

DOSSIER



DÉMÉNAGEURS EN QUÊTE DE VALEUR AJOUTÉE

Pour sortir de la logique de la double peine – contraction du volume d'activité de 30 % en 2009 et baisse inexorable des prix – les entreprises du déménagement doivent passer à l'offensive. La crise économique a fait émerger des opérateurs peu scrupuleux, adeptes des devis en ligne et autres boutiques pour « déménager sans déménageur ». La profession (un millier de sociétés pour 11 000 salariés) est à la croisée des chemins. La Chambre syndicale du déménagement (CSD), le syndicat historique, table sur le « *Yield Management* » pour réévaluer le niveau des prestations et cibler plus précisément la vaste clientèle des particuliers. Tandis que la jeune Fédération française du déménagement (FFD) milite pour l'essor de bourses de fret dédiées au déménagement. Les déménageurs sont donc condamnés à se distinguer : mais comment ?

DIVERSIFICATION

LE DEMENAGEMENT VEUT SORTIR DE LA CRISE

Marché noir, devis en ligne, boutiques pour « déménager sans déménageur »... le secteur du déménagement est attaqué de toutes parts. Sur fond de crise. Outre les nouvelles technologies, l'espoir d'améliorer la situation réside probablement dans la diversification.

Fort de près d'un millier d'entreprises représentant plus de 11 000 salariés, le secteur du déménagement est en pleine ébullition. Comme une majorité d'autres secteurs du transport, il a subi de plein fouet la crise. Mais au-delà de la conjoncture économique, le métier cherche à se réinventer. Un effort méritant pour une profession qui compte le plus ancien syndicat professionnel du transport créé en 1890, la Chambre syndicale des entreprises de déménagements et de garde-meubles de France (CSD). Lequel, il n'y a pas si longtemps, accusait encore Internet d'être « l'outil du diable » et condamne toujours les bourses de devis en ligne.

Sous l'impulsion d'une part de Serge Fontaine (cf. p. 30), président de la CSD ; et d'autre part, de Jean Smallwood (cf. p. 32), président de la FFD (Fédération française des déménageurs), un syndicat dissident, un vent nouveau semble souffler sur la profession. Le premier sort l'artillerie lourde : un livre blanc adressé aux parlementaires et à Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé de l'industrie, ainsi qu'un site Web flamboyant neuf et la volonté de convertir ses adhérents au "Yield Management" (cf. p. 28). Le second se veut le refuge des petites entreprises, peut-être trop longtemps boudées par la CSD, et cherche, concrètement, à développer les pratiques les plus modernes. Dont une Bourse de devis en ligne et une Bourse d'échange de fret. Il va sans dire que la concurrence entre CSD et FFD est féroce.



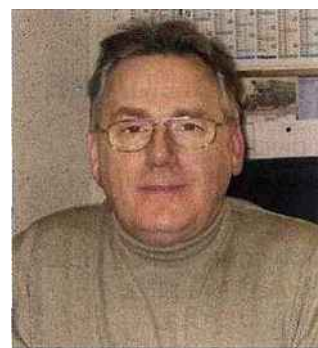
Les déménageurs ne sont pas que des gros bras, ils ont aussi de fortes spécialités.

Qui s'y prend le mieux ? Difficile à dire mais force est de constater qu'il était temps de bouger. « *La profession touche moins de 20% des gens qui déménagent* », constate Michel Heiss, président de Déménagement Heiss Claude qui emploie 75 personnes à Metz (57) et à Nancy (54). « *Il faudrait faire en sorte que le client ne reste pas sur l'idée que le déménagement est cher.* » Vaste programme.

LE DÉMÉNAGEMENT EN CRISE

Pour l'heure et depuis trois ans, la crise est endémique. À commencer par le segment du déménagement des particuliers. « *Le secteur enregistre une réduction de ses activités allant de 20% à 30% en 2009* », confie Christophe Dicostanzo, vice-président de la

CSD et président de Rives-Dicostanzo Industries basée à Toulouse (31). L'entreprise emploie 250 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 16 M€, stable en 2009. « *Je suis dans le métier depuis 32 ans, je n'ai jamais rien connu de tel* », confirme Michel Heiss. En Lorraine, les fermetures d'usines sidérurgiques et les restructurations militaires se combinent à la chute de l'immobilier. « *Le "faire soi-même" se développe. Nous traitons de moins en moins les petits volumes* », renchérit Christophe Dicostanzo. Et Yannick Collen, gérant de Collen Déménagements à Deauville (14) et Paris, d'enfoncer le clou : « *La seule mobilité des militaires et des fonctionnaires civiles est tombée de 40 000 déménagements par an à 25 000 l'an dernier.* » Bref, la réaction en chaîne s'emball...



