

# La Camif fait le pari du « made in France »

► L'entreprise de vente par correspondance s'est recentrée sur l'équipement de la maison, et les produits sont vendus uniquement par Internet.  
 ► Son reprenneur, Emery Jacquillat, met l'accent sur le « consommer local ».

Il a fait son tour de France à lui avant l'heure. Tout au long du mois de juin, Emery Jacquillat, le jeune reprenneur de la Camif, numéro trois français de la vente par correspondance (VPC), a choisi d'aller à la rencontre de ses fournisseurs, comme l'Esat Le Hameau, à Pau, un fabricant de meubles en pin maritime, Lafuma, dans la Drôme, qui réalise du mobilier de plein air, ou encore Tradilinge, à Cambrai, une PME spécialisée dans la fabrication de linge de maison.

Sur la douzaine d'étapes du parcours, des clients de la Camif qui avaient répondu à l'invitation lancée sur Internet ont pu visiter eux aussi les ateliers de fabrication.

L'expérience est originale, pour un pari plutôt osé. Car quand Emery Jacquillat reprend la marque Camif, début 2009, au tribunal de commerce de Niort, pour un million d'euros, on le prend un peu pour un fou. Avec un passif de 100 millions d'euros, l'entreprise vient d'être liquidée, emportant dans sa chute les 570 salariés. Le modèle totalement intégré, avec le maximum de choses faites en interne, a fait exploser les coûts et la Camif n'a pas pris assez vite le virage du numérique.

Emery Jacquillat est persuadé, pourtant, que cette société recèle encore pas mal de potentiel. « Il y avait la marque, des produits ayant une bonne réputation et un fichier de 3,5 millions de clients », souligne-t-il. Diplômé d'HEC, il commence à s'y connaître en affaires. Il a démarré sa carrière en 1998 en créant Matelsom, le premier site marchand de literie, qui a d'ailleurs de nombreux fournisseurs communs avec la Camif. Emery Jacquillat déménage sa société de Nanterre à Niort, le siège historique, avec sa cinquantaine de salariés. Il fait venir le centre d'appels Teleperformance et s'installe aussi sur place, avec femme et enfants.

Mais, pour réussir, il fallait, dit-il, « revenir aux fondamentaux ». C'est-à-dire, pour l'ancienne centrale d'achats des instituteurs, « se concentrer sur l'équipement de la maison avec des articles de qualité et une offre uniquement sur Internet ». Le reprenneur veut aussi casser l'image du « vépéciste » généraliste pour retrouver celle de l'entreprise solidaire des débuts, mais avec les outils de distribution du XXI<sup>e</sup> siècle. « La qualité française, c'est comme l'orthographe, ce sont des valeurs qui parlent à nos clients », résume Emery Jacquillat.



À Niort, un espace d'exposition de la Camif. Aujourd'hui, 69 % du chiffre d'affaires est réalisé sur des produits « made in France ».

**« La qualité française, c'est comme l'orthographe, ce sont des valeurs qui parlent à nos clients. »**

Pour renouer les liens avec eux, il envoie « une carte de remise à vie de 7 % » aux 25 000 clients qui n'avaient pas été livrés au moment de la liquidation de l'entreprise. Des petits catalogues de 80 pages sont envoyés aux plus fidèles pour leur

présenter les nouvelles collections. Surtout, l'accent est mis sur la « consommation locale ». Aujourd'hui, 69 % du chiffre d'affaires de la Camif est réalisé sur des produits « made in

France » et 95 % sur du « made in Europe ».

Le nouveau patron de la Camif se défend de vouloir surfer sur la vague du

moment et se dit persuadé qu'il s'agit d'une tendance de fond. « Les particuliers cherchent à donner du sens à leurs achats. Cela nous pousse à réinventer nos entreprises et nos modes d'échanges », affirme-t-il. Selon lui, les produits proposés ne sont, en moyenne, plus chers que de 10 % que ceux des concurrents, à qualité comparable. Les fournisseurs sont également invités à mettre sur le site une vidéo présentant leurs méthodes de production.

Le site a ainsi mis en place, l'an dernier, une application, « conso'localisation », qui permet à chaque client de choisir son produit en fonction de son lieu de fabrication. « Nous sommes les seuls à le faire. Sur le plan informatique, c'est pourtant très simple à mettre au point et cela réclame juste un gros effort de transparence », affirme Emery Jacquillat, en « parlant d'écologie du bon sens ».

La plupart des canapés viennent, par exemple de Mousse du Nord, une société installée près de Lille. Et un achat sur le site divise-

rait par quatre les émissions de CO<sub>2</sub> par rapport à un achat en grande surface.

Après le prix, le lieu de fabrication est ainsi devenu le deuxième critère de choix des internautes sur [camif.fr](http://camif.fr). La société veut aller encore plus loin en indiquant le lieu de fabrication des principaux composants des produits.

Ce positionnement semble aujourd'hui en passe de réussir. « Pour la première fois, l'an dernier, nous avons plus de nouveaux clients que d'anciens, soit 300 000 au total », se félicite Emery Jacquillat. Le public de la Camif a aussi été rajeuni, passant de 55 ans à 45 ans en moyenne.

Après 25 millions d'euros en 2013, le chiffre d'affaires devrait atteindre 33 millions en 2014 et 50 millions en 2015. L'équilibre financier a été atteint l'an dernier, et le patron de la Camif se dit en ligne avec son plan de marche, même si, selon lui, la société serait déjà bénéficiaire si elle s'approvisionnait dans les pays à bas coûts.

Cela n'a pas empêché Emery Jacquillat de convaincre des investisseurs de participer à son aventure. L'an dernier, Citizen Capital, le fonds d'investissement sociétal dirigé par Laurence Méhaignerie, a injecté 5,2 millions d'euros dans l'entreprise.

## REPERES

### LA CAMIF DEPUIS 1947

► La Coopérative des adhérents à la mutuelle des instituteurs de France (Camif) a été créée en 1947, par Edmond Proust, le fondateur de la mutuelle d'assurances Maif, qui voulait alors donner aux enseignants les moyens d'équiper leur foyer.

- Entre 2006 et 2008, le chiffre d'affaires a été divisé par deux pour tomber à 230 millions d'euros. La liquidation judiciaire est intervenue le 27 octobre 2008.
- La Camif n'emploie plus aujourd'hui que 60 salariés, dont 17 % sont actionnaires.
- Elle a 280 fournisseurs, dont 228 Français, ce qui représente 5 214 emplois.