

CHAPITRE

5

ÉLECTRICITÉ - COMMERCE ET PARTENARIAT

FONDAMENTAUX

**Ce document présente certains fondamentaux des principaux sujets traités en commission.
Il a vocation à s'enrichir lors de nos travaux.
L'historique du « Fédérations » n'y est pas repris en intégralité, mais reste disponible.**

SOMMAIRE

1	-	EDF – Partenariat institutionnel	
2	-	Convention EDF-FEDELEC	
3	-	EDF – les partenariats commerciaux	
4	-	AUTRES COMMERCIALISATEURS, ouverture des marchés	
5	-	DISTRIBUTEURS DE MATERIELS	
6	-	GROUPEMENTS D'ACHATS	
7	-	CONSTRUCTEURS DE MATERIELS	
8	-	NOUVEAUX MARCHES	
9	-	PROMOTELEC.....	
10	-	AUTRES PARTENARIATS	
11	-	COMMERCE EN LIGNE NOUVEAUX COMMERCEs	

5.1 – EDF : PARTENARIAT INSTITUTIONNEL

NE PAS CONFONDRE EDF et ENEDIS-ERDF ?

Il existait, historiquement, plusieurs niveaux de concertation entre EDF et les installateurs, que ce soit au niveau national ou au niveau local.

Avec l'ouverture des marchés Il y-a maintenant :

- EDF le producteur (centrales) et le commercialisateur (électricité, gaz, services...)
- RTE le transporteur « haute tension »
- ERDF/ ENEDIS, le distributeur qui distribue aussi bien pour EDF que pour ses concurrents (GDF, Poweo...)

Officiellement les pouvoirs publics ont voulu renforcer le découplage EDF/ ERDF-ENEDIS pour qu'EDF ne soit pas favorisé. En pratique EDF ne perd QUE très progressivement sa part de marché (88 % depuis l'ouverture en 2007 pour les particuliers), par contre certains de nos clients sont perdus et des difficultés demeurent depuis 2007.

La situation a donc évolué :

- la concertation sur les dossiers techniques est organisée avec ENEDIS-ERDF (voir notamment le chapitre SEQUELEC dans le rapport « technique »,
- la concertation commerciale est entretenue avec EDF, notamment EDF « partenaire ».

Beaucoup des sujets que les clients ou les installateurs classent comme « EDF » sont en fait des sujets de raccordement donc « ENEDIS-ERDF » notamment :

- les difficultés de raccordement
- le remplacement des disjoncteurs ou des compteurs
- les travaux sur les dérivations

Pour aider chacun à cette distinction ces sujets sont traités dans le rapport « ELECTRICITE TECHNIQUE »

COMITES DE LIAISON

Il existe différents niveaux de concertation entre EDF et les installateurs.

CNLE : Comité National de Liaison Electricité

Ce comité regroupait les acteurs de la filière électrique:

E: EDF

D: Distributeurs de matériel électrique et électronique (dont FEDELEC tronic)

F: Fabricants et installateurs de Froid

I : Installateurs électriciens (dont FEDELEC élec)

EDF a imposé son élargissement à ses nouvelles activités (gaz) avec l'ouverture des marchés.

Il se réunit environ 2 fois par an, l'essentiel des travaux étant consacré à la communication sur les actions EDF en cours ou en projet : les offres de services EDF, les dispositifs partenariaux, les sujets d'actualité sur l'électricité et le génie climatique, l'efficacité énergétique, les CEE, la réglementation.

CRLE : Comité Régionaux de Liaison Electricité

Les comités historiques au niveau local ont été remplacés par des comités régionaux.

Les réunions en région, connaissent une fréquentation irrégulière, en théorie 2 fois par an, sur les 12 nouvelles régions administratives. Elles se tiennent après la CNLE.

Dans certains départements ce sont des régies qui distribuent et commercialisent. Elles ne s'alignent pas sur les grandes opérations commerciales d'EDF. Elles ont peu d'activité dans le secteur diffus, dans la chasse au « cumac » et CEE.

Cumac : unité d'économie d'énergie cumulée sur la durée de vie d'un produit, c'est la base d'un système de pénalités qui incite les commercialisateurs de l'énergie à faire faire des économies à leurs clients.

ROLES

Même et surtout si elles semblent se répéter, il convient de redire encore nos revendications

Le rôle de la CNLE est toujours à réaffirmer devant la possibilité de voir cette instance s'arrêter.

L'actualité est parfois faible et les différents participants peuvent se lasser.

Nous notons nous-mêmes un certain découragement de nos délégations.

Lorsqu'une initiative nous pose problème il n'y a pas toujours de changement ou de modération rapide par EDF. Il n'y a parfois qu'une reformulation des justifications.

Les délais sont longs pour obtenir une régulation comme par exemple l'arrêt de certaines offres qui concurrencent nos entreprises (offre travaux...).

Pourtant les actualités et « diversifications qui se succèdent nous rappellent que les dérives qui ont conduit au protocole de 1947, fondateur des comités de liaisons, ne sont pas loin.

Nous devons rappeler à tous les partenaires de la filière électrique la nécessaire coopération liée à la position plus que dominante d'EDF sur notre segment de clientèle.

Une prise de position est toujours impérative d'autant plus que FEDELEC représente bien tous les distributeurs finaux de matériel : installateurs et commerçants. Nous sommes présents en CNLE à ces deux titres.

5.2 - CONVENTION EDF / FEDELEC

Une convention d'abord triennale a été signée en 2012 puis annuelle depuis 2018.

Les engagements de la Convention ont été tenus de part et d'autre.

Cela se traduit par :

- une présence partenariale au Congrès ;
- ainsi qu'au Championnat National des Apprentis ;
- et des autres supports de communication de FEDELEC

Nous notons un désengagement progressif d'EDF au fil des renouvellements.

5.3 – EDF : LES PARTENARIATS COMMERCIAUX

Monopole, position dominante

Dans le résidentiel et le petit tertiaire, les parts de marché prises par les autres opérateurs est quasi stagnante, montrant qu'il n'y a pas eu de véritable ouverture et concurrence.

Dans ces conditions, les exigences de notre organisation professionnelle concernant la nécessaire concertation entre l'EDF et les représentants de nos marchés privés, devraient apparaître incontournables.

EDF devrait donc se soumettre ou être soumise, hors de la vente d'énergie, à des règles de non concurrence inchangées sur le secteur de nos marchés diffus.

Partenariats commerciaux EDF :

Au départ les installateurs individuels avaient du mal à participer à ces actions de promotion commerciales sans avoir à entrer dans un statut d'actionnaire de Synerciel et à investir dans des actions.

