



FÉDÉRATION DES ENSEIGNES
DU COMMERCE ASSOCIÉ



PRESSE

DOSSIER DE PRESSE 17 MAI 2010

*« Chiffres des réseaux du Commerce Associé :
comment les groupements se sont-ils comportés en 2009 ? »*

Contact presse : Ludivine ROUZES // 01 44 37 02 51 // lrouzes@fca-commerce-associe.fr



Fédération des enseignes du Commerce Associé

77, rue de Lourmel 75015 PARIS // Tél : 01 44 37 02 00 Fax : 01 44 37 02 02 // www.commerce-associe.fr

SOMMAIRE

COMMUNIQUE	3
RESULTATS 2009 DE L'OBSERVATOIRE ECONOMIQUE DU COMMERCE ASSOCIE	5
LE POIDS ECONOMIQUE DU COMMERCE ASSOCIE EN 2009	5
Panorama du Commerce Associé : une présence marquée dans de nombreux secteurs d'activité	5
Une activité commerciale située au-dessus de celle du marché : +0,9%	6
DEVELOPPEMENT DES RESEAUX DU COMMERCE ASSOCIE EN 2009	7
Des adhésions plus nombreuses	7
Des transmissions différées	7
COMMERCE ASSOCIE CREATEUR D'EMPLOIS : 9 500 SALARIES EN PLUS	8
Une croissance du nombre de salariés: + 2,1%	8
Une croissance du nombre d'entrepreneurs : +2,1%	9
LA FEDERATION DES ENSEIGNES DU COMMERCE ASSOCIE	10
ROLE ET MISSIONS DE LA FCA	10
Représenter et défendre ses membres, notamment auprès des pouvoirs publics	10
Promouvoir et contribuer au développement du Commerce Associé	10
Conseiller ses adhérents, informer et former	10
Développer et faciliter les échanges d'expériences	10
LISTE DES MEMBRES DE LA FCA AU 17 MAI 2010	11
DIRECTION DE LA FCA	15
GUY LECLERC, Président de la Fédération des enseignes du Commerce Associé	15
ALEXANDRA BOUTHELIER, Déléguée Générale de la Fédération des enseignes du Commerce Associé	17
ACTUALITES DE LA FEDERATION EN 2009	18
Deux nouveaux groupements adhèrent à la Fédération	18
Ecoles: développement des partenariats	19
Les formations	19
Les partenariats	21
Les salons partenaires 2010	22
Equipmag 2010	22
E-commerce 2010	22

COMMUNIQUE

Malgré une année rythmée par la tourmente économique et des réformes législatives successives, les enseignes du Commerce Associé affichent des indices 2009 positifs et solides. Les groupements ont en effet dévoilé une croissance globale de leurs chiffres d'affaires de **0,9%**, se situant probablement à 3,1 points au-dessus de celle du commerce de détail français (source IFLS/CDCF : -2,2% pour le commerce de détail). Ce sont ainsi **118, 5 milliards d'euros** qui ont été réalisés par les **75 groupements** du Commerce Associé.

Certes, les répercussions économiques de la crise corrélées aux dispositifs mis en place par la LME, notamment la réduction des délais de paiement ou encore la mise en place de nouvelles taxes appliquées aux commerces, ont fragilisé les comptes d'exploitation des entreprises et entraîné des besoins financiers que les partenaires bancaires n'ont pas toujours été prêts à suivre. Ces résultats confirment ainsi la capacité des groupements du Commerce Associé à maintenir leurs activités et poursuivre le développement de leurs réseaux, chiffres de ce dossier à l'appui.

En 2009, la FCA retient trois faits marquants, largement développés dans ce dossier :

- **Une activité commerciale au-dessus de celle du marché**

Selon les estimations de l'IFLS/CDCF, celle-ci se situerait à 3,1 points au-dessus de la croissance du commerce de détail français.

- **Un développement soutenu des réseaux**

En 2009, le Commerce Associé comptait **38 152 points** de vente soit une croissance de **2,7% par rapport à 2008**.

- **Une croissance continue des emplois**

Malgré un contexte économique des plus difficiles, les groupements ont poursuivi la création d'emplois, notamment dans les points de vente, enregistrant une **croissance des effectifs de 2,1%**.

Ces résultats s'expliquent par l'un des piliers fondamentaux du système coopératif, celui de **la dynamique entrepreneuriale et de l'implication des associés**. Basé sur une gouvernance dans laquelle les « Hommes » de terrain participent aux décisions stratégiques du réseau, le modèle coopératif offre aux groupements la possibilité de faire preuve d'une

plus **grande capacité d'adaptation et de souplesse**, permettant aux entrepreneurs de réviser plus rapidement leurs actions face aux nouveaux comportements d'achats.