Michel Heiss, président de Déménagement Heiss Claude.

« *Tant que les transactions immobilières ne repartent pas, le déménagement restera en berne. Ce qui entraîne une baisse des prix : un déménagement à 3 personnes de ville à ville facturé normalement entre 850 et 1 150€ tombe chez certains confrères à 650€* »

de l'heure», déplore Michel Heiss. « Lorsque les professionnels arrêteront de faire de l'argent au "noir", lorsqu'ils prendront la peine de former leur personnel et de mettre l'accent sur la qualité de service, les choses iront mieux », assène Éric Giraudon. Le gérant du groupe Akacia basé à Nogent-sur-Oise (60), le quel compte 150 employés pour un chiffre d'affaires de 15 M€ ne mâche pas ses mots : « La profession ne cesse de se plaindre mais elle arrive toujours à faire des efforts sur les prix... L'été, les entrepreneurs se "gavent" et l'hiver, ils licencient. Ils ne réfléchissent pas au lendemain. »

De son côté, Éric Giraudon estime qu'il est toujours possible de réagir. Notamment grâce à la diversification afin de pallier les méfaits de la saisonnalité du secteur. Pour l'heure, son groupe opère à parts égales dans les secteurs du transport frigorifique, du déménagement, de la logistique et, ce qui est plus original, de l'événementiel. « Le déménagement est une activité très saisonnière. On ne peut pas travailler juste l'été en se contentant d'embaucher des intérimaires. Et si l'on ne capte que 20 à 30% du marché, c'est qu'on n'est pas capable de proposer des alternatives crédibles », martèle ce dirigeant qui fait partie, à l'âge de 35 ans, de la commission sociale de la CSD. « Au lieu de chercher du travail en baissant les prix, nous avons réduit la voilure, essentiellement au travers de fins de contrats, et recherché la rentabilité. »

CONCURRENCE DÉLOYALE

En outre, Eric Giraudon applique une autre méthode. « Nous faisons partie du réseau des Déménageurs Bretons depuis 2002. Franchement, j'en suis très content. Ils ont une image forte et nous apportent des concepts commerciaux bien pensés », poursuit-il. « Notamment des aides à la vente. Ils ont su très bien modéliser les besoins du client. Ce qui conduit plus vite à sa prise de décision. En revanche, ils nous forcent aussi à investir. Du coup, nous venons chez le client avec un ordinateur tactile. » L'innovation "up to date" ne fait jamais de mal !



Le travail illicite, une véritable plaie pour les professionnels du déménagement.

Un fléau persiste toutefois dans la profession. Il s'agit de la concurrence déloyale de la part d'entreprises qui opèrent avec « petites annonces dans les journaux gratuits ou sur Internet et numéro de téléphone portable ». Ces dernières recourent au travail illicite et ne respectent pas les réglementations (licence de transport, assurances...). La FFD s'est spécifiquement attaquée à ce marché noir il y a près de 18 mois. « C'est un succès, estime Jean Smallwood, son président. Mais il va falloir recommencer. » À sa manière, le nouveau site web de la CSD veut également combattre ce marché noir en proposant aux consommateurs la liste des entreprises adhérentes à la CSD. Plus ambiguë, il faut noter la concurrence de boutiques qui proposent un package « clé en mains » avec camionnettes, cartons, couvertures, housses sur le concept du « déménagement sans déménageur ». « On fait croire aux particuliers qu'ils sont devenus des déménageurs. Cela nous paraît dangereux car cela les induit en



Yannick Collen, gérant de Collen Déménagements.

erreur », dénonce Jean Smallwood, le quel montre du doigt le site DemenagerSeul.com. « Ce site émane du groupe Les Déménageurs bretons... adhérent à la CSD. C'est incompréhensible ! » D'ailleurs certains adhérents à la CSD s'en indignent. À l'instar de Yannick Collen, gérant de Collen Déménagements, à Deauville (14) et à Paris : « DemenagerSeul.com ou Dem.com... Ce sont des sites sauvages. »

