

**Frédéric Jumentier, PDG de Findis**

## **« L'avenir du magasin de proximité passe par l'enseigne multi-canal »**

**Frédéric Jumentier, le PDG de Findis, détaille sa stratégie pour défendre et soutenir les enseignes de proximité de son réseau.**

**Univers Habitat : Sur des marchés en difficultés, Findis a maintenu son chiffre d'affaires et gagné des parts de marché. Comment l'expliquez-vous ?**

**Frédéric Jumentier :** Nous avons de fortes singularités : nous sommes focalisés sur le commerce de proximité, nous achetons seuls et maîtrisons totalement une politique commerciale à valeur ajoutée. Cette stratégie a du sens puisque nous avons maintenu nos résultats sur des marchés en perte de vitesse. Aujourd'hui, nous sommes rentables et solides. L'un des piliers de notre stratégie est notre efficacité en tant que grossiste (largeur de gamme, prix, délais, qualité de la force de vente). Notre second fer de lance consiste à développer des enseignes aux contenus attractifs. C'est l'une de mes convictions : l'avenir du magasin de proximité passe par l'enseigne multi-canal. Pour nous, le défi à relever consiste à compléter la batterie d'atouts des indépendants en leur permettant d'attirer une clientèle plus jeune. Actuellement, les 30/50 ans qui valorisent les marques et le service, se dirigent vers les GSS, alors qu'ils devraient trouver leur bonheur à côté de chez eux ! Nos outils d'enseigne visent à réorienter le maximum d'entre eux vers nos magasins.

**Univers Habitat : Justement, quelle est votre stratégie digitale ?**

**Frédéric Jumentier :** Le digital est un univers très concentré et très complexe. Nous devons parvenir à émerger sur le virtuel alors que notre ADN s'enracine dans le commerce physique. C'est pourquoi, depuis 2008, nous sommes résolument « branchés ». Cela a débuté avec les magasins ProxiConfort et BlancBrun par l'équipement d'une borne interactive et d'un site de e-commerce personnalisé pour chaque magasin. Cette mécanique a été depuis appliquée aux autres enseignes, Extra, Domial et Cuisine Plaisir. Cela dit, le e-commerce ne doit pas se substituer aux outils mis à disposition du magasin mais plutôt les compléter. Ceci doit permettre d'améliorer la visibilité du point de vente et de développer son trafic. C'est pourquoi nous appliquons à 90 % une stratégie web-to-store. Par exemple, un internaute doit obligatoirement sélectionner un point de vente pour se faire livrer. Notre modèle est abouti, la « tuyauterie » est en place. Cependant, tout cela ne suffit pas car nous devons être encore plus présents, en ligne, sur le chemin de la préparation d'achat du consommateur. Il faut donc apporter aux indépendants une visibilité locale, notamment par l'achat de mots clés géo-localisés et beaucoup d'autres solutions créatives sur lesquelles nous travaillons. Nous investissons beaucoup dans ce domaine pour lequel nous avons des équipes dédiées.

**Univers Habitat : Quels sont les enjeux de 2014 pour Findis ?**

**Frédéric Jumentier** : L'optimisation de notre organisation est faite. Au niveau de notre politique d'achat, tout l'approvisionnement des plateformes est géré de manière centralisée, l'approvisionneur et le chef de produit travaillent côte à côte. Résultat, nous avons moins de 1 % de produits obsolètes, ce qui laisse de la place pour les nouveautés. Avec 6 plateformes, beaucoup de livraisons en direct des usines et une grande disponibilité nous apportent une bonne performance logistique. Et, nerf de la guerre aujourd'hui, notre bonne santé nous permet d'avoir des stocks importants. Après, il y a encore beaucoup de choses à faire pour les indépendants, dont le métier évolue : pour aller chercher de nouveaux consommateurs, il leur faut s'associer à une enseigne performante, jouer à fond la communication et les concepts proposés et s'engager dans la digitalisation de la relation client. Au final, tout l'enjeu est que les consommateurs franchissent la porte du magasin, car ensuite le point de vente compétent réussit la vente ! Je suis très confiant pour ceux qui utilisent pleinement nos outils : ils font mieux que résister aujourd'hui.