FEDELEC a obtenu petit à petit que ces opérations :

- puissent être accessibles sans adhésion à des structures chères
- puissent se diversifier dans les travaux à effectuer (sécurité notamment)

FEDELEC a fait des propositions de distribution de produits sous forme de packs qui soient accessibles au plus grand nombre d'installateurs, moyennant des conditions simples, peu onéreuses et qui soient plus respectueuses de la qualité des produits fournis au client et non de la quantité de démarches commerciales pour le capter.

Ce n'est pas la volonté de notre partenaire EDF qui maintient ses démarches l.

Les moyens d'animation, pour les non « SAS SYNERCIEL », sont faibles.

Synerciel

C'est une SAS (société à action simplifiée) qui est censée regrouper les partenaires EDF, électriciens mais aussi d'autres corps de métiers dans la chasse au cumac.

Elle succède à d'autres groupements : Alliance électrique et SBE (Système Bien Etre) pour les plus répandus (mais aussi Atout-watt, Chainélec, Qualitélec...)

Lors des débuts de ce groupement FEDELEC a obtenu que les conditions financières soient plus abordables.

Elles demeurent pour les plus petites entreprises et ne correspondent pas toujours à des retours d'affaires conséquents.

Il y a environ 1500 à 2000 associés annoncés, avec une part plutôt minoritaire d'électriciens (sans doute moins de 2% des entreprises du code NAF 4321A).

Il y a toujours peu d'informations données en fait sur une organisation dont le fonctionnement reste d'autant plus flou que les contacts avec l'équipe de Synerciel sont rares et difficiles.

- Une grande partie des associés de Synerciel reste composée de métiers du bâti car ce qui intéresse en priorité EDF, ce sont les économies d'énergie et la récupération de CEE.
- Quelles sont les retombées commerciales de Synerciel pour un électricien ?
 - o La qualité et le taux de transformation des contacts apportés par Synerciel restent en débat,
 - o Pour ces mêmes clients, il n'est pas certain que la notion de « partenaire EDF » constitue réellement un argument de poids. Certains installateurs préfèrent rester exposants à titre personnel plutôt que de s'afficher partenaire ou Synerciel.

Ce groupement ressemble de plus en plus un une centrale d'achat.

Nous n'avons pas de retour des CCH (Cercle Confort Habitat) créés dans certaines régions afin de permettre à un groupement d'artisans de différents métiers de prendre un chantier complet.

Les chauffagistes semblent y trouver leur compte avec des voyages autour du monde proposés pour ceux qui atteindraient des quotas.

Un grand événement aurait célébré les 10 ans d'anniversaire de SYNERCIEL (initialement prévu en juin 2020) en mars 2022 à DUBAI dans le cadre de l'exposition universelle.

OFFRES COMMERCIALES

Au fil du temps EDF met en place des offres portées le plus souvent par des filiales ou des sous marques. Elles sont en constante évolution ou disparition citons :

SOWEE, IZI les filiales d'EDF

Ces plateformes d'intermédiation proposent aux électriciens d'apporter leur main-d'œuvre.

Les prix sont annoncés et évoquent des forfaits d'installation : exemple l'offre borne véhicule électrique.

Régulation

EDF- Synerciel a parfois proposé des services de comptabilité et d'assurances en plus des services de commercialisation.

Il convient de veiller à ce que ces services n'empiètent pas sur ceux du secteur privé et en particulier ceux des organisations professionnelles.

FEDELEC a de longue date fait connaître sa position à EDF, précisant en particulier les points sur lesquels EDF-Synerciel ne doit pas intervenir.

Une concertation régulière permettrait d'éviter les litiges.

FEDELEC a toujours contesté la "privatisation" des structures regroupant les professionnels et EDF.

En effet ces structures fonctionnent en réalité en majorité avec des financements EDF.

EDF argue qu'elle est maintenant une entreprise privée sans plus de contrainte institutionnelle.

Pour FEDELEC les revenus de l'EDF sont pour l'essentiel ceux d'un produit taxé et le monopole demeure de fait (82% de part de marché depuis l'ouverture).

Formations commerciales

Des formations commerciales « EDF » accessibles au plus grand nombre sont toujours attendues

Dans ce domaine les forces de toute la filière auraient besoin de se rejoindre.

Des besoins identiques existent pour l'équipement du logement.

Les installateurs qui avaient été formés en grand nombre à la fin du millénaire sont partis ou sur le point de le faire.

Une action coordonnée entre tous les partenaires serait donc la bienvenue.

A quand l'école de commerce des « Pro de la réno » ?

De la même manière le fond technique acquis par la profession jusque dans les années 90 (calcul thermique, gestion, abonnement, ventilation, conseils économies...) semble être à renouveler.

Nous sommes en effet parfois surpris par le peu d'assurance de nos nouveaux collègues dans ce domaine.

FEEBAT - RGE

Selon nos retours de terrain les installateurs électriciens ne sont pas tous satisfaits du contenu des modules de formation.

Pour certains adhérents, la question du coût de la mise à jour des logiciels se pose.

L'approche multi-métiers a favorisé les interprofessionnelles du bâtiment au détriment des fédérations de branche comme FEDELEC.

Les modules suivants se décomposent en plusieurs modules spécialisés.

Ces modules devraient pouvoir être diffusés de manière plus simple, dans les faits et sur le terrain ce n'est pas le cas.

La problématique du retour sur investissement demeure pour le lot électricité.

Pour les artisans, responsables d'études, les formations sont trop courtes sur les sujets essentiels et utiles et trop longues globalement. C'est la rançon d'avoir voulu "mélanger" les corps de métiers au prétexte qu'ils se comprennent mieux.

Pour les intervenants salariés les formations ne sont pas du tout adaptées. Elles parlent d'études et de théorie et pas de mise en œuvre.

La qualité, les économies ne sont pas au rendez-vous d'installations mal conçues et bâclées. Les très nombreuses attaques des organisations de consommateurs et les retours de nos adhérents en témoignent.

Tout concourt à de nombreuses contre-références qui renforcent la mauvaise image actuelle (cf enquête et requêtes des associations de consommateurs).

CEE Certificats d'Economie d'Energie, « coup de pouce »

Sous l'impulsion d'EDF et d'organisation comme EDEN, les démarches pour valider, en termes d'aide potentielle, plus de produits intéressants pour les électriciens ont abouti pour des émetteurs directs.

Cela se matérialise sous forme de fiche « CEE » Certificat d'Economie d'Energie.

