

Vente d'encastrables sur Internet

Marché de dupes...

S'il est un sujet tabou dans le microcosme de la cuisine et qui fédère ses divers acteurs par l'agacement qu'il provoque, c'est bien la vente d'appareils ménagers sur Internet. Plus précisément : les sites de vente spécialisés. Un sujet qui devrait pourtant s'inscrire dans l'air du temps, la montée en puissance médiatique et commerciale du Web générant en général des commentaires plus ou moins enthousiastes et autorisés. Mais, évoquez la chose devant un fabricant d'appareils ménagers et vous obtiendrez une réaction allant de l'embarras sincère à l'indignation de circonstance, selon le tempérament de votre interlocuteur et, plus encore, selon l'écart entre discours officiel et position réelle de sa marque. Ces postures ont tendance à accroître l'agacement suscité chez nombre de cuisinistes par ce qu'ils considèrent une concurrence déloyale, s'estimant les dindons d'une farce de mauvais goût dont fabricants et sites spécialisés sont les complices, par le biais de grossistes oscillant eux aussi entre complaisance et nécessité, voire de prestataires d'aide à la vente à crédit. Après tout, on peut légitimement penser que les sites Internet ne proposent pas de produits de contrefaçon, ni des modèles subtilisés dans les usines ou entrepôts des fabricants...

Les cuisinistes ont-ils alors raison de se croire sacrifiés sur l'autel d'une certaine modernité ? Le tabou repose-t-il sur un double discours généralisé, voire une hypocrisie ambiante, ou simplement sur le recours trop fréquent à la langue de bois ? Ou bien s'établit-il sur un sentiment de défiance légitime des fabricants, face à la crainte de mal s'inscrire dans

...ou d'avenir ?

une évolution jugée inéluctable de la distribution, et de mal maîtriser un nouveau vecteur de développement commercial désormais incontournable ? L'est-il vraiment d'ailleurs ou se révélera-t-il un miroir aux alouettes pour les fabricants et les consommateurs, finalement victimes d'un système qu'ils auront promu ?

Autant de questions que le microcosme de l'électroménager préfère souvent éluder, soit parce qu'il n'en connaît réellement pas les réponses, soit parce qu'ils les devinent et qu'elles révèlent justement les conflits d'intérêts des fabricants. À commencer par les deux termes de l'équation principale qu'ils doivent résoudre : primo, ne pas prendre un train de retard en laissant les gros volumes générés par Internet aux concurrents ; secundo, conserver leurs positions au sein des créneaux de distribution physique, à commencer par les GSS (Darty, Boulanger, etc.) et les cuisinistes. Les réponses formulées par les uns et les autres montrent toutefois que des solutions sont envisageables. Car s'il demeure impossible aux marques d'électroménager d'interdire absolument aux sites Internet de les référencer (la législation sur le refus de vente est stricte en France), il est toutefois possible de rendre les deux termes de l'équation compatibles, notamment en favorisant la mise en œuvre d'une politique de distribution sélective (ou restrictive) des gammes, établie en fonction des divers types de commerces et vouée à protéger leurs revendeurs cuisinistes. Des fabricants, Miele en tête, ont déjà choisi, avec courage et succès, de se positionner clairement sur ce terrain jugé glissant par la majorité. Quoi qu'il en soit, les solutions passeront forcément par une réflexion sereine sur la problématique actuelle et par un dialogue ouvert avec toutes les parties concernées. Croire qu'on pourra continuer de

MaisMoinsCher.com

FOUR MULTIFONCTIONS PYROLYSE SIEMENS HB750451F

553,00 €

Prix tout compris :

- Ecartaxe 6,00 € incluse.
- Frais de port : livraison offerte, avec rendez-vous
- Garantie : garantie constructeur incluse

Suggestions, options :

Garantie

constructeur	inclus
• Maismoinscher 1 an	+15,00 €
• Maismoinscher 2 ans	+31,00 €
• Maismoinscher 5 ans	+107,00 €

Les produits sont vendus avec une garantie constructeur (2 an pièces en général).

