



**La spécialiste de la grande distribution d'équipements de la maison prend le virage de l'Internet. La Toile doit constituer pour les prochaines années le principal levier de croissance de Cafom. Le groupe revient sur ces projets.**

## "Nous avons un potentiel énorme devant nous"

**HERVÉ GIAOUI**  
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CAFOM

**CHART'S :** Cafom vient de publier ses résultats semestriels. Quels commentaires vous inspirent ces résultats ? Quels ont été les leviers de la croissance pour la société ?

Hervé Giaoui : Nous avons su, dans un contexte économique assez difficile, limiter le repli de notre résultat net, et même améliorer notre marge brute et notre Ebitda. Les leviers de croissance, aujourd'hui, sont constitués par notre filière Internet, essentiellement dans le B to C avec notre site "vente-unique.com" en France, qui est aujourd'hui le leader de la vente de meubles sur Internet. D'autres leviers de croissance arriveront très rapidement dans ce domaine, avec le site "venta-unica.com", notre site en Espagne, et notre activité de bijoux avec "diamant-unique.com".

**CHART'S :** Quel impact a le ralentissement économique sur votre activité ?

H. G. : La crise économique n'a d'impact que sur notre activité traditionnelle. Elle n'en a aucun sur notre activité e-commerce. Nous avons la chance d'être dans un marché qui n'est pas encore mature, donc nous avons un potentiel énorme devant nous. Dans l'activité traditionnelle, nous avons constaté un gros impact du contexte économique à partir du mois d'août. Outre-Mer, cela s'est senti un peu plus tôt qu'en Europe, car nous dépendons beaucoup des lois de défiscalisation qui avaient été redéfinies dès les mois d'avril - mai. L'impact s'est essentiellement ressenti dans le secteur du bâtiment, or celui-ci est l'un des moteurs de l'économie d'Outre-Mer.

**CHART'S :** Plus généralement, comment voyez-vous évoluer votre environnement de marché au cours des prochains mois ? Et quels sont les atouts dont dispose Cafom ?

H. G. : Le marché va rester difficile. Mais nous devrions pouvoir passer 2009 de manière confortable. Parmi nos atouts, nous avons déjà rénové la plupart de nos magasins, donc nous avons des sites qui sont beaucoup plus adaptés qu'ils l'étaient voici quelques années. Nous avons également un gros avantage, c'est que nous détenons une part de marché assez confortable. Nous sommes les seuls à disposer de 30 000 m<sup>2</sup> de surface de vente sur l'ensemble des départements d'Outre-Mer. Par ailleurs, nous développons notre offre autour du meuble avec les objets de décoration, les petits produits. Ceci nous permet d'attirer des clients qui viennent pour des objets à quelques euros et repartent avec un panier moyen important.

**CHART'S :** Comment voyez-vous évoluer la part, dans votre chiffre d'affaires, du pôle de distribution traditionnelle et des activités e-commerce au cours des prochaines années ?

H. G. : A trois ans, le e-commerce représentera environ 20% de notre chiffre d'affaires. A cinq ans, il pourra en représenter jusqu'à 35% à 40% grâce à notre expansion en Europe.

**CHART'S :** Avez-vous des objectifs de chiffre d'affaires globaux à donner ?

H. G. : À trois ans, notre activité traditionnelle sera autour de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires. Notre activité dans le e-commerce sera sûrement largement au-dessus de 50

millions d'euros de chiffre d'affaires.

**CHART'S :** Comment renforcez-vous votre développement à l'international ?

H. G. : Nous le renforçons essentiellement à partir d'une activité de e-commerce en B to B. Nous avons mis au point un site, "DirectLowCost.com", qui permet à n'importe quel distributeur, à travers le monde, de composer un container de l'ensemble de nos références stockées en Chine.

Ainsi, aujourd'hui, un petit distributeur peut remplir un container avec un stock disponible en Chine, composé de 1 200 références et se faire livrer en 45 jours, partout où il se trouve. En quelques mois, nous avons déjà livré 18 pays et la plupart des clients ont déjà passé une nouvelle commande. Un exemple : notre premier client sur l'un de ces pays a déjà effectué huit fois le renouvellement des commandes.

**CHART'S :** Existe-t-il des opportunités de croissance externe dans votre secteur ? Votre situation financière permet-elle de saisir ces opportunités, si elles existent ?

H. G. : Nous avons toujours une capacité d'endettement, mais n'avons pas du tout la volonté de nous en servir. La croissance ne se fera pas par rachat. Je pense qu'aujourd'hui, il y a mieux. Il existe d'autres solutions que nous allons sûrement envisager. Notre développement se fera surtout via le e-commerce.

*Propos recueillis par Jean-Christophe Rolland*