5.4 – AUTRES COMMERCIALISATEURS : L'OUVERTURE DES MARCHES

Ouverture des marchés

La réalité est qu'il n'y a pas eu, dans les faits, d'ouverture

Les parts de marché prises par ces opérateurs stagnent.

Les statistiques relevées montrent que dans le milieu des professionnels diffus, la part de marché hors EDF est passée de 25 à 30 % depuis la fin des tarifs réglementés jaune et vert.

Concernant le domestique, la part de marché des autres fournisseurs progresse de moins d'1 % par an.

Tant que le tarif régulé maintiendra le prix du kW.h en France à un prix très bas, il y a peu de place pour d'autres qu'EDF. Par ailleurs cela ne favorise pas les initiatives autour des procédés économisant l'énergie.

Autres opérateurs

FEDELEC n'a quasiment pas eu de contact avec Poweo et Direct Energie. Les deux entreprises ont fusionné sous le nom Direct Energie.

Veolia qui proposait depuis longtemps des contrats de maintenance pour les conduites d'eau, propose désormais la même prestation pour l'installation électrique.

5.5 - DISTRIBUTEURS DE MATERIELS

Grossistes

Deux groupes REXEL et SONEPAR représentent de 80 à 90% des parts de marchés.

Les quelques indépendants sont peu nombreux et parfois rachetés.

Le choix de Rexel de donner le même nom à ses anciennes enseignes a rendu les choses en partie plus lisibles pour les installateurs.

Côté SONEPAR les différentes marques sont regroupées sous une même direction commerciale avec des régions, exceptées pour le moment, de la CGED.

Les "autres" sont constitués :

- d'indépendants en groupement type SOCODA par exemple, géant européen de la quincaillerie, mais dont la part de marché électrique est faible ou PARTELEC (Nollet...)
- de YESS issu essentiellement du CEF, Comptoir Electrique Français (à capitaux anglais?) .

Signalons enfin quelques coopératives, issues surtout du chauffage-plomberie, essentiellement regroupées autour de l'ORCAB (voir la partie "groupements d'achat")

Stocks en agence

Les problèmes de stock dans les agences, vidées au profit des plateformes, sont désormais généraux.

Cela pénalise l'activité de service et de dépannage des plus petites entreprises.

Stocks centraux

Le référencement des fournisseurs rend beaucoup des plus petites marques non disponibles.

La multiplication des références amène une absence de stockage chez les grossistes et une demande de commande avec un minimum de quantité.

Les articles non repris se multiplient en conséquence.

Cela pénalise surtout les plus petites entreprises.

Services

Les facturations de services : coupe, livraison, facturation sont toujours à surveiller.

Cela pénalise surtout les plus petites entreprises.

Points positifs

Certains grossistes acceptent de remplacer des stocks commandés en quantité (goulottes par exemple) si de nouveaux modèles sont venus remplacer ceux que nous avons en stock.

Des distributeurs apportent parfois leur concours pour animer des stages et des réunions.

Accès et opérations « grand public » de certains distributeurs

Les ventes aux particuliers chez les grossistes incommode nos délégués et ressortissants.

Pour agir il convient d'abord de nous rappeler la réglementation sur la libre concurrence. Il n'est pas possible d'interdire la vente de produit à tel type de client. Les conditions d'achat doivent être identiques pour les mêmes critères objectifs atteints et connues de tous.

Rappelons qu'à la fin des années 80 de nombreux procès ont brutalement régulés les pratiques de refus de vente ou de discrimination dans le commerce électrique et électronique (affaires "Chapel" notamment) et à nouveau au milieu des années 2000 dans des filières proches (distribution des chaudières à gaz par exemple).

Il est donc inutile et peu éclairé, pour des représentants collectifs, de réclamer ce qui est légalement impossible : le refus de vente de même produit aux particuliers.

Agissons plutôt directement car nos adhérents attendent d'abord que nous les défendions.
Pour cela, un modèle de courrier existe que nous pouvons reprendre et envoyer aux distributeurs de notre département qui se comporteraient indûment.
Nous ne pourrions pas tout arrêter mais nous gênerons et donc nous limiterons.
Merci de tenir la fédération informée de vos actions et de vos résultats.

Clubs et services diversifiés aux installateurs

En mal de différenciation les acteurs de la filière électrique recherchent ce dont leurs clients ont besoin "par ailleurs" de ce qu'ils leur fournissent habituellement.

Les grossistes n'échappent pas à cette propension.

Un des problèmes est que la tentation est forte d'intégrer le prix de ces services au prix du matériel. Cela rentre alors de plein fouet en concurrence avec les services offerts par les organisations comme FEDELEC contre une cotisation.

REXEL par exemple propose aux installateurs leur « Club Artisans Rexel ou Coaxel ». Ces clubs offrent, moyennant une adhésion payante :

- Des soirées d'information,
- Des documentations et catalogues que chaque entreprise peut tamponner à son nom. Ces documents sont généralement bien faits mais sont surtout destinés aux gros faiseurs.
- Il est toujours utile d'assurer une présence FEDELEC dans ces opérations ne serait-ce que pour savoir ce qui s'y passe mais il faut aussi garder présent à l'esprit qu'une grande partie des prestations proposées par ces Clubs concurrence directement ce que FEDELEC propose aux installateurs depuis longtemps.
- Il faut aussi souligner que ce type d'opérations n'est pas, le plus souvent, accompagné d'un suivi qualité. Le forcing commercial peut même générer, à terme, des contre références.
- À noter aussi qu'il existe des clubs de constructeurs qui présentent les mêmes caractéristiques mais qui sont quelquefois gratuits.

Tarifs constructeurs et tarifs grossistes

Il est parfois difficile d'obtenir un tarif des grossistes remis en partant des prix publics constructeurs disponibles par ailleurs.

Les installateurs doivent se montrer très vigilants en comparant les tarifs « fabricants » et les tarifs « distributeurs modulés ».

Mais pour les petites entreprises et les artisans il est bien difficile de comparer suffisamment souvent les tarifs à chaque mise à jour et sur l'ensemble des matériels que nous achetons le plus fréquemment.

La solution peut venir d'abonnement auprès de bases de données indépendantes qui compilent les tarifs fabricants. Leur coût demeure raisonné et est peut-être un investissement rentable pour mieux acheter.

Communication

Il est à noter un grand déficit de connaissance des installateurs sur les offres de leurs grossistes.

Une action au travers de nos média serait bien utile.

Prix et remises

Nous constatons régulièrement que les sites Internet des distributeurs avec comptoir proposent des prix moindres en ligne qu'en agence.