© maismoinscher.com

MaisMoinsCher.com

FOUR MULTIFONCTIONS PYROLYSE DE DIETRICH DOD448303

1242,00 €

Prix tout compris :

- Ecartaxe 6,00 € incluse.
- Frais de port : livraison offerte, avec rendez-vous
- Garantie : garantie constructeur incluse

Suggestions, options :

Garantie

constructeur	inclus
• Maismoinscher 1 an	+15,00 €
• Maismoinscher 2 ans	+31,00 €
• Maismoinscher 5 ans	+107,00 €

Les produits sont vendus avec une garantie constructeur (2 an pièces en général).

tenir un double langage au gré des interlocuteurs du moment, ou entretenir un décalage entre discours officiel et actions commerciales serait une erreur lourde de conséquences en termes d'image et d'activité. Comme dans tout microcosme, les accords prétendus tacites et les manœuvres dans l'ombre finissent toujours par éclater au grand jour. De même, appliquer la politique de l'autruche, notamment vis-à-vis des interventions des circuits longs en général et des grossistes en particulier, ne se révélera pas davantage efficient. Car ne pas agir dans un domaine nouveau où les cartes sont en cours de distribution revient à subir le jeu : celui du marché, celui des concurrents plus réactifs et, surtout, celui des consommateurs dont l'intérêt d'aller au plus offrant a déjà montré par ailleurs son impact corrosif en termes de marges. Enfin, parier sur la chute prochaine des sites Internet est un leurre. À moins d'une apocalypse, le progrès technologique ne revient jamais radicalement en arrière. Le commerce sur Internet est devenu un créneau normalisé dans la réalité quotidienne des Français. Il connaît encore chaque année des forts taux de progression mais, contrairement aux prévisions des oracles un peu trop enthousiastes, il n'a pas dévoré le commerce physique qui reste très majoritaire. Nul ne trouve choquant d'acheter des C.D et des livres sur Amazon, mais il s'en vend encore beaucoup dans les Fnac et chez les libraires. Sites Internet spécialisés, grossistes, GSS d'électroménager et cuisinistes devront forcément cohabiter. Et à l'instar des libraires et des Fnac, les cuisinistes seront toujours préférés par une partie des consommateurs, à condition de conserver leurs avantages spécifiques en termes d'offres et de prestations. Des avantages qui ne dépendent pas que d'eux... Sous peine de les contraindre à s'adapter par des méthodes paradoxales, en prenant exclusivement à leur charge l'installation d'appareils achetés sur Internet par leurs clients. C'est ce que dit notamment en substance Christophe Hébrard, fondateur et dirigeant de maismoinscher.com, site spécialisé comptant entre 500 000 et un million de visites par mois. Avec en prime et sans tabou, quelques réflexions révélatrices des paradoxes et ambiguïtés du marché.

Propos recueillis par **Jacques Baron**.



Culture Cuisine : Depuis combien de temps le site maismoinscher.com existe-t-il ? Qu'est-ce qui a motivé sa création et quelle est sa vocation ?

Christophe Hébrard : La société a été créée en novembre 2000, afin de s'inscrire dans le vecteur d'activité et de communication qu'est Internet et qui se développait rapidement alors. La vocation de maismoinscher.com est de se poser en alternative crédible et efficace pour les consommateurs demandeurs de ristournes dans les magasins physiques, en leur accordant d'emblée les conditions tarifaires requises mais sans aller plus loin. De fait, notre positionnement se veut clair, réalisant au jour ce que d'autres font dans l'ombre des négociations. Ces dernières n'ont d'ailleurs pas cours chez nous, nos prix étant fermes et définitifs quels que soient les volumes d'achat de nos clients et en dépit des demandes de certains.

CC : Votre activité s'est-elle développée rapidement ?

CH : Oui, une fois que notre site s'est installé dans le paysage français des consommateurs internautes. Notre chiffre d'affaires est passé de 2 millions d'euros en 2003 à 8 millions en 2004, 19, 5 M.€ en 2005, 22,5 M.€ en 2006 et environ 26 M.€ en 2007. Le nombre de visites par mois du site varie au long de l'année, entre 500 000 visites lors des périodes creuses d'avril ou mai et près d'un million durant les fêtes de fin

d'année. Les taux de concrétisation sont également variables, s'établissant en moyenne à 1 %. Cela peut sembler peu, mais cela reste important en valeur absolue étant donné le nombre élevé de visites (soit effectivement 5 à 10 000 appareils vendus par mois, nldr) et le panier moyen des achats à 460 € h.t pour le gros électroménager (70 % en valeur de notre activité) et à 140 € h.t pour le PEM. Plus en détail, l'encastrable représente 40 % de nos volumes de vente de gros appareils et 60 % en valeur.

