient ses compétences et la moralité de ses méthodes de vente. Nul ne souhaiterait confier ses actes de succession à une personne se décrétant notaire par la simple apposition d'une plaque sur sa porte d'immeuble, laisser sa voiture à réparer à un amateur s'intronisant mécanicien ou, conséquence possible de cette naïve confiance et plus flagrant encore, être opéré par un homme disposant de simples gants en latex et d'une blouse bleue à la place d'études de chirurgie.

Jusqu'à preuve du contraire...

**Jérôme Alberola**

