

Leclerc préfère la caissière à l'automate

Le distributeur va créer 1 300 emplois nets, cette année et, face à Internet, mise sur le dialogue avec les clients. Mais il craint un coup de grisou dans la consommation.

Entretien

Michel-Édouard Leclerc

Président des centres E. Leclerc.

La consommation en berne

« Je n'adhère pas du tout au discours ambiant, qui est lénifiant. Je suis très inquiet sur l'évolution de la consommation, qui a tiré la croissance en 2008-2009. Pour la première fois depuis sa création, notre indicateur de pouvoir d'achat réel – une fois défalquées les dépenses contraintes – passe au négatif. Pour nous, le pouvoir d'achat effectif chutera de 1,3 %, en 2010. D'un côté, il y aura une moindre progression des revenus, de l'autre, une reprise de la hausse des prix. Les tarifs fournisseurs repartent à la hausse, entre 1 et 3 %, toutes catégories confondues. »

Une nouvelle donne pour les PME

« Leclerc va dissocier les négociations avec les multinationales, qui resteront dures, et les PME, avec qui il va engager une autre politique. Elle passe par une relocalisation sur les lieux d'approvisionnement, une régionalisation. Le dossier des PME sera ainsi plus personnalisé et bordé par une nouvelle limite. Pour éviter un effet de dépendance, les achats du groupe ne pourront pas dépasser 25 % du chiffre d'affaires de la PME. Nous avons parfois surdimensionné nos achats en région. Une centaine de fournisseurs sont concernés, sur 3 000. »

La caissière plutôt que l'automate

« Certains concurrents ont décidé d'automatiser au maximum les lignes de caisse. Leclerc fait l'inverse, qui va investir sur la revalorisation des métiers de caissière et du front de vente, avec l'aide d'Anna Sam, l'auteur



Michel-Édouard Leclerc se dit « très inquiet sur l'évolution de la consommation ».

des *Tribulations d'une caissière*. Il y aura quelques automates et du « self scanning » pour accélérer la fluidité mais, à 90 %, l'encaissement restera classique, car l'une des clés de la distribution physique, face à Internet, c'est la qualité de l'accueil et du service. Le consommateur a besoin de dialogue. Sur Internet, je ne veux pas me précipiter et céder aux effets de mode. Aujourd'hui, il n'y a pas de modèle économique sur le Web qui soit aussi bon marché que nos hypers. »

Des créations d'emplois

« En 2010, les centres Leclerc vont

créer 1 300 emplois nets en France, dont pratiquement 40 % de cadres et agents de maîtrise, du fait des forts besoins en logistique dans la formule de livraison en *drive*, par exemple. Ces emplois proviennent tout particulièrement du développement des produits de santé et de culture. Avec bientôt 200 espaces culturels, Leclerc vise à être le leader de l'offre culturelle en province. »

La soixantaine vigoureuse

« Le groupe va fêter cette année ses 60 ans, en menant 60 actions qui feront date. Il s'agit surtout de

rendre plus accessibles les produits de nouvelle consommation : haute technologie, produits bio, etc. L'une des actions consistera aussi à dénoncer le manque de compétitivité du rail par rapport au camion. Toute l'eau vendue chez Leclerc traverse la France par norias de camions car certaines prestations de la SNCF sont jusqu'à 30 % plus chères que la route. Mais où est donc passé le Grenelle de l'environnement ? »

Recueilli par
Paul BUREL.