CC : Combien de marques d'appareils ménagers et de modèles référenciez-vous ? Où vous approvisionnez-vous ?

CH : Nous référençons une centaine de marques de GEM et PEM pour 4 500 références environ. Bien sûr, nous proposons des nouveautés, afin que notre offre soit la plus attractive possible. Nous avons même parfois tendance à trop anticiper la sortie des produits, les plaçant dans notre catalogue avant même qu'ils soient commercialisés, voire fabriqués en grandes séries.

Dans la plupart des cas, nous nous fournissons par le biais des grossistes en électroménager. Il arrive aussi que des magasins spécialisés en électroménager du circuit traditionnel nous proposent de leur reprendre des stocks invendus et / ou sur lesquels ils se sont trompés. Il s'agit alors de quantités réduites (5 pièces environ), mais qui en s'additionnant peuvent constituer des volumes importants. En revanche, les cuisinistes

ne procèdent jamais de la sorte. Enfin, certains fabricants nous fournissent en direct, qu'il s'agisse soit de leur gamme, soit occasionnellement de fins de série.

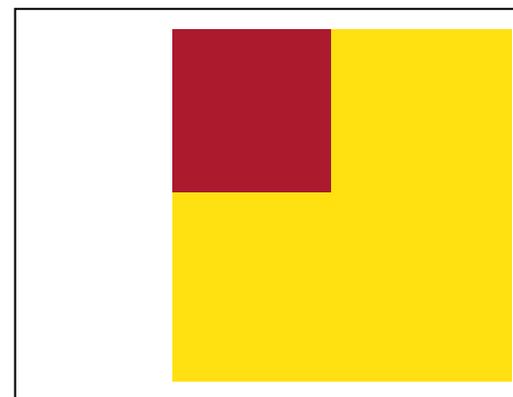
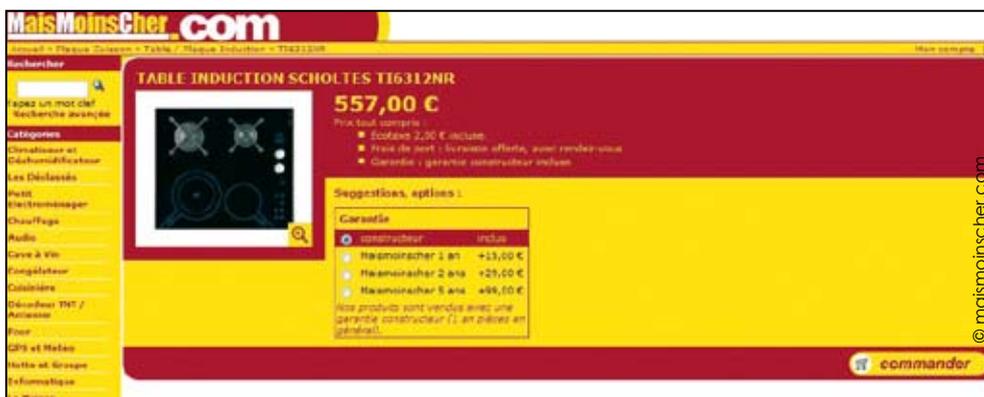
CC : *Sujet tabou à de nombreux égards, la vente d'appareils ménagers pose un problème épineux pour les cuisinistes qui se plaignent de concurrence déloyale en termes de tarif. Dont acte. Les responsables des marques qui les fournissent expriment les mêmes considérations, tout en étant embarrassés sur le sujet. Après tout, ce sont aussi leurs produits qui se vendent par votre intermédiaire. Comment vous intégrez-vous dans ce contexte et quels sont vos rapports avec ces industriels ?*

