

ESPACE ÉMERAUDE

Anticiper et relocaliser les approvisionnements

L'année 2021 s'est plutôt bien passée pour l'enseigne, portée par l'intérêt toujours présent des consommateurs pour améliorer les jardins et leur maison. Mais les tensions à l'amont la poussent à s'engager sur la relocalisation de ses appros, en France et en Europe.

PATRICK GLÉMAS

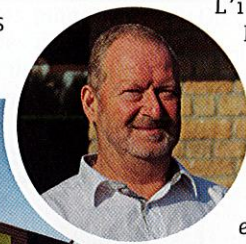
> 2^e AU NIVEAU NATIONAL

> Ce que les clients préfèrent chez Espace Émeraude

1. Le plus innovant
2. Offre le plus grand choix de produits dans tous les rayons
3. Meilleure mise en scène des produits et des rayons
4. Le plus « interactif »
5. Où les vendeurs sont de vrais experts en jardinage

Née il y a quarante ans, Espace Émeraude s'est bâtie sur une image technique où l'innovation tient une place prépondérante. Ce qu'apprécient les consommateurs qui fréquentent ces magasins. « C'est réjouissant d'être reconnu comme étant innovant, confie Jean-Marc Hupé, directeur général de l'enseigne. Nos clients sont des connaisseurs qui ont des idées bien précises sur ce qu'ils veulent. En plus des produits techniques, ils ont face à eux, en magasin, des vendeurs compétents. »

L'innovation est, pour Espace Émeraude, une voie pour conserver le leadership sur ses zones de chalandises. « C'est une continuité de l'histoire de l'enseigne, poursuit Jean-Marc Hupé. Mais il faut la rendre accessible à tous. Nous mettons en œuvre beaucoup d'efforts en communication pour la vulgariser. » L'enseigne travaille beaucoup sur les produits autonomes et sur l'énergie solaire. Sa dernière innovation concerne un distributeur d'engrais bio en vrac pour jardins et potagers, développé avec Solabiol. Une première en France.



Autre cheval de bataille de l'enseigne : la réparabilité et la recyclabilité des matériels. « Si le produit n'est pas réparable, nous le déréférencerons, annonce, d'un ton ferme, Jean-Marc Hupé. De même, nous devons savoir s'il est fabriqué avec des matériaux recyclables ou issus du recyclage. » Une telle approche, systématique, s'appliquera à toutes les familles de produits. Ce « changement de ton » s'appliquera dès 2022 !

ABORDER 2022 AVEC SÉRÉNITÉ

Par ailleurs, l'atelier, qui connaît une activité soutenue, sera le juge de paix en matière de réparabilité... Les ventes d'autoportées ont mieux progressé que celles des robots. Les machines reconditionnées connaissent un joli succès. « Mais, pour le matériel neuf, nous avons dû faire face à des ruptures de livraisons de la part de nos fournisseurs, regrette le directeur général. Même si certaines marques avaient pourtant du stock, qu'elles ont préféré garder pour leurs propres sites Internet ! »

Le réseau est resté stable avec 80 magasins dont 18 intégrés. La centrale a travaillé sur trois priorités. D'abord, l'offre du cœur de métier s'est consolidée afin de développer leur expertise auprès de leurs clients. Ensuite, le site Internet et la place de marché les ont aidés à faire venir de nouveaux clients. Enfin, la logistique a été affinée pour que les 20/80 soient livrables à l'unité en magasin afin de soulager leur trésorerie. Espace Émeraude s'apprête à aborder 2022 avec sérénité. L'enseigne est confiante, car les consommateurs continuent de s'occuper de leur maison et de leur jardin. Le développement du réseau va se poursuivre. À défaut de rapprochement avec d'autres enseignes, Jean-Marc Hupé imagine bien « des réseaux s'associer pour mutualiser des achats dans l'objectif d'accélérer leur développement. Seuls, nous sommes encore trop petits ! » De quoi encore faire bouger les lignes l'année prochaine !

> Hausse des coûts, pénurie... comment faire face ?

Comme toutes les enseignes, Espace Émeraude subit les hausses des prix des matières premières ainsi que du transport. Les pénuries se font aussi plus pressantes, rendant les affaires encore plus compliquées. « En tant que commerçant, nous nous devons de garantir à nos clients que nous avons la marchandise en stock, affirme Jean-Marc Hupé. Mieux vaut avoir un produit acheté plus cher que nous pouvons vendre que de proposer un produit pas cher que nous n'avons pas ! »

Mais avoir du stock, cela suppose d'avoir de la trésorerie ! Celle-ci est aujourd'hui le nerf de la guerre. « Se charger en marchandises est une forme de spéculation qui est contraire au commerce, poursuit le directeur. Mais nous n'avons pas le choix. Car pas de stock, pas de commerce dans le contexte actuel ! »

Espace Émeraude a entamé une politique de relocalisation de ses approvisionnements pour diminuer sa dépendance aux produits venant d'Asie. « Nous essayons de trouver des solutions d'abord locales, puis régionales, ensuite nationales et, enfin, européennes, plaide Jean-Marc Hupé. La France est un pays d'ingénieurs : mobilisons-nous ! Nous voulons limiter notre dépendance aux sources éloignées et aux aléas du transport. Cela nous coûtera un peu plus cher, mais nos fournisseurs seront plus proches. »