LE MARCHÉ DU TRANSFERT DES SIÈGES SOCIAUX

Quant au transfert de sièges sociaux d'entreprises ou d'administrations, il reste beaucoup moins sensible à la saisonnalité de l'activité estivale qui affecte le marché des particuliers. Résultat, il présente un réel intérêt de diversification. « Il n'y a pas eu de baisse pour nous en 2009 ; les transferts opérés l'an passé sont l'étape ultime de projets décidés avant 2008, commente Christophe Dicostanzo. Cependant, la baisse commence à se faire sentir cette année. Ce segment est en complet décalage par rapport à la crise. Je redoute 2010 et 2011. » Le dirigeant admet d'ailleurs qu'il a pu, jusqu'à présent, compenser la baisse du déménagement grâce à la bonne santé du transfert.

« Le langage technique, la commercialisation auprès des services achats, des services généraux, des DRH, la réponse aux appels d'offres, les engagements financiers (de 5 000 € à 300 000 €), analyse François Verger, P-dg d'Avizo à Nantes (44) le quel emploie 44

personnes spécialisées dans le transfert. Cette activité nécessite un grand professionnalisme. L'approche commerciale, la préparation sont plus longues. Et la réalisation peut se dérouler sur un week-end ou plusieurs mois. » Aujourd'hui, moins d'une centaine d'entreprises en France opère dans le transfert, le quel a tendance à se segmenter très fortement. En fait, le déménagement administratif est, de loin, le plus concurrentiel. Viennent ensuite le déménagement de magasins (bibliothèques, archives, pièces détachées...) qui oblige à une fine gestion de suivi des stocks. Et le déménagement d'ateliers de fabrication ou de laboratoires, voire de salles blanches qui requiert des opérations de levage, de démontage de machines pouvant être très chères. Enfin, citons aussi le déménagement d'œuvres d'art. « Quand on démonte, pour ensuite les ré-implanter, des machines industrielles, des équipements de réseau, des équipements de laboratoire... les conséquences d'une erreur peuvent être très graves », insiste Eric Giraudon. « La préparation est souvent plus longue que le transfert lui-même. Moins d'une vingtaine d'entreprises sont capables d'assurer des prestations de haute qualité en transfert. »

Enfin, il faut noter que le créneau de la conservation des biens évolue du simple garde-meuble en conteneurs vers les box individuel de 1 à 20 m² en self-stockage. « On passe d'un stockage à dimension collective à un stockage à dimension individuelle avec sécurisation individuelle, télésurveillance et traçabilité de toutes les ouvertures et fermetures », explique Christophe Dicostanzo qui a investi à Chambéry dans 200 box sur 700 m² au sol. « La rentabilité est confirmée. » D'ailleurs les surfaces se louent à un prix 2,5 fois plus élevé que celles du garde-meuble. « Cette activité offre un réel levier de croissance en parallèle du déménagement », souligne Yannick Collen. Certains réalisent de 7 à 25 % de leur chiffre d'affaires avec le self-stockage. Le stockage serait-il devenu la bouée de sauvetage de la profession ?

É. H.

84^{ÈME} CONGRÈS DE LA CSD**LA VALEUR AJOUTÉE À TOUT PRIX**

Réunis à Perpignan pour le 84^e congrès de la CSD, les 6 et 7 mai dernier, les déménageurs restent préoccupés par la chute inexorable des prix des prestations. Parmi les réponses à apporter, le président de la CSD mise sur le « *yield management* ». Encore faut-il expliquer les vertus de ce concept anglo-saxon.

« **I**l faut tirer la sonnette d'alarme : la marge dégagée par nos entreprises se réduit année après année, a prévenu Serge Fontaine, le président de la Chambre syndicale du déménagement (CSD). Nous devons veiller à la reconquête de la valeur ajoutée. » Le 84^e congrès de la CSD a démarré le 6 mai dans une ambiance de conquistador. Dans l'enceinte du Palais des Congrès de Perpignan, ce n'est pas la modification des statuts ni la réélection du bureau qui était au cœur des débats. La question qui taraudait tous les déménageurs, celle des prix, était sur toutes les lèvres. Ce n'est pas un hasard si la table ronde intitulée « Des nouvelles conditions générales de vente au yield