CH : Les fabricants sont peu nombreux à nous contacter directement, comme Liebherr et le groupe Brandt, la plupart préférant passer par l'intermédiaire des grossistes. Mais dans tous les cas, ils sont informés des commandes que nous passons à ces derniers, ne serait-ce qu'en raison des volumes concernés. Il ne faut pas être devin pour savoir qu'une commande de 400 plaques de cuisson à induction de la même référence émane

d'un site Internet spécialisé... La réalité est plus complexe que les discours officiels. Les industriels sont intrigués par le succès des sites de vente sur Internet, parce qu'il s'agit là d'un nouveau marché porteur de croissance, et ils sont à la fois inquiets justement en raison de ce caractère nouveau et du fait qu'il ne savent pas trop comment bien maîtriser tout cela. Leur position est donc assez ambiguë : elle revient à nous dire qu'ils ne veulent pas nous fournir en direct en vertu du politiquement correct vis-à-vis des grandes enseignes, et dans le même temps à accepter de nous fournir par le biais de leurs grossistes, en vertu d'un réalisme commercial, Internet étant un vecteur commercial aujourd'hui incontournable. On peut comprendre leur crainte de perdre des parts de marché au profit de leurs concurrents, s'ils décidaient de ne plus être référencés sur des sites tels que le nôtre.

CC : *Leur référencement sur ces sites serait donc devenu un créneau obligé pour leur développement ?*

CH : Peut-être le sera-t-il dans les prochaines années, mais pas forcé-

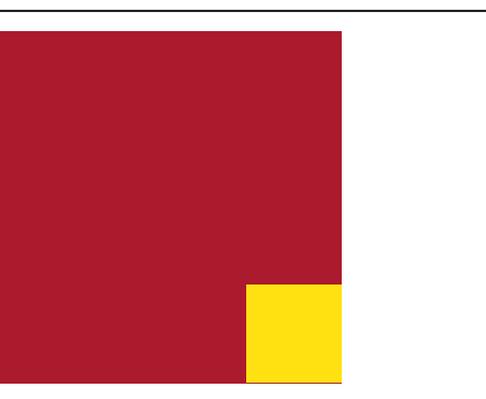


ment aujourd'hui. De fait, il y a aussi des fabricants qui ne veulent aucun rapport avec nous, comme Miele, par exemple. Nous avons bien conscience d'apporter une problématique inédite aux fabricants d'appareils ménagers, mais nous n'avons jamais eu l'intention de leur mener une guerre qui serait nuisible à tous, y compris nous-mêmes. Notre approche est aussi sereine concernant les cuisinistes. Nous avons toujours pensé que pour réussir dans notre activité, nous devons apporter aux consommateurs quelque chose de plus par rapport aux magasins traditionnels physiques. À niveau égal d'offre, de prestations et de prix, si vous avez le choix, vous préférerez toujours vous adresser à un cuisiniste ou à un autre magasin de proximité qu'à un site Internet, car en choisissant ce dernier, vous aurez comme tout le monde le sentiment de prendre un risque. Or, il faut que ce risque soit gagnant. D'où la vocation de maismoinscher.com de maintenir cet avantage tarifaire pour les consommateurs qui nous font confiance.

CC : L'autre argument des détracteurs de vente en ligne est de souligner ses

carences en termes de services aux consommateurs : délais de livraison aléatoires, garantie de non-casse ou de SAV hypothétique ou floue et surtout qualité de livraison minimale avec l'absence de montage et de mise en marche des appareils encastrables, voire leur simple dépose au pied de l'immeuble. Ces arguments sont-ils tout ou partie fondés et le cas échéant comment comptez-vous y remédier ?

CH : De manière générale, il est peu constructif d'avancer systématiquement qu'une offre est moins bonne qu'une autre sous le seul prétexte qu'elle est moins chère. Après tout, les appareils sont les mêmes... Les délais de livraison dépendent du mode d'organisation des sites Internet. Nous commençons à stocker des produits en propre et nous avons accès à tous les stocks de nos grossistes, ce qui nous permet d'avoir des délais rapides, équivalents à ceux des magasins physiques. De même, tous nos produits sont vendus avec la garantie constructeur que le consommateur peut étendre d'un, deux ou cinq ans, en choisissant les options que nous proposons. Les fabricants nous donnent



