



LE VAL DE SAONE SUD

Thoissey

SAINT-DIDIER-SUR-CHALARONNE

Tour du Made in France de la Camif : le P-dg fait étape chez Fermob

Économie. La coopérative de la mutuelle des instits a opéré une mutation, depuis sa reprise par un groupe, en devenant le spécialiste de l'équipement de la maison sur Internet. Jusqu'au 19 juin, son président va à la rencontre de ses fournisseurs. Il était jeudi chez Fermob, le fabricant de mobilier de jardin.

Parlez-nous de la **Camif** aujourd'hui...

Ça va faire cinq ans le 1^{er} juillet que nous avons relancé le site marchand. Cette marque était une institution pour de nombreux Français, avec une notoriété très forte qui fait qu'elle ne pouvait pas mourir. Nous sommes arrivés à un équilibre financier l'année dernière. Une très bonne nouvelle quand on sait la concurrence qui existe dans l'e-commerce.

Quelle est votre stratégie depuis la reprise de la société

par le groupe Matelsom ?
Pour reconquérir les millions de clients perdus, il fallait leur redonner confiance. On a défini plusieurs critères, regroupés dans une démarche que j'appelle CQFD : choix, qualité, fabrication française, développement durable. Des valeurs qui ont rencontré un énorme succès auprès des internautes. On s'est aperçu également grâce à la « consologisation » lancée sur notre site il y a un an, que nos clients avaient

envie de découvrir des fabricants de leur région. C'est d'ailleurs devenu leur deuxième critère de choix.

La vague « Made in France » d'Arnaud Montebourg vous profite ?

Le « Made in France » ne veut pas dire grand-chose. On sait que beaucoup de matières qui entrent dans la composition d'un produit sont fabriquées à l'étranger, comme le coton par exemple. Ce qui est important, c'est de savoir si mon achat va créer de l'emploi en France. Nous devons aussi apporter un maximum de transparence et de sincérité à nos clients. Les vidéos sur les coulisses de la fabrication des produits que nous proposons font 10 000 à 15 000 vues. 40 % des fournisseurs de la Camif fabriquent en France. On aimerait faire mieux mais c'est difficile avec toutes les délocalisations depuis dix ans.

Ce Tour de France, c'est aussi une façon de rendre hommage à ceux

qui fabriquent en France ?

C'est avant tout un moyen formidable de créer du lien entre le fournisseur, le distributeur et le client. Quatre ou cinq collaborateurs volontaires m'accompagnent sur chaque étape.

Ce sont des journées très riches, très denses, la concrétisation de tout un travail par du lien humain extraordinaire. Tout le monde s'enrichit de cette expérience : nous, nos fournisseurs que je préfère appeler partenaires, nos clients.

Une journée dans une entreprise, c'est un bénéfice énorme pour améliorer notre capacité à gérer la réclamation avec nos internautes. J'ai envie d'installer ce tour de France dans les temps.

Pourquoi Fermob ?

Cette société rentre complètement dans nos critères CQFD. Elle est aussi tournée vers l'innovation, notamment par la couleur, le design grâce à son P-dg, Bernard Reybier. Il est arrivé à doubler le chiffre d'affaires !



■ Emery Jacquilat, le président de Camif Matelsom, un des fers de lance du savoir-faire français. Photo Régis Barnes

Qu'est-ce qui vous a frappé le plus, au cours de ces premières étapes ?

Il y a un dénominateur commun, c'est l'engagement des dirigeants qui sont des gens passionnés. Un bon management, parfois en famille, voilà ce qui tient la baraque. Et puis le savoir-faire des gens, le dynamisme autour de l'innovation, la complexité des process avec une intervention humaine souvent très importante.

Et ce qui vous a interpellé ?

Le potentiel des produits n'est pas assez exploité. J'ai vu des choses extraordinaires chez les fabricants, des pièces que l'on ne trouverait pas ailleurs qu'en France. On m'a montré des chaises que l'on arrive à vendre à Disney ou en Angleterre. J'ai envie de réveiller le citoyen en lui montrant tout ce savoir-faire qui existe encore dans notre pays. ■

Propos recueillis par Régis Barnes