management, comment vendre et à quel prix ? » a connu un franc succès. Nicolas Beaudouin, le directeur de la société de conseil KPMG, a d'emblée fait remarquer que les meilleurs ambassadeurs du prix des prestations sont les techniciens. Avant même les commerciaux. « Vous devez former votre chef d'équipe à la vente », a-t-il martelé. Grâce à son contact et à ses échanges avec le client, ce collaborateur sondera les attentes et évaluera les services que le déménageur peut offrir en échange tout en les

valorisant. Pour ce consultant, au moins deux questions s'imposent. Que vend-on précisément ? Outre l'offre de base, les entreprises sont aussi sur des niches avec une offre complémentaire. Elles doivent donc se demander si elles vendent davantage en amont ou en aval. Autre question : où commence la vente ? Par définition, l'acte de vente commence très en amont dès la phase de négociation des prix ; et il ne s'achève que lorsque le client règle la prestation. Il a de plus en plus la possibilité de

« LE PROFESSIONNALISME SE PAIE ET NOUS DEVONS AVOIR CHACUN UNE POLITIQUE ADAPTÉE QUI DÉGAGE UN BÉNÉFICE. »

jouer sur le prix de vente net. Les équipes qui vont être en relation directe avec le client seront les ambassadeurs de la vente, sans le savoir. Ils vont ou non inspirer confiance au client selon qu'ils font ou non preuve de persuasion.

CERCLE VERTUEUX

La diversité de clientèles aux attentes différentes nécessite des réponses au cas par cas. Certains seront perméables à une idée de prix, d'autres non. Les dirigeants doivent identifier ce qui fait la spécificité de chaque catégorie de clients. Au-delà du déménagement des professionnels ou des particuliers, l'urgence de la prestation est plus ou moins grande.

Le cœur de la table ronde a abordé la notion de « Yield Management », un outil relatif aux structures de professions comportant des coûts fixes et des cycles d'activité. Dans ces métiers complexes et diversifiés, le fait d'ajouter une compétence professionnelle n'augmente pas beaucoup les coûts. Lorsque le déménageur a affaire à des catégories de clients assez différentes, la première chose à adopter c'est un tarif élevé au mois d'août, point haut de l'année qui concentre 60 % des déménagements. Le plus difficile est d'être le premier à le faire. Dans ce cas précis, les groupements professionnels facilitent les choses en jouant un rôle incitatif. Un élément important consiste à dire qu'il y a peut-être des franges de populations qui estiment n'avoir pas les moyens d'accéder à vos services parce qu'ils pensent que c'est trop cher pour eux. Ils sont au courant des prix du mois d'août, ne soupçonnant pas que les prix de morte-saison sont inférieurs. S'ils peuvent changer leur date de déménagement, ils seront gagnants. Le yield management consiste à connaître les attentes des différentes catégories de

clientèle et les différents paramètres qui influent sur la gestion de l'entreprise. « *Nombre de dirigeants ne connaissent pas ces paramètres et vivent sur des convictions et non sur des faits* », souligne Nicolas Beaudouin. Le chef d'entreprise doit évaluer la marge de manœuvre dont il dispose pour relever ses prix. Il n'hésitera pas à interroger différents secteurs de clientèle pour savoir ce qu'ils cherchent en priorité : le critère prix, la sécurité. Pour ce faire, le client doit avoir en face de lui un technicien suffisamment convaincant. Au chef d'entreprise de savoir s'adresser à différentes populations, tout en respectant la réglementation, la concurrence etc...

Reste que la crise économique a bon dos. Ainsi la baisse du pouvoir d'achat des particuliers n'est pas un argument recevable car les ventes de téléphones mobiles ont explosé. C'est la raison pour laquelle les déménageurs doivent faire montre d'innovation et de séduction pour



La moitié des membres du bureau se représentait. Sans surprise, **Serge Fontaine** a été réélu président, Sylviane Derouet trésorière, Raphael Laurent et Thierry Gros vice-présidents

rendre leurs prestations plus attractives. Et le président de la CSD de citer l'exemple de retraités qui ont pu revendre leur résidence principale sept fois le prix d'acquisition mais qui ne possèdent pas 5 000 € pour fi-

nancer leur déménagement. « *Cela ne me dérange pas de vendre un déménagement de 30 m³ 500 € l'hiver si je peux le vendre 2 500 € l'été, du moment que je gagne de l'argent à la fin de l'année. Le professionnalisme se paie*

et nous devons avoir chacun une politique adaptée qui dégage un bénéfice », a exhorté Serge Fontaine. *Ce qui est inadmissible c'est de sous-payer notre personnel et de nous sous-payer nous mêmes.* » Dont acte. **P. de S.**