Les professionnels ne peuvent plus acheter avec des remises supplémentaires. Les offres régulières en ligne, vers le grand public, sont parfois plus intéressantes que le tarif que le professionnel peut proposer.

Les jeunes entreprises (récemment installées) nous signalent leur difficulté à être en compte chez tel ou tel distributeur (bilan, chiffre d'affaires).

Il y a également des objections sur les politiques tarifaires des constructeurs (voir ce chapitre).

Les professionnels représentés par FEDELEC ont jusqu'à présent donné la préférence aux circuits de la distribution historique.

Mais certains s'interrogent sur leur intérêt à poursuivre ainsi face aux marges et aux services en nette diminution.

D'autres articulent leurs achats, avec le même distributeur, entre la commande agence et en fin de journée la commande Internet de leur site qui offre parfois des promotions.

Il ne faut pas hésiter à faire des demandes de prix systématiques pour obtenir la meilleure offre.

Dans les GSB, il est courant qu'un lot retourné soit remplacé sans discussion ; ce sont eux qui gèrent ensuite le problème. Ce service n'est pas toujours obtenu dans le circuit historique de la distribution.

SALONS

Nous participons régulièrement aux salons SONEPAR, CGED, groupe NOLLET et GDME (grossiste indépendant) grâce à leurs invitations.

Ces liens réguliers avec la distribution sont importants et nous veillons à bien les entretenir pour permettre à FEDELEC de rencontrer le maximum de professionnels, se faire connaître et diffuser son offre de services et de formation

5.6 - LES GROUPEMENTS D'ACHATS

FEDELEC défend le principe d'« à chacun son métier » qui vaut, bien entendu, pour les installateurs électriciens. Encore faut-il que le « métier » soit exercé sans failles. Sinon, certains peuvent réfléchir à la mise en place de solutions alternatives.

Dans la distribution de matériel deux types de solutions d'achats groupés peuvent exister :

1 / Les coopératives sous forme de distributeurs "traditionnels".

La plupart sont affiliées à l'ORCAB.

Les coopérateurs engagent leurs parts sociales (souvent citées vers 3.000€), qui en principe est remboursé en cas de départ.

Elles ont un stock et un ou des pôles logistiques. Plusieurs sont fondées sur des développements de pôles à partir d'une activité plomberie-chauffage. Mais certaines sont gérées par des électriciens.

L'investissement est important (locaux, stock, services logistiques, show-room, ...).

Le stock est un peu plus court et moins large car limité par les locaux et le capital. Certaines coopératives permettent de constituer une partie des stocks à l'image de ses besoins.

Les services de livraison sont parfois plus restreints et limités à certains jours du fait de l'étendu plus grande des zones de logistique et de moyens plus restreints que les grandes plateformes traditionnelles.

En principe les remises sont uniformes pour tous les coopérateurs ce qui est assez avantageux pour les plus petites structures qui bénéficient d'une surface d'achat importante.

Les coopérateurs bénéficient des surplus d'exploitation au prorata de leur chiffre d'achat de l'année.

De par sa forme juridique la coopérative échappe à l'obligation d'alignement de ses offres de tarif aux particuliers.

Rappel :

FEDELEC n'a pas vocation à créer une coopérative.

Le marché crée de lui-même ces organismes.

Par contre nous pouvons nous y associer et avoir des partenariats privilégiés gagnant-gagnant face à certains grands groupes moins prompts à nous écouter.

2 / Les groupes de référencement.

Au départ, il s'agit d'embaucher une personne pour négocier des conditions d'achat type pour tous les adhérents auprès des grossistes traditionnels. Il faut au moins 25 entreprises pour commencer et assurer une paye. Il n'y a pas d'immobilisations.

Les adhérents ne payent rien directement, c'est le grossiste qui rétrocède (environ 2%) à la centrale.

Entre les 5 à 10 points de remise supplémentaire obtenue et la rémunération du personnel, il peut y avoir des gains.

L'acheteur peut servir également d'interface en cas de litige avec un fournisseur en pesant du poids du groupement.

Aucune de ces solutions n'impose d'exclusivité.

Les groupements d'achat ont souffert de la crise à partir de 2008 et ont été moins visibles.

De nouveaux contacts se sont ensuite remis en place avec nos adhérents et la fédération.

ORCAB

Nous avons été invités à visiter l'une des plus importantes coopératives de l'ORCAB : VST (Vendée Sani Therm), près de La Roche sur Yon (85).

Il ressort des échanges que la mise en place d'une telle structure ou l'adhésion demande un véritable changement d'organisation de l'entreprise.

Il convient de rationaliser ses achats en raccourcissant ses gammes et en prévoyant ses approvisionnements à l'avance.

Cette vision plus collective et cadrée ne convient pas forcément à tous et limite les possibilités de rassembler suffisamment d'installateurs dans une même zone.

Salon ORCAB

Cet événement se tient tous les deux ans et FEDELEC a pu compter sur la mise en relation de Daniel HUCHER, lui-même ex Président de la coopérative SATHERNA. Nous n'avons pas réussi à y être régulièrement associés. Les OPI « bâtiment » sont très (trop ?) présentes.

Conclusion

Il est de plus en plus observé que les entreprises s'adressent à plusieurs circuits de distribution pour s'approvisionner : grossiste traditionnel, coopérative, Internet.

Comme nous l'avons déjà dit, aucune de ces solutions n'impose d'exclusivité, mais peut être gérée de façon complémentaire pour gagner en solutions.

Selon la taille d'entreprises, selon ses marchés, ses activités, chaque « acheteur » a son libre-arbitre.

Il peut se comporter comme un particulier qui s'informe, qui compare, qui note...

5.7 - LES CONSTRUCTEURS DE MATERIELS

Concurrence, GSB, efficacité commerciale

La distribution de même produit en GSB est un sujet parasite de nos réunions depuis 30 ans.

Renvoyons à notre paragraphe sur la concurrence au chapitre 5 « distributeurs »

Voir aussi annexes "règles selon conseil de la concurrence"

Il convient d'intégrer nos actions dans un monde moderne. Nous ne sommes plus au 19^{ème} siècle, celui des corporations au monopole protecteur.

Nous sommes perçus par certains décideurs des constructeurs, comme pas assez efficaces commercialement.

Nous devons légitimement nous tourner vers les constructeurs mais pour leur réclamer des outils et des moyens pour améliorer notre démarche commerciale auprès des particuliers, éventuellement contre d'autres filières ou forme de commercialisation.