Augmentation de la quantité des marques propres, renforcement de la stratégie en matière de développement durable, investissement dans d'autres canaux de distribution, baisse des prix, augmentation des volumes d'achat,... A l'écoute de leurs consommateurs, les entrepreneurs du Commerce Associé ont su mettre en place un certain nombre d'actions répondant à leurs nouvelles attentes ; le résultat ? Une **croissance supérieure à celle du commerce de détail français**, prouvant la satisfaction du client final et donc la **pérennité du système**.

A propos du Commerce Associé et de la FCA (Fédération des enseignes du Commerce Associé) :

Le Commerce Associé est une organisation de réseaux de points de vente (magasins, agences, hôtels, ...) constitués et contrôlés par des entrepreneurs indépendants, qui se sont associés au sein d'un groupement, dans le but de mettre en place des actions et des outils communs résultant de la mutualisation de leurs moyens et de leurs savoir-faire. Propriétaires de leurs affaires et de leur réseau/enseigne, ils en sont les acteurs et les décideurs. En grande majorité, ces groupements sont organisés sous forme coopérative.

La Fédération des enseignes du Commerce Associé a pour vocation de représenter les groupements de commerçants, notamment auprès des pouvoirs publics ; de conseiller ses adhérents et de développer les échanges d'expériences inter-groupements ; de promouvoir et de contribuer au développement du Commerce Associé.

En 2009, le Commerce Associé a réalisé plus de 118,5 milliards d'euros de chiffres d'affaires soit plus du quart du commerce de détail français. Les 75 groupements coopératifs nationaux développent 143 enseignes nationales et fédèrent 29 748 entrepreneurs exploitant 38 145 points de vente.

www.commerce-associe.fr

RESULTATS 2009 DE L'OBSERVATOIRE ECONOMIQUE DU COMMERCE ASSOCIE

LE POIDS ECONOMIQUE DU COMMERCE ASSOCIE EN 2009

Nombre de groupements recensés :	75 ⁽¹⁾
Nombre d'enseignes nationales :	143
Nombre de points de vente :	38 145 (+2,7%) ⁽²⁾
Nombre d'entrepreneurs indépendants :	29 748 (+2,9%) ⁽²⁾
Nombre d'employés :	452 762 (+2,1%) ⁽²⁾
CA points de vente TTC :	118, 534 milliards d'euros
Croissance annuelle :	0,9% ⁽²⁾

⁽¹⁾ **Nombre de groupements ayant une stature nationale, identifiés par la FCA. Certains groupements, régionaux ou plus difficiles à identifier dans certains secteurs, ne sont pas comptabilisés dans ce recensement.**

⁽²⁾ **Pourcentage d'évolution par rapport à 2008.**

// PANORAMA DU COMMERCE ASSOCIE : UNE PRESENCE MARQUEE DANS DE NOMBREUX SECTEURS D'ACTIVITE

En 2009, les **75 groupements nationaux** développaient **143 enseignes** détenant en moyenne **300 points de vente**. 93% du chiffre d'affaires est réalisé aujourd'hui dans le **commerce de détail**, **4,4%** dans les **services marchands** et **2,5%** dans le **commerce du BtoB**.

Secteurs	Nombre de groupements	Nombre d'enseignes	Chiffres d'affaires (M€)	Nombre de points de vente
Alimentation	6	15	79 959	4 706
Aménagement de la maison	18	37	9 567	4 598
Automobile	5	7	1 395	934
Equiperment de la personne	8	15	1 129	2 197
Produits culturels	3	3	487	440
Equiperment professionnel	4	8	3 188	829
Jouets – puériculture	2	3	638	509
Optique - audioprothèse	6	11	2 299	3 971
Photo	2	2	374	490
Fournitures de bureaux	3	6	1 177	479
Pharmacie *	8	5	11 579	12 406
Sports – loisirs	5	13	1 928	1 400
Immobilier et autres services	8	6	665	2 597
Tourisme – restauration	9	12	4 134	2 596
TOTAL	75 **	143	118 534	38 145
dont non alimentaire	69	128	38 575	33 439

: Le secteur comporte en réalité un nombre de groupements plus important, mais qui sont difficiles à identifier de manière précise. Par ailleurs, un grand nombre d'officines effectuent des achats groupés ou mettent en place des actions communes, parfois sans avoir encore créé un groupement sur le plan juridique.

*** : Certains groupements étant présents dans plusieurs secteurs, le total de la colonne est en réalité supérieur à 75.*

// UNE ACTIVITE COMMERCIALE SITUEE AU-DESSUS DE CELLE DU MARCHE : +0,9%

Malgré une activité 2009 en dents de scie (avec notamment de mauvais mois de février, mai, août et novembre) et des périodes de **soldes peu fructueuses**, les enseignes du Commerce Associé affichent une **croissance de 0,9%**, soit un chiffre d'affaires total de **118,5 milliards d'euros**.