LA CHAMBRE SYNDICALE VEUT RÉVISER L'ARRÊTÉ DU 27 AVRIL SUR LA PUBLICITÉ DES PRIX

Publié au JO le 6 mai dernier, l'arrêté du 27 avril relatif à la publicité des prix des prestations de déménagement est un texte phare. Il comporte des articles qui reprennent à la lettre ceux de la loi de 1986 rédigés lorsque la France connaissait la libéralisation des prix et une inflation à deux chiffres. La CSD demandera donc des adaptations pour un texte qu'elle juge déconnecté des réalités d'aujourd'hui. La première contestation concerne la gratuité du devis à remettre au client. Selon Yann Viguié, le délégué général de la CSD, la rédaction d'un devis a un coût pour l'entreprise qui doit effectuer un déplacement au domicile à déménager. La Chambre syndicale va entamer des discussions avec la DGCCRF sur ce point. L'article 5 selon lequel les tarifs de prestation de déménagement doivent être affichés dans les entreprises est également contesté. À l'heure d'Internet quel client va aujourd'hui consulter les prix au fond d'une entreprise ? Ledit article précise que quatre prestations doivent être affichées, notamment le prix de la main-d'œuvre. Mais qu'est-ce que le prix de la main-d'œuvre ? Est-ce l'heure ? La journée de travail ? Comment évaluer une journée de travail ? Est-ce sept heures, douze heures ? Ne faudrait-il pas afficher au moins un taux horaire de main-d'œuvre ? En outre, Yann Viguié s'oppose à la validité d'afficher le prix du m³. « *Un m³ d'IKEA n'a pas la même valeur qu'un m³ d'armoire normande du XVIIIème siècle* », note-t-il. Enfin, la dernière contestation des déménageurs porte sur la notion de « prix ferme et définitif » quelles que soient les fluctuations de la conjoncture. À l'évidence, les déménageurs ont bien l'intention de ne pas laisser le texte en l'état.

I SERGE FONTAINE

PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE SYNDICALE DES ENTREPRISES DE DÉMÉNAGEMENTS ET DE GARDE-MEUBLES DE FRANCE (CSD)

« NOUS VOULONS LUTTER CONTRE LE LOW COST »

)) L'O.T. : Quels ont été les effets de la crise ?

SERGE FONTAINE : Il y a moins de personnes à déménager. Le marché s'est donc effondré. À côté de cela, nous avons vu se développer une concurrence déloyale : des personnes équipées de véhicules utilitaires légers et d'un numéro de téléphone portable qui ne paient ni TVA ni charges sociales. Le ministère des Transports se dit prêt à nous aider en mettant en œuvre plus de moyens de contrôle afin de lutter contre le travail illégal. De notre côté, nous nous porterons partie civile à chaque infraction constatée. Nous avons une grande présence sur le terrain. Nous nous connaissons entre professionnels. Et nous remarquons ceux qui ne le sont pas.

)) Que demandez-vous au ministère des Transports ?

S. F. : Traquer les sites Web "voyous". Nous avons répertorié plusieurs de ces sites et nous les avons transmis cette année. Mais nous ne voyons pas encore les effets de ces actions. Le problème est complexe. Certains sont domiciliés en Espagne. Le ministère pourrait pourtant intervenir auprès des commissionnaires de transports illicites qui interviennent sur les bourses de fret.

)) Quelle est votre position à l'égard des bourses de fret ?

S. F. : Nous ne sommes pas contre les bourses de fret légales. A chaque entrepreneur de savoir s'il veut travailler avec elles ou non. Ce qui est illicite, ce sont les organisations qui font du devis en ligne et font travailler des gens qui ne sont pas de la profession et qui ferment leur site après avoir tout encaissé... De son côté, le site Web de la CSD va promouvoir la profession en direction des consommateurs et leur fournir la liste des adhérents.