En tant qu'organisation nous devons être moteurs d'actions collectives et exemplaires dans cette image de modernité. Faute de quoi, même les partenaires les mieux intentionnés, rejoignent petit à petit la démarche d'offres directes auprès du public, sans concertation.

Les résultats insatisfaisants de fréquentation des diverses ateliers "mieux vendre", nous rappelle de nouveau que le ménage commence sur notre trottoir.

Opérations « grand public »

Les communications directes vers les particuliers, contenant des éléments de prix, peuvent contenir le meilleur comme le pire.

D'un côté un prix de référence, nous laissant une marge habituelle, peut être un élément positif familiarisant les clients avec un niveau de coût pour une fonction donnée.

Mais ces offres se transforment aussi parfois en poison et en élément de discordance avec nos partenaires habituels. En particulier si elles ne sont pas limitées au matériel et contiennent des coûts de pose (temps ou prix horaire) mal maîtrisés.

Visites de sites

Là aussi les moyens se restreignent et les plus petits installateurs ne se voient que peu souvent proposer ce type de sortie ou de découverte.

Il y a un service à redévelopper pour FEDELEC.

Des contacts sont suivis en ce sens.

Normalisation, réglementations, lobbying

Il convient d'évoquer aussi ces sujets au paragraphe AFNOR (ex UTE). Mais la place des constructeurs y est importante. Aussi rappelons que les éléments retenus dans les référentiels sont trop souvent éloignés de l'applicabilité dans les logements existants, voire neufs.

Il faut trop souvent compter, alors, avec le non-contrôle ou la non-application de la norme par les contrôleurs.

Même si cela donne droit à un coup de tampon CONSUEL et à du courant pour le client, cela ne retire rien aux risques juridiques pour les électriciens.

Plus grave, au-delà des points de détails, c'est tout le système de réglementation et de contrôle qui est déconsidéré et dont chacun s'habitue à oublier tout ou partie.

C'est à l'opposé de la politique que FEDELEC préconise depuis plusieurs décennies.

Certes on peut s'enorgueillir à court terme de quelques dizaines d'euros de plus gagnés dans 200 000 des 400 000 installations neuves par an.

Mais combien coûte la disqualification des règles et du contrôle dans les 200 000, 400 000 (?) installations totalement renouvelées chaque année.

Les constructeurs portent une grande part de responsabilité dans cette non-gouvernance.

Les partenariats commerciaux

Avec le retrait de l'EDF de l'animation de la filière électrique et de systèmes associatifs de types SBE ou Alliance Electrique, beaucoup de fabricants ont créé ou réactivé des clubs, réseaux, groupements...

Il convient de les faire connaître pour permettre au plus grand nombre de nos adhérents d'en bénéficier.

Rappelons les retours négatifs de certains partenariats commerciaux de grands constructeurs.

Ceux-ci « obligent » parfois les installateurs à passer par des investissements coûteux (matériels, kits de démonstration, formations longues, logiciels « maison ») en faisant miroiter des marchés et des opérations de promotion.

Mais les retours ne sont pas toujours là et surtout la politique de ces grands groupes se retourne au gré des managements laissant les petits installateurs sur le chemin.

Un des exemples fut l'opération Schneider sur les bornes de recharge. Les installateurs ont été appelés pour se former et investir. *In fine* c'est Véolia qui récupéra tous les chantiers y compris chez les clients des installateurs formés.

Difficile ensuite d'être crédible lorsque l'on vient reprocher aux installateurs de manquer de réactivité commerciale.

D3E : par soucis de cohérence ce point est surtout développé dans la partie interprofessionnelle

FEDELEC a toujours soutenu RECYLUM devenu ESR puis ECOSYSTEM dans ses dossiers de renouvellement d'agrément et ses demandes d'agrément pour de nouvelles catégories de déchets.

SAV

Le problème de la garantie constructeur se pose ainsi que le rôle du grossiste pour gérer le retour produit et obtenir le remplacement.

Le SAV coûte très cher aux électriciens : de multiples interventions pour constater le défaut produit sur un lot. Cela le met en délicate position vis-à-vis de son client insatisfait qui pâtit des délais de livraison de la pièce ou du produit à changer.

Les politiques des constructeurs sont très différentes.

Les hot lines constructeurs sont souvent des numéros payants pour l'installateur alors qu'ils sont gratuits pour le particulier. Il a même été cité des cas où le professionnel n'obtenait pas du représentant la garantie et que le client l'obtienne en direct (problème d'étiquette produit supérieure à 2 ans, même si la facture est inférieure à 2 ans). D'autres cas où la réponse du constructeur est qu'ils en vendent des milliers et qu'on ne leur a jamais rien signalé.

D'autres constructeurs acceptent au contraire d'indemniser les entreprises pour le temps perdu dans l'échange d'une pièce sous garanti.

Les agences de proximité des fabricants disparaissent et il est beaucoup plus difficile d'être accompagné dans ces litiges par le représentant qui avant connaissait bien les professionnels de son secteur.

Certains ont l'impression que les matériels sont de moins en moins fiables et d'une difficulté croissante dans les relations avec les constructeurs.

5.8 - NOUVEAUX MARCHES

Photovoltaïque

Le passage du temps a permis à un plus grand nombre d'acteurs de prendre un peu du recul nécessaire à une évaluation réelle de ces marchés.

Ces retours sont mitigés.

Les kits jusqu'à 3 kVA posent peu de problème y compris d'étanchéité. Les démarches administratives peuvent être sous-traitées.

Les installateurs ont constaté que les investissements (formations longue, qualification, communication large...) ne sont pas négligeables.

En même temps les marchés évoluent de plus en plus vite.

Côté vente des grands régionaux ou nationaux dominent ces marchés avec des techniques commerciales extrêmement agressives.

Côté qualité, le suivi du matériel pose problème. Il n'y a pas de référentiel technique contrôlé en dehors de la sécurité.

Côté raccordement, les retards restent parfois problématiques.

Au final c'est seulement 10 à 20 % des installateurs "formés" qui font finalement au moins une réalisation avec des kits en baisse constante.

Nous avons dénoncé les systèmes d'aide, privilégiant les solutions intégrées aux toitures, qui sont moins performantes et plus coûteuses.

Les limites de la gabegie ont été atteintes avec des bâtiments "gratuits" pour les agriculteurs. Seuls les déboires budgétaires, plus généraux, du pays ont pu infléchir cette politique, ruineuse et inefficace sur de larges aspects.

L'auto consommation, permettra plus de généralisation lorsque les niveaux de prix entre le coût PV et le tarif régulé se croiseront.