Cette performance est d'autant plus notable au regard de la croissance du commerce de détail français communiquée par l'IFLS, annonçant une baisse du chiffre d'affaires de 2,2%.



* : données provisoires (source : baromètre (IFLS/CDCF))

De manière plus sectorielle, les **groupements alimentaires** affichent une **croissance globale de 1%** s'expliquant notamment par l'effet déflationniste qu'ont subi les produits alimentaires (-0,3%) mais également par une baisse importante du prix du carburant (-14%). Hors carburant, les groupements alimentaires dévoilent une hausse de 4%.

Les réseaux non alimentaires voient, quant à eux, leur chiffre d'affaires progresser de **0,67%**. Celui-ci se trouve **notamment porté par les secteurs du jouet et de la puériculture (+8,3%), l'équipement professionnel (+7,1%), l'entretien et la réparation automobiles (+4,9%) et l'optique (+4,5%)**. Certains secteurs ont, en revanche, accusé des baisses significatives telles que les agences immobilières, le tourisme ainsi que l'équipement de la maison.

DEVELOPPEMENT DES RESEAUX DU COMMERCE ASSOCIE EN 2009

// DES ADHESIONS PLUS NOMBREUSES

En 2009, les 75 groupements recensés par la FCA enregistrent un **gain net de 1 000 points de vente** se décomposant en **1 553 entrées et 544 sorties** (nombre de sorties identique à celui de 2008). Cette croissance, notamment soutenue par une hausse d'unités dans les secteurs de l'alimentaire et de la pharmacie, permet de porter le nombre de points de vente à **38 152 magasins, soit une hausse de 2,7% par rapport à l'année précédente.**

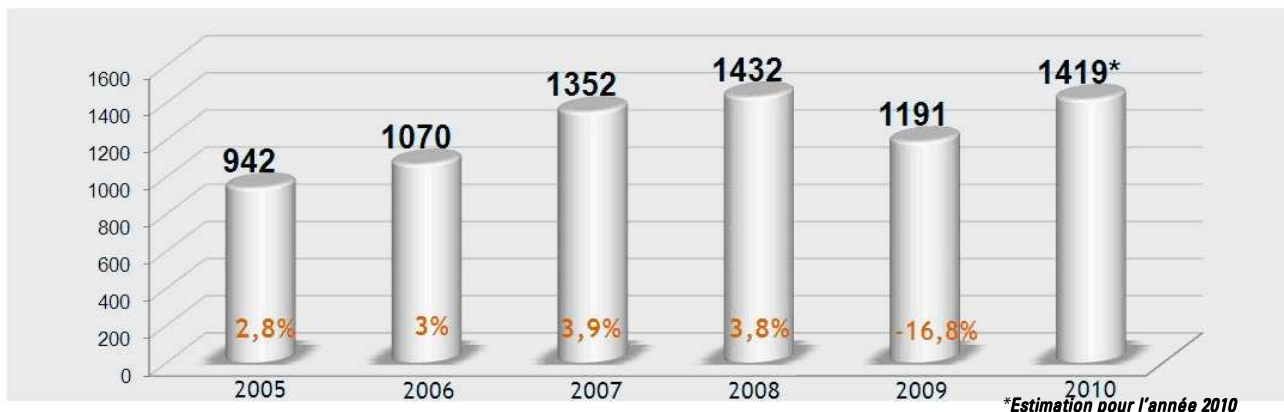
Ces nombreuses adhésions ont très probablement été motivées par les **services** qu'apporte un groupement à un point de vente. Tout en conservant une réelle **liberté d'initiative et de gestion dans son magasin**, l'entrepreneur bénéficie, en effet, des moyens et des politiques d'enseignes fortes, inhérentes au réseau auquel il appartient. L'ensemble des **moyens et des solutions (financières, marketing, commerciales, enseigne,...)** mis en place par le groupement offre ainsi aux entrepreneurs la possibilité de répondre efficacement aux attentes du marché. Outre ces synergies créées tant au niveau de l'achat que des moyens, le partage d'expérience et les différentes occasions d'échanges entre les commerçants, mais également la solidarité entrepreneuriale instaurée dans chacun des réseaux, sont autant de facteurs permettant à l'entrepreneur indépendant, d'être plus efficace en période économique tendue.

// DES TRANSMISSIONS DIFFEREES

L'observatoire affiche un **fléchissement du nombre de transmissions** par rapport aux années précédentes. En 2009, ce sont en effet **1 191 entreprises qui ont été transmises** contre 1 432 en 2008.

Ce ralentissement est notamment corrélé aux décisions des entrepreneurs de **poursuivre cette année leur activité** et de différer leurs transmissions, **l'évaluation d'une entreprise étant plus délicate en temps de crise et les financements des banques se faisant plus rares.** Celui-ci n'est, en aucun cas, dû au manque de repreneurs dont le vivier ne cesse d'augmenter.