MaisMoiScher.com

Rechercher

TABLE VITROCERAMIQUE ROSIERES RVE6360PN

413,00 €

Prix tout compris :

- cotaxe 2,00 € incluse
- Frais de port : livraison offerte, avec rendez-vous
- Garantie : garantie constructeur incluse

Suggestions, options :

Garantie

constructeur	inclus
Maismoinscher 1 an	+15,00 €
Maismoinscher 2 ans	+29,00 €
Maismoinscher 3 ans	+39,00 €

© maismoinscher.com

d'ailleurs accès à leurs réseaux de S.A.V. La dépose et l'installation des appareils varient là encore selon les sites internet. Ceux qui font appel à des transporteurs traditionnels livrent en 48 heures mais se contentent de déposer les articles au pied de l'immeuble. Nous avons quant à nous fait le choix de confier ce service à nos propres chauffeurs qui aident le client à entrer l'appareil chez lui, y compris s'il est situé à l'étage. La seule exception concerne les réfrigérateurs américains side by side, car cela obligerait à les démonter pour les faire passer dans les encadrements de portes et escaliers avant de les remonter. Les clients sont évidemment informés de cette contrainte avant leur achat. Enfin, nous n'assurons pas l'installation, estimant qu'elle reste à la portée des clients lorsqu'il s'agit de modèles en pose libre (des simples branchements ou raccordement d'arrivée d'eau suffisent) ou que ce service, dans le cas d'encastrables, justifierait des tarifs plus élevés. Certaines enseignes généralistes ou spécialisées adoptent le même positionnement, y compris pour les ensembles de meubles, sans que cela ne choque personne, les clients achetant en toute connaissance de cause. Cela dit, nous réfléchissons nous aussi à la création d'options d'installation à la carte qui devraient être opérationnelles dans les deux ans à venir.

CC : Cela vous conduira à entrer plus loin dans le pré carré des cuisinistes...

CH : Nous n'avons pas les cuisinistes dans le viseur et ces services seront d'ailleurs eux aussi payants. De plus, il est hors de question de proposer des ensembles de cuisine sur Internet, les contraintes techniques étant trop nombreuses et ardues depuis le métrage jusqu'à la pose. Il ne s'agit donc pas d'exercer une concurrence déloyale mais d'apporter une réponse à cette attente de nos clients en matière d'encastrables. De fait, les attitudes ne sont pas aussi tranchées

qu'on pourrait le croire. Lorsqu'un consommateur dit qu'il compte acheter son électroménager intégrable sur notre site, les cuisinistes lui répondent régulièrement qu'ils ne sont pas hostiles à cette démarche et lui proposent alors de lui facturer uniquement l'installation. Je pense que cette formule leur convient pour deux raisons : primo, cela leur enlève les risques de S.A.V (qui est à notre charge) et secundo, ils préfèrent concentrer leurs efforts sur la vente des ensembles de meuble où leurs marges sont meilleures.

CC : Le partenariat de Sofinco est annoncé dès la page d'accueil de votre site. Le recours au crédit est-il fréquent en dépit de vos prix attractifs ?

CH : Non, il n'est pas très important. De plus, même si nous le mettons en avant dès notre page d'accueil, nous ne le promotionnons pas sur les pages produits.

CC : Auparavant, la grande distribution en général et Darty en particulier fixaient les prix de référence du marché. Aujourd'hui, ce rôle est-il dévolu aux sites de ventes en ligne ?

CH : Je ne pense pas, même si certains estiment que les sites Internet fixent les prix. Nous sommes sur deux créneaux de distribution très différents, chacun avec ses avantages et faiblesses. Tenter d'établir des comparaisons est donc hasardeux et peu fondé. Je crois qu'il y aura à l'avenir deux prix de référence marché, l'un avec service et l'autre sans. Avec la baisse des prix dans les grandes surfaces et la mise en place d'options de services payantes par les sites spécialisés, l'avantage des prix en faveur d'Internet devrait se réduire, tout en restant sensible. Le nombre de ces sites indépendants devrait diminuer jusqu'à 3 à 5, par fusion et rachat, partant du principe que les volumes constituent leur modus operandi et leur vecteur de succès. ●