Il convient de bien informer nos collègues au fur et à mesure de ces avancées.

MDE : Maîtrise De l'Energie

Quelle est la place dévolue réellement à la gestion et au pilotage, à l'aération, aux systèmes thermodynamiques, aux techniques accessibles à un électricien généraliste, dans les réglementations qui se mettent en place ?

Sur ces marchés nous sommes toujours tributaires des décisions politiques, parfois très variables dans le temps.

D'autre part nos marchés sont essentiellement sur de la rénovation pour lesquels les aides sont moins franches. Nous pouvons donc nous y sentir moins impliqués.

On avait constaté un large dévoiement de la RT2012 avec la mise en place de chauffage électrique après la réception avec un poêle à bois (radiateur, plancher en additionnel ...).

Petites éoliennes (marché domestique)

Il faut du vent constant, du champ libre et une hauteur minimum imposant un permis de construire. Celui-ci est en pratique peu souvent délivré. Sans stockage, la mise en place est économiquement complexe.

Tout cela laisse, en l'état, peu de possibilité de rentabilité pour le client et peu de marché aux installateurs.

PAC

On constate que les anciens gros faiseurs ont disparu.

Il y a eu amélioration des matériels et des rendements.

Aussi ce marché peut revenir en partie dans notre giron surtout avec des mises en service confiées à des stations techniques permettant de s'affranchir de la certification "fluide".

CHAUFFE-EAU THERMODYNAMIQUE

Rappelons que nous n'arrivons pas en à vendre suffisamment en tant qu'électriciens, comme les autres métiers peuvent savoir le faire. Le marché doit doubler dans les prochaines années. La marge unitaire peut justifier de s'y investir.

VENTILATION

La mise en œuvre des systèmes double flux demande à l'évidence des savoir-faire par exemple sur l'isolation des conduits et les pertes en charge.

Location et logement décent : normes minimales de confort - Performance énergétique

Depuis 2018, un logement doit également répondre à des normes énergétiques minimales pour être loué. Les critères portent notamment sur l'isolation, l'air ou l'humidité. Il est notamment tenu compte de l'étanchéité des portes, des fenêtres ou des murs ainsi que du taux d'humidité dans le logement.

DAAF Détecteur Autonome Avertisseurs de Fumée

Un partenariat avec EI ELECTRONICS pourrait aboutir à un guide, dans lequel il s'agit notamment d'évoquer :

- la réglementation (loi ALUR - Loi pour l'Accès au Logement et un Urbanisme Rénové)
- les bons emplacements
- les bonnes pratiques de pose
- les erreurs les plus fréquentes
- les solutions pour personnes handicapées
- les différentes technologies
- la durée de vie, l'entretien, l'empoussièrement...
- le développement de DAAF connectés à des boxes, portables, alarmes...

Il conviendrait de comparer les différents discours et conseils des différents constructeurs par exemple sur la durée et le type d'alimentation.

Un argumentaire et un flyer pourrait utiliser les problèmes de dysfonctionnements pour pousser la pose par les professionnels.

Certains collègues ne sont pas convaincus d'un marché pour ces produits à faible prix et faible marge. En cas d'obligation de revenir, soit pour mauvaise utilisation ou un matériel défectueux, la marge est de suite mangée.

Certains proposent, au lieu de faire une remise, d'offrir le DAAF.

Côté assurance, le DAAF apporte-t-il une réduction chez l'assureur, réclament-ils l'attestation ?

Un certificat de pose à fournir au client pourrait être un plus, pour qu'il l'envoie à l'assureur.

Il n'y a pas d'incidence sur les contrats. Pourrait-il y en avoir en cas d'accident (incendie) ?

Rappelons que les assureurs sont le deuxième propriétaire de France derrière les HLM.

En dehors de quelques mutuelles, leur politique n'a jamais été de contraindre les propriétaires. Bien au contraire, nous avons souvent constaté leur inertie en termes de sécurité électrique.

RGE

Eco conditionnalité, Fiscalité

Citons une bonne approche sur le site de l'ADEME

Il faut bien mesurer le poids des contrôles ensuite.

La démarche reste un véritable investissement qu'il faut rentabiliser.

Nous notons une vision très différente entre les électriciens purs et des très grandes villes et ceux qui font plusieurs corps de métiers.

Certains collègues participent à des groupements pour faire des propositions plus globales ou avec l'aide de plateforme locale (maison de l'énergie, dérivé de l'ADEME, Anah)....

Enfin il y a toujours de grandes confusions entre les certificats d'économie d'énergie (CEE), la TVA réduite, l'accès au PTZ ou aux crédits d'impôt...

Beaucoup d'électriciens ne se sentant pas concernés, le marché de cette communication est ingrat.

Qualification

Les installateurs ont une approche de ces labels en termes de publicité : même si cela ne dit pas grand-chose au client, cela peut en amener.

Côté QUALIFELEC, il est assez facile d'être Qualifelec RGE si on est déjà qualifié électrotechnique.

IRVE

La mise en place des restrictions RGE dans un marché qui s'ouvrirait à peine disqualifie de fait beaucoup de petites entreprises.

Les normes d'installation sont passées au standard de 7.4 kW par place de parking en résidentiel au lieu des 3.7 kW précédent. La borne « de base » devient une 32 Amp mono assurant des recharges en environ 3 heures au lieu d'une nuit. C'est un des éléments qui peuvent contribuer à faire changer l'image du tout électrique.

QUALIFELEC est l'organisme qui délivre cette qualification.

Quelles qualifications ?

La mention IRVE est obligatoirement associée à une qualification (ou qualification probatoire) dans les installations électriques ou dans l'éclairage public ou dans les branchements & réseaux.

Quelles formations ?

Les exigences de formation sont également précisées. A compter du 14 janvier 2018, il faut se former en IRVE selon 3 niveaux de formation qui rentreront dans le cadre du décret.

- 1^{er} niveau : formation de base ; pour être certifiés à l'issue de la formation et en capacité d'obtenir la certification EV Ready de niveau P1.
- 2^{ème} niveau : expert ; pour le public certifié niveau 1, afin à l'issue de la formation d'être certifié expert et en capacité d'obtenir la certification EV Ready de niveau P2 ou P3.
- 3^{ème} niveau : charge rapide

DIAGNOSTIC LOCATION

La loi Alur impose aux bailleurs de faire faire deux nouveaux diagnostics relatifs aux installations de gaz et d'électricité du logement dès lors que celles-ci datent de plus de 15 ans. Cette nouvelle obligation est entrée en vigueur le 1er juillet 2017 pour les logements situés dans un immeuble collectif dont le permis de construire est antérieur à 1975 et à compter du 1er janvier 2018 dans les autres cas. Les bailleurs des logements sociaux (HLM) ne sont pas concernés.

