



Dans le bricolage, « il faut repenser notre modèle »

Stéphane Garreau, directeur de SCS Sentinel aux Landes-Genusson, souhaite que le marché du bricolage transforme son modèle de fonctionnement après la crise.

Quand le 17 mars, les grandes surfaces de bricolage (GSB) ferment leurs portes, c'est « un choc terrible » pour SCS Sentinel, basée aux Landes-Genusson. « Elles représentent à minima 70 % de notre activité », indique Stéphane Garreau, directeur opérationnel de l'entreprise spécialisée dans les produits d'accès à l'habitat comme l'interphonie, la motorisation de garage et maison ou la sécurité à domicile.

« On s'est retrouvé le bec dans l'eau », rapporte le responsable qui a placé prêt de 50 % de ses effectifs en chômage partiel. La production à l'arrêt, « on a uniquement conservé l'activité commerciale avec tous les employés en télétravail ».

Revoir l'offre de distribution

Pour essayer de garder la tête hors de l'eau, l'entreprise a tout mis sur « une stratégie digitale, avance Stéphane Garreau. Ça faisait déjà quelques années qu'on avait développé cela et là, ça a porté ses fruits. » Présent sur internet grâce aux plateformes de commerce en ligne et via leur propre site web, les « commandes ont plus que doublé depuis le début du confinement et on a constaté une hausse du trafic de plus de 50 % sur notre site », affirme-t-il. Un fonctionnement qui ne compense pas totalement sa perte de chiffre d'affaires mais qui « permet de passer la crise ».

Ce credo du numérique, il souhaiterait que les autres acteurs du bricola-



Stéphane Garreau est directeur opérationnel de SCS Sentinel depuis maintenant quatre ans.

(Photo : DR)

ge l'adoptent et en particulier les GSB. « Nous regrettons, comme bon nombre de nos confrères, que l'offre drive des enseignes n'a pas ou peu évolué durant cette crise, car les personnes ont besoin de s'équiper et souhaitent profiter du confinement pour bricoler », déplore-t-il.

« Pour moi, les commerces physiques et numériques sont complémentaires et non pas concurrents. » Après la crise Stéphane Garreau souhaiterait entamer une discussion avec ces magasins afin d'améliorer

leur offre. « Un client qui veut se faire livrer a le choix entre peu de références aujourd'hui. Des fois, elles y sont mais il faut aller les retirer sur place. »

Il s'inquiète également du fait que, malgré la fin du confinement, les gens ne soient pas très nombreux à affluer dans les magasins. Selon lui, « il faut repenser notre modèle et réfléchir à l'offre globale de distribution ». Le directeur SCS Sentinel souhaiterait que les clients qui commandent en ligne retrouvent quasiment le même

accompagnement qu'en magasin. « Il n'y a souvent que les informations techniques sur le produit. Il faudrait mieux informer le consommateur sur les articles et nous, fournisseurs, on peut aider ».

Relocaliser la production

Si la crise du coronavirus l'a conforté dans cette idée de renforcer le numérique, elle lui a aussi donné l'envie de rapatrier sa production. « La plupart de nos composants viennent d'Asie. On a été confronté dès janvier à la crise là-bas. C'est en plus tombé pendant le Nouvel an chinois et les usines ont été à l'arrêt pendant plusieurs mois. »

Une production en France permettrait à l'entreprise de gagner en autonomie, d'améliorer son image et de créer des emplois. Munie d'usines, SCS Sentinel pourrait potentiellement fabriquer elle-même la plupart de ses composants. « On va étudier très sérieusement cette option dans les mois à venir », assure son directeur.

Si l'envie ne manque, le projet n'est pour autant pas certain d'un jour aboutir. « Il y a un engouement pour le made in France mais est-ce réel ou éphémère, s'interroge le responsable. Si on fabrique chez nous, c'est sûr, on sera plus cher. Il faudra voir si les consommateurs et les grandes enseignes seront prêts à nous suivre. »

Adrian REMY.