« LA DIFFICULTÉ, C'EST DE SATISFAIRE UN MAXIMUM DE CLIENTS SANS LES HABITUER À DES PRIX TRÈS BAS MÊME EN PLEINE SAISON. »

**)) Comment faire émerger une vraie bourse de déménagement ?**

S. F. : Nous cogitons là-dessus dans le cadre du programme triennal ou quinquennal que nous lançons pour le développement de la profession. Peut-être en sortira-t-il un projet de bourse de fret coopérative. En revanche, pas question d'organiser un monopole.

)) La loi d'août 2008 vous impose de moderniser vos statuts. Qu'allez-vous faire ?

S. F. : Cette loi impose à tous les syndicats d'avoir une comptabilité transparente et de s'entourer de commissaires aux comptes. Nous allons devoir refondre nos statuts. Nous sommes à un grand tournant : nos cellules satellites comme l'AFDI (Association française des déménageurs internationaux), l'AFDE (Association française des déménageurs d'entreprises) ou l'Institut technique du déménagement ont le choix soit de s'intégrer à la CSD soit de vivre leur vie de leur côté. Nous discutons ensemble depuis un an. Il faudra certainement créer trois branches : une pour le déménagement des particuliers, une autre pour le transfert d'entreprises et une dernière pour la conservation des biens.

)) Vous préconisez le «Yield Management» contre le Low Cost. De quoi s'agit-il ?

S. F. : Cette méthode, qu'on appelle aussi "tarification en temps réel", vise à optimiser le remplissage des moyens à charges fixes durant les périodes creuses par une politique de prix attractive. La difficulté, c'est de satisfaire un maximum de clients sans les habituer à des prix très bas même en pleine saison. Il est vital de dégager des bénéfices. Aujourd'hui, on fait les choses de façon très empirique. Or le «Yield Management» est une méthode scientifique, mathématique.

)) Comment mettre en œuvre cette tarification ?

S. F. : L'hôtellerie l'a bien fait, pourquoi pas nous ? L'idée, c'est d'opérer une analyse fine des flux de prospects dans chaque entreprise afin d'adapter ses prix à la saisonnalité et d'offrir des tarifs préférentiels aux clients qui déménagent en période creuse. Pour cela, il existe des logiciels et des sociétés de service spécialisées. Je voudrais trouver des partenaires au niveau de la branche que nous conseillerons à la profession.

)) Sur quels points les entreprises doivent-elles améliorer leur politique de formation ?

S. F. : L'approche commerciale du client, la gestion des litiges. Si nous parvenons à monter un programme sur le «Yield Management», il faudra que cela se retrouve dans les formations. Notamment pour avoir les bons arguments expliquant pourquoi tel client paie deux fois plus que l'autre.

)) Quel est l'impact du Livre blanc que vous avez réalisé et adressé au secrétaire d'État au commerce et aux parlementaires ?

S. F. : Celui-ci montre que nous existons ! Il explique nos problèmes et propose des solutions. Il instaure une dynamique d'échanges sur la législation, l'économie... Certaines choses disparaîtront et d'autres apparaîtront. Hervé Novelli nous assure son soutien dans la lutte contre les entreprises illicites et dans notre action en faveur de plus de clarté dans les relations contractuelles avec nos clients. Notamment en ce qui concerne les devis.

Propos recueillis par ÉRICK HAENHSEN

JEAN SMALLWOOD

PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DES DÉMÉNAGEURS (FFD), SYNDICAT DES DÉMÉNAGEURS ET DU DÉMÉNAGEMENT, CRÉÉ EN 2007

« IL Y A TANT À FAIRE AVEC INTERNET »

**» L'O.T. : Pourquoi avoir créé la FFD en 2007 ?**

J. S. : La Chambre syndicale se comportait comme un club privé fermé aux jeunes. Certains voulaient utiliser l'outil internet qualifié, à l'époque, "d'outil du diable" qui allait faire baisser les prix. Ils sont venus me chercher. J'étais à la retraite. J'avais du temps et de l'expérience. Nous sommes l'un des tout premiers syndicats professionnels créé par et pour Internet. Nous avons tenu nos premières assemblées sur Internet ! C'est extrêmement rapide et efficace.

» Après trois ans d'existence, où en êtes-vous aujourd'hui ?

J. S. : Nous sommes entre 70 et 80 adhérents. Pour adhérer, il faut signer un engagement : être en règle avec les obligations administratives et légales. De même, si un client s'adresse à la FFD pour trouver une aide dans un différend, notre adhérent s'engage à nous répondre. Dans certains cas, nous pouvons éviter un litige. Si l'adhérent ne répond pas, il est sanctionné, voire exclu. Ce fut le cas pour 10 à 20 déménageurs.