La C 16-600 et le Guide de mise en sécurité du CNEE sont des outils précieux pour rappeler le cadre normatif de la mise en sécurité électrique.

Mais au-delà des aspects techniques beaucoup de questions se font jour. La communication des fabricants, des grossistes et des contrôleurs est comme par le passé biaisée ou partielle.

Les bailleurs et clients n'ont pas non plus tout bien compris.

Tout cela entraîne confusions et erreurs entre la vente, la location, les diagnostics, les cerfa, l'âge des logements et celui des installations...

Il est toujours prioritaire de communiquer sur ces aspects juridiques autant que de parler de technique.

RVDI

Les règles du 3 août 2016 imposent un câblage de meilleure qualité pour les nouveaux logements.

Ceci peut relancer un peu le poids des installations domestiques concurrencées par le wifi et la 5G.

DEVELOPPEMENT DE NOS MARCHES

Nos échanges ont permis de rappeler qu'une organisation professionnelle est aussi un lieu où on découvre ce que font d'autres collègues et on échange les bonnes pratiques.

Cela se fait depuis toujours à FEDELEC.

Il serait souhaitable de pouvoir lui donner un format pérenne au travers de « fiches » concernant un marché particulier.

Les champs ne sont pas forcément nouveaux dans l'absolu mais nouveau pour un collègue.

Les questions qui pourraient être abordées : formations, matériels et équipements, assurances, donneurs d'ordre, publicité, groupements, sous-traitance possible ?

Parmi les champs cités :

Domotique, Bornes recharge, climatisation, photovoltaïque, colonnes montantes, tarif jaune, fibre optique, travaux sous tension, marchés publics, ventilation.

C'est un projet innovant et passionnant qui demandera...de la passion.

Régulièrement des constructeurs se rapprochent de FEDELEC, qu'ils considèrent comme tiers de confiance, pour proposer aux installateurs de notre réseau, la mise en service de leurs produits.

5.9 - PROMOTELEC

Constitution

PROMOTELEC est une association à l'origine destinée à la promotion des usages de l'électricité.

Elle était composée de 3 collèges : EDF, Installateurs, Industriels.

Au milieu des années 90 elle a élargi son tour de table au bâtiment et aux clients en vue de la certification de certains de ses produits (labels...).

Ses ressources lui proviennent essentiellement d'une dotation EDF, de vente également à EDF de produits dérivés du contrôle (label, offres EDF...) et de ventes de librairie plus connues des installateurs.

Enfin plus récemment et dans la perspective d'élargir ses ressources PROMOTELEC a renforcé la présence des constructeurs en son sein et créé un collègue contrôleur dévolu au CONSUEL.

Fonctionnement

Une concertation régulière avec les associés et des groupes de travaux très ouverts étaient de mises du temps des labels. Ces pratiques s'étaient ensuite perdues avec l'ouverture des marchés.

Documents de promotion

Nous demandons une mise à jour des documents d'information du grand public sur la sécurité.

Rappelons également que nos collègues ont souhaité que PROMOTELEC puisse nous aider à développer des arguments de différenciation vis-à-vis des produits vendus en GSB qui sont parfois les mêmes.

Guide et fiches techniques demandées

FEDELEC participe à la rédaction et la mise à jour des guides de PROMOTELEC

PROMOTELEC était toujours à la recherche d'un meilleur rendu de ses guides.

Pour nous il manque une orientation "client", c'est-à-dire installateurs, pour les 2 guides les plus vendus.

Or les choix pour ceux-ci sont essentiellement arbitrés par les représentants des constructeurs ou d'organisations qui éditent eux-mêmes des guides.

Les nouveaux guides sont à l'opposé de nos propositions, que nous rappelons :

Un guide rouge restreint à l'installation intérieur BT complété par 2 guides "adductions" et "RVDI" vendus séparément ou en kit.

Cela permettrait aux installateurs d'avoir un kit complet sans devoir aller chercher des éléments dans d'autres ouvrages quitte à mettre quelques euros de plus.

Cela permettrait à PROMOTELEC d'augmenter le prix moyen de son panier de base composé pour l'essentiel du guide rouge "sec".

Le guide de base pourrait être structuré en "cahier-chapitres", à l'image de la 16.600 (Coupure d'urgence, Mise à la terre, Bains et douche...). Ces cahiers sur un seul thème, pourraient être téléchargée individuellement et comporter une fiche-page synthétique dite "chantier" à destination des monteuses.

Au lieu de ceci, PROMOTELEC a compilé plusieurs guides en un seul.

Il y a un risque évident de retard dans les éditions dont les mises à jour seront très lourdes.

De même le prix de « l'officiel », c'est le nouveau nom du guide complet, est moins compatible avec le fait de le donner à chaque monteuse.

Nous demandons également de traiter la RVDI "normative" plus à fond, y compris des notions «coaxiales» plus complètes et de décaler dans un autre ouvrage la partie «domotique - intelligence».

Rappelons que la librairie PROMOTELEC propose également des « Fiches pratiques » et des « zooms ». Vous pouvez vous les procurer sur leur site « librairie » :

<https://professionnels.promotelec.com/les-editions/>

Actions diverses

PROMOTELEC est confronté à une nouvelle baisse de ses ressources et les actions de terrain auprès des installateurs semblent être toujours non prioritaires par rapport aux actions auprès des prescripteurs.

5.10 – AUTRES PARTENARIATS

CNEE (Conseil National de l'Équipement Électrique)

Le CNEE était une instance informelle de concertation entre les 4 OPI, Organisations Professionnelles d'Installateurs Électriciens, FEDELEC, FFIE, SERCE, UNA3E-CAPEB.

La présidence et le secrétariat étaient assurés en alternance par l'une des 4 organisations.

Citons quelques exemples de travaux :

- Intervention auprès du Ministre de l'Écologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement pour que les données sur la consommation des clients ne puissent être utilisées par les gestionnaires de réseau sans aucune autorisation des clients concernés.

- Guide CNEE "mise en sécurité"

Il n'y a plus de sollicitations. Nos « collègues » sont de moins en moins indépendants de leur interprofessionnelles ou de leurs plus grands adhérents. Les sujets « installations électriques » les motivent peu voir les dispersent.

