

Patrick, quincaillier

LA GRANDE ENSEIGNE "Brico-Service, Quincaillerie-Droguerie" pend fièrement au dessus de l'entrée. La porte franchie, les présentoirs surchargés d'articles généreusement éclairés par les fluos vous donnent une impression d'abondance. Guidé par les panonceaux suspendus au plafond, l'envie vous prend d'aller flâner dans les espaces Électricité, Plomberie, Droguerie, Jardinage... pour découvrir vaisselle, peinture, serrurerie, outillage, visserie, petit et grand électro-ménager, compost, semences, etc.

Il faut proposer du choix

Sur 120 m², plus de 5 000 articles sont à l'étalage. Un stock considérable dont la valeur va chercher dans les 200 000 F. Les postes de télévision, radio, HiFi, eux, ne sont pas exposés, mais figurent au catalogue. Les activités de la maison comprennent encore la reproduction de clés, le sertissage de boîtes de conserve, le dépôt de gaz.

Ce qui est bien chez Patrick, c'est que les clients commencent à savoir qu'ils peuvent commander et avoir rapidement ce qu'ils n'ont pas trouvé en magasin.

« *Il faut proposer du choix, explique-t-il. Ma politique actuelle est d'augmenter le nombre d'articles présentés, mais sans stocker inconsidérément pour ne pas avoir une rotation trop lente. Aujourd'hui, même dans le petit commerce, on est amené à travailler de plus en plus à flux tendu, dans la mesure où l'on sait que l'on pourra servir rapidement le client.* » Pour cela il est aidé par la gestion informatisée des stocks. « *C'est moderne pour un petit village, dit-il, mais un jour ou l'autre tout le monde sera bien obligé de s'y mettre.* »

La quincaillerie, depuis 40 ans au même emplacement de la Grand'Rue de Montricoux, avait fermé durant des mois. Enfant du pays depuis plus de vingt ans (son grand-père avait été maire de la commune), Patrick, 31 ans, célibataire vivant chez ses parents, a racheté le fonds voici deux ans, début 1996.

« Maintenant, c'est sur la bonne voie, confie-t-il. Je suis davantage connu. Je peux dégrader des bénéfiques que je réinvestis en grande partie pour l'achalandage de la boutique et dans l'achat de machines. Mais la première année a été assez dure. Il fallait remonter le commerce et se refaire une clientèle. Il y a eu une aide de l'État à la création d'entreprise et, comme tout le monde, j'ai dû contracter des emprunts. Parfois, des journées entières où je ne voyais personne, je me suis dit que je n'y arriverais jamais. »

Un accueil chaleureux et compétent

Le magasin est ouvert tous les jours, sauf les lundis et dimanches après-midi. Dès 8 h ½ du matin, Patrick est à son poste. L'accueil est chaleureux. Le client peut discuter de ses petits problèmes, recevoir un conseil et même se voir orienté vers un collègue : « Vous pourriez trouver ça chez Untel à Montauban... ». La prévenance va même parfois jusqu'à donner le coup de fil à Untel pour confirmer.

La boutique est rarement vide. Pendant nos deux petites heures d'entretien, une bonne quinzaine de personnes sont entrées pour acheter une bricole, faire sertir des boîtes de conserve, rechercher un appareil réparé, commander un article, etc.

Les longues journées d'un commerçant

Calme, compétent, jamais l'air débordé, Patrick. Du moins en apparence. Le métier de commerçant est exigeant. Après sa permanence journalière de 9 heures à accueillir clients et représentants au magasin, il va partir faire sa tournée, livrer, installer, dépanner, ce qu'on appelle le service après-vente. Et il devra aussi mettre à jour la comptabilité, assurer la gestion et le renouvellement des stocks.

La question qu'on peut se poser, c'est comment une entreprise pareille peut tenir, surtout dans un petit village comme Montricoux.

Montricoux (T-&-G) vient tout juste de dépasser les 1 000 habitants. Ensemble nous passons en revue les services, entreprises et commerçants du pays. C'est impressionnant. Coiffeurs, cabinet médical, kynési, infirmières, dentiste, pharmacien, La Poste... Serrurerie-carrosserie, maçonnerie, plomberie, menuiserie-charpente, mécanique auto... Journaux-papeterie, boucherie, épiceries, boulangeries, cafés, tabac, sans oublier le col-lège d'en face qui fait bazar-mercerie et également électro-ménager, télé, etc.

