



Raphaël LUCCHESI

Président du SEDIMA

édito



Une page se tourne, l'histoire continue !

Comment rédiger un édito de fin de mandat en faisant en sorte qu'il ne soit ni larmoyant, ni tout entier tourné vers le passé ? Précisément, en faisant le contraire !

Parlons des réussites, parlons des projets, parlons des enjeux que mon successeur et son équipe devront relever pour accompagner le SEDIMA vers son 100^{ème} anniversaire et aller plus loin encore.

Certains mandats se terminent dans un contexte économique favorable, le nôtre va se clore dans un environnement pour le moins compliqué, parce que le revenu de nos clients agriculteurs s'est très fortement dégradé en 2016, et que certaines productions étaient déjà sous le coup de pressions économiques depuis plus longtemps (secteur de l'élevage en particulier). Les perspectives d'améliorations ne seraient pas visibles avant l'été 2017 pour ce qui a trait aux effets seulement climatiques (météo), plus tôt ou plus tard quand le mal est structurel (lait par exemple qui est entré dans le monde de la volatilité).

La Distribution, au sens très large du terme, se doit de continuer à assurer et assumer son rôle d'interface avec ses clients, mais aussi avec ses fournisseurs, trop souvent très éloignés des réalités du terrain. Le mode de négociation des objectifs doit être reconsidéré, à minima mieux partagé, plus équilibré. En cette période, Monsieur « + » doit savoir modérer ses ardeurs ! Faire « tourner » une usine c'est bien (on comprend parfaitement l'enjeu), vouloir grignoter des parts de marché (c'est logique et c'est l'objectif de tous), mais attention à ne pas plomber plus encore les trésoreries des concessionnaires. Ce phénomène est d'autant plus ressenti quand il s'agit de jouer des coudes pour conserver sa place sur un marché !

L'image perçue de telle ou telle marque est forcément liée aux performances du concessionnaire quand elle est dégradée (c'est ce qu'on dit). Qu'en est-il quand elle est bonne ?

...suite en page 2

...édito, suite de la page 1

Pour préparer son futur, la Distribution doit pouvoir mobiliser des capitaux considérables (ce qui est souvent une exigence bien naturelle des constructeurs). Mais, le hic provient du fait que pour parvenir à disposer d'un réseau ad hoc nos fournisseurs sont toujours plus exigeants, approchant à grand pas de l'esprit de la franchise ; « c'est là qu'est l'os » ! Les produits « recommandés » (pour ne pas dire imposés) sont-ils aptes à se substituer à ceux déjà référencés sans remettre en cause les équilibres financiers existants (taux de marge, volumes et donc parts de marché) ? Il suffit de voir à quelle vitesse les fusions/acquisitions se font chez les constructeurs au détriment de leurs concurrents mais aussi et surtout -notre préoccupation- des réseaux eux-mêmes !

Ce fonctionnement par à-coups, risque de déstabiliser certains, d'en démotiver d'autres, en tous cas ne pas être profitable pour tous. Les arbres ne grimpent pas jusqu'au ciel, tout le monde le sait (ou devrait le savoir).

Dans un marché en forte contraction, à un moment où il est « bien » et politiquement correct de « partage de la valeur », la Distribution se doit d'être prête à aborder sereinement son futur, surtout au moment où certains sujets sensibles restent sur le métier, tel celui qui touche à la qualité des marchandises.

Je souhaite à tous nos adhérents, en commençant par nos élus, sans oublier nos permanents, une bonne continuation. Il en est de même pour nos partenaires économiques de l'amont mais aussi de l'aval. Qu'une bien meilleure année se présente et qu'une inversion rapide et puissante soit, espérons-le, durable !