» Quelles ont été les réactions de la Chambre syndicale ?

J. S. : Très violentes ! La CSD a déposé une plainte contre la FFD pour para-professionnalisme. Il y a eu une enquête qui n'a rien donné. En revanche, la DGCCRF a relevé un

point que nous avons corrigé en février 2008 : nous avons baptisé "Charte qualité" l'engagement que les adhérents devaient signer. J'ai utilisé le mot "label" au sens anglo-saxon qui, en France, fait l'objet d'une appellation contrôlée. Selon la CSD et la DGCCRF, les particuliers auraient pu prendre pour une certification l'engagement signé par nos adhérents. Ensuite, il y a eu un vent de projet de rapprochement entre nos deux structures. Nos adhérents y ont mis leur veto.

» Quelles initiatives avez-vous prises ?

J. S. : Nous avons conseillé à nos adhérents de souscrire à des services de demandes de devis faites par les particuliers sur Internet lesquels drainent chaque année 20 à 30 % des déménagements en France. Car cette population va croître. Ensuite, nous exigeons que nos adhérents respectent les devis et pratiquent des prix corrects pour une concurrence saine. La DGCCRF a beaucoup apprécié notre prise en compte du décret d'octobre 1987 pour informer le consommateur sur les mentions obligatoires à faire figurer dans un devis. Nous avons fait circuler l'information. Aujourd'hui, si un adhérent se fait "coincer" là-dessus, ce ne sera pas de notre faute. Nous avons suffisamment communiqué à ce sujet.

» Avez-vous mis en place des actions complémentaires ?

J. S. : Fin 2008 et début 2009, nous avons traqué les entreprises illégales qui passent des annonces dans les journaux gratuits. Elles ne respectent pas la réglementation et exposent le client à de nombreux risques : assurance, travail illégal... Nous n'avons pas publié les noms de ces entreprises et des journaux qui acceptaient leurs annonces. Ce

travail a été couronné de succès. Car ces sites Internet et ces journaux se sont engagés à ne plus accepter ce type d'annonces. Ils ont même publié une mention invitant le lecteur à demander un devis en bonne et due forme portant toutes les mentions légales obligatoires. Il va falloir recommencer car la situation s'est à nouveau dégradée. Des boutiques s'ouvrent pour proposer un pack clé en main : camionnette, cartons, couvertures, housses. Cette initiative, qui vient d'un très gros groupe de déménagement a pour slogan "le déménagement sans déménageur". Il y a même un site Web, DemenagerSeul.com. On fait croire aux particuliers qu'ils sont devenus déménageurs. Cela nous paraît dangereux et induit les gens en erreur. Mieux vaut conquérir la frange de clientèle qui, par défaut, en arrive à déménager seule car elle ne sait pas ce que pourrait apporter un professionnel.

» Quelle est la valeur ajoutée de la FFD ?

J. S. : Le fonctionnement sur Internet. Et notamment les bourses de fret. Il semble d'ailleurs que nos adhérents ont plutôt mieux traversé la crise. Parmi nos membres, figure MisterDemenagement qui nous a permis de comprendre comment fonctionnent ces services. Il y a aussi Plein Axe qui édite Parc, un logiciel de déménagement. Cette société a conçu un service proche d'une bourse avec un système d'échange de lots. Par exemple, si un adhérent parisien va à Toulouse et que le lendemain un adhérent toulousain va à Paris, il est plus simple que ce soit le même qui effectue Paris-Toulouse-Paris. À charge, en l'occurrence pour le Toulousain, de rendre le même service dans le temps. Nos adhérents traitent une bonne centaine de destinations de ce genre par mois. Nous pouvons aussi appliquer ce raisonnement au garde-meuble ou à l'utilisation de matériel. C'est un vaste chantier... D'autant qu'un nouvel article du code du commerce prévoit que les syndicats pourront mettre en place des outils à condition que cela ne leur fasse pas gagner d'argent à eux-mêmes.

Propos recueillis par **ÉRICK HAENHSEN**

**« NOUS EXIGEONS
QUE NOS ADHÉRENTS
RESPECTENT LES DEVIS
ET PRATIQUENT DES PRIX
CORRECTS POUR UNE
CONCURRENCE SAINTE »**