« *Ce n'est pas tellement une question de population, affirme Patrick. Le commerce peut être plus favorable dans un petit village que dans une grande agglomération. Même petite, si une localité est suffisamment éloignée des grands centres et si elle est active, elle peut drainer la population d'alentour. Non, la vraie concurrence nous vient des grandes surfaces.* »

La concurrence de la grande distribution

Sur le sujet de la concurrence, Patrick s'anime : « *On ne pourra jamais être au niveau des grandes surfaces de distribution. La plupart du temps, celles-ci sont les filiales d'un groupe, et le groupe constitue une sorte de centrale d'achat qui a le pouvoir de faire casser les prix au niveau le plus haut, celui des fabricants, au point parfois de les mettre en péril. De ce fait, les super et hyper magasins peuvent pratiquer un coefficient multiplicateur beaucoup plus élevé que le nôtre. Autrement dit, ils peuvent vendre les articles moins cher que nous, tout en dégagant une marge de bénéfice plus importante. Ceci dit, ils ont aussi des frais de gestion beaucoup plus considérables que les petits* ».

« *En fait, si on fait l'effort de comparer, les écarts de prix ne sont pas si grands qu'on le répète machinalement. Personnellement, j'essaie de pratiquer les prix au plus juste possible et, sur certaines marchandises, cela peut surprendre, je suis même moins cher. Le tout est de choisir le grossiste qui va pratiquer des prix permettant de dégager une marge en restant à un prix raisonnable.* »

« *Mais, observe Patrick, on se heurte à la mentalité du public qui raisonne en disant : il est trop petit, il ne doit pas avoir ça, il est trop cher, etc. Pourtant, cela commence à évoluer. Quand des gens savent qu'ils peuvent faire confiance, ils prennent en considération l'accueil, les renseignements, le service rendu, la compétence qu'ils peuvent trouver à leur porte, et aussi les distances à parcourir et le temps passé pour aller en ville. Petit à petit une clientèle se fidélise.* »

Les choix de Patrick

Qu'est-ce qui a poussé Patrick à se lancer dans ce métier ?

D'abord trouver du travail. À sa sortie du collège, en 1^e A littéraire, il avait d'abord été magasinier aux cimenteries de Varen-Lexos (T-&-G), puis conducteur d'engin, et de nouveau magasinier dans une entreprise de réparations automobiles.

Un licenciement économique, et c'est le chômage. Patrick s'inscrit à une formation pour adultes d'électronicien (dépannage électronique grand public), sanctionnée par un bac-pro.

« Pour avoir un emploi aujourd'hui, explique-t-il, une des meilleures solutions est de créer sa propre entreprise. » Comme son jeune frère, qui s'est reconverti dans la pizza après avoir été mécanicien auto.

Pour se lancer, il faut un fameux penchant pour l'aventure, le goût du risque ? « Un peu, c'est sûr, et aussi un certain esprit d'indépendance, vouloir mener sa propre affaire. C'est mon cas : je n'aime pas trop que quelqu'un vienne me dire à chaque instant ce que j'ai à faire. Et puis, c'est vrai, j'aime le contact avec les gens, avec la clientèle. Je ne sais pas si je pourrais m'en passer. »

Le commerce amène de la vie

Patrick ajoute aussitôt : « Il faut quand même le dire, quand j'ai vu cette quincaillerie qui fermait, j'ai réfléchi. Est-ce qu'on pouvait risquer de laisser tomber quelque chose comme ça dans un petit village ? Dans nos campagnes, quand le commerce s'en va, qu'est-ce qui reste ? Il faut faire des kilomètres pour avoir la moindre chose et du coup les gens ne sont plus attirés pour y rester ou pour venir y habiter. Le commerce amène de la vie. »

Travailler à la campagne

« Et puis, poursuit-il, une autre chose qui a compté pour m'installer ici, c'est que j'aime la campagne. "Y a pas photo", j'ai assez travaillé et vécu à la ville pour savoir la différence qu'il y a avec vivre à la campagne. Ici, il y a pas mal de personnes âgées et des familles pas très riches, de milieu difficile, qui sont venues de la ville au village, souvent chômeurs, donc qui n'achètent pas beaucoup. Mais on connaît. »

« Comme je l'ai déjà dit, il y a eu des moments de pessimisme. Mais, quand on a de bons échos des clients, quand des gens vous font savoir qu'ils sont contents de vos services, ça donne satisfaction à travailler. Alors, même s'il faut faire des heures, toujours se battre et s'accrocher pour être dans le coup, tout ce qu'on fait prend un sens, rime à quelque chose. »

Et de conclure : « En plus, il y a la petite fierté de se dire qu'on contribue au développement local, qu'on y est un peu pour quelque chose... Non, je ne suis pas prêt à laisser tomber ! » Bon courage, Patrick !

**Entretien avec Patrick OGBURN
recueilli par Frère Maurice GEORGE
Prieuré St-Jean-Baptiste
Montricoux (T-&-G) ■**