EDEN Association « Équilibre des énergies »

Le groupe MULLER (Noirot, Airélec, Campa...) et ATLANTIC (Thermor, Elge...) ont créé, avec des associations de consommateurs, l'association "Équilibre des Énergies".

Le but est d'amender des éléments de la RT 2012 qui mènerait à la mort du chauffage électrique dans le neuf.

FEDELEC est la première des OPI à avoir rejoint cette association.

Des actions visant à réduire la portée du coefficient de conversion (2.53) sont menées.

Cette association a déjà porté une plainte auprès du conseil d'état pour différer des arrêtés, et décrets.

Il y a eu de nombreux engagements de poids (EDF, MULLER, PROMOTELEC, DELTA DORE...)

En tout état de cause il convient de maintenir une bonne coopération avec les constructeurs.

GRESEL

Le GRESEL réunit des associations de consommateurs et des constructeurs de matériel électrique. FEDELEC a été invitée par le GRESEL à participer à ses travaux.

C'est la première Organisation Professionnelle d'Installateurs à avoir reçu cette invitation ce qui traduit la reconnaissance du travail accompli.

Le GRESEL poursuit actuellement deux objectifs principaux :

- étendre le diagnostic obligatoire aux services généraux et parties communes des immeubles d'habitation.

Devant les atermoiements des autres partenaires, FEDELEC a pris du recul dans son engagement.

ASEC Produits non-conformes et produits dangereux

Plus d'une trentaine de marques de disjoncteurs et d'interrupteurs différentiels sont présentes sur le marché français. Des produits sont non-conformes à leurs normes et fonctionnent mal ou ne durent pas.

Plus grave, certains d'entre eux sont réellement dangereux et peuvent causer des explosions, incendies ou des électrisations.

Une « Association Sécurité Électrique et Conformité » a été créée en 2008 sur l'initiative des constructeurs. Le LCIE (Laboratoire Central des Industries Électriques) et Consuel y apportent leur concours au sein d'un Comité Technique. FEDELEC est la première organisation d'installateurs concertée dans cette coopération.

Si un installateur détecte des produits non-conformes, il ne doit pas hésiter à le signaler à l'association.

Les produits suspectés feront l'objet de tests. S'ils posent problèmes, ils seront « ré-achetés » en présence d'un huissier puis transmis pour essais au LCIE. En fonction des résultats des analyses, une suite sera donnée via la DGCCRF ou par une action en justice.

L'Association Sécurité Électrique et Conformité dispose d'un site à l'adresse : www.securelectrique.com

5.11 – COMMERCE EN LIGNE – NOUVEAU COMMERCE

APPORTEURS D'AFFAIRES

Encart publicitaire, intermédiaires... dans un contexte de morosité, les difficultés récurrentes et le taux de renouvellement de la profession entraînent un renouveau des abus de ces intermédiaires peu scrupuleux.

Il faut ré-alerter les adhérents sur ces pratiques.

Rappelons que nous ne sommes pas protégés, contrairement au particulier, par la loi Scrivner (démarchage à domicile, délai de rétractation...)

D'autre part, il est utile d'avoir des conseils de conduite à tenir lorsque nous recevons ce type de facture.

INTERNET

Lorsque l'on parle d'internet, de sites, d'applications et de commerce en ligne il est facile de n'être d'accord sur rien en ne parlant pas des mêmes choses avec, presque, les mêmes mots.

L'expérience des autres métiers nous montre que nous ne pouvons pas éviter ces questions.

Par exemple celui de plombier.com. Rappelons qu'il s'agit d'un site proposant plus de 100 prestations de base tarifées à maxima (déplacement main d'œuvre, petites fournitures). Le particulier peut donc « commander » le remplacement de sa chasse d'eau ou de son chauffe-eau à prix fixé.

Cette méthodologie pourrait s'appliquer à des travaux de rénovation (style « batiprix ») ou de mise en sécurité.

Nous en avons eu un bel exemple avec le « partenariat » Schneider autour des bornes électriques qui a donné un tarif unique de pause en 4 ou 5 cas proposé par Véolia.

Nous pourrions distinguer au moins 4 catégories.

Les « Listes – Annuaire », où l'on s'inscrit ou, où l'on est inscrit simplement, voir passivement (ancienne pages jaunes, annuaires de CMA...).

Le « Référencement » où il faut décrire au moins ce que l'on fait, ses spécialités (Qualifélec, FEDELEC...). Il s'agit d'une vitrine numérique.

L'« Inter médiation », les Apporteurs d'affaires qui vont mettre en contact les demandes et les offres moyennant ou pas finance (le bon coin, achat mot clé Google, plateforme de devis...)

Certains collègues ont pu démarrer par ces plateformes pour des marchés privés.

Les taux de retours suivent souvent la conjoncture. Ils baissent en période de vaches maigres mais marquent une embellie avec les autres activités.

Les rémunérations sont aux contacts non exclusifs (quelques dizaines d'euros) ou par abonnements, voire plus rarement au pourcentage des affaires.

Les politiques des plateformes déroutent parfois : « vous êtes trop qualifié, vous serez trop cher ».

Les systèmes de notation, d'avis, qui contribuent largement à construire les « e réputations ».

Ils remplacent le fameux « bouche à oreille » des siècles passés.

Ce sont eux qui font le plus débat entre nos collègues qui craignent les remarques des clients insatisfaits (valeur absolue) et ceux qui y voient une opportunité de se démarquer (valeur relative).

Il faut faire comprendre que nous sommes rentrés dans une nouvelle ère, l'évaluation, la déclaration de satisfaction du client.

Tous les clients satisfaits doivent être incités à le déclarer et remerciés en retour.

Savoir détecter les clients mécontents en amont, désamorcer les choses par un geste commercial, répondre avec empathie aux critiques, sont choses alors utiles.

Il faut apprendre à gérer sa notoriété, son e-réputation, à mesurer le retour de satisfaction de nos propres clients et à changer nos produits et nos réponses en fonction de « ce qui plaît ». A titre d'exemple, les hôteliers, les garagistes le font de mieux en mieux. Il existe des formations.

Elles permettraient à nos collègues de distinguer notamment les « bottins » ouverts des plateformes intermédiaires où il faut être client.

Il ne s'agit pas que d'Internet avec un site, un portail, mais bien aussi des réseaux sociaux. Ces derniers peuvent être également des « apporteurs d'affaires » lorsque l'un de vos clients est satisfait et partage cela avec son cercle sur tel ou tel réseau.

Nos rencontres sont toujours l'occasion de développer ces éléments au travers de témoignages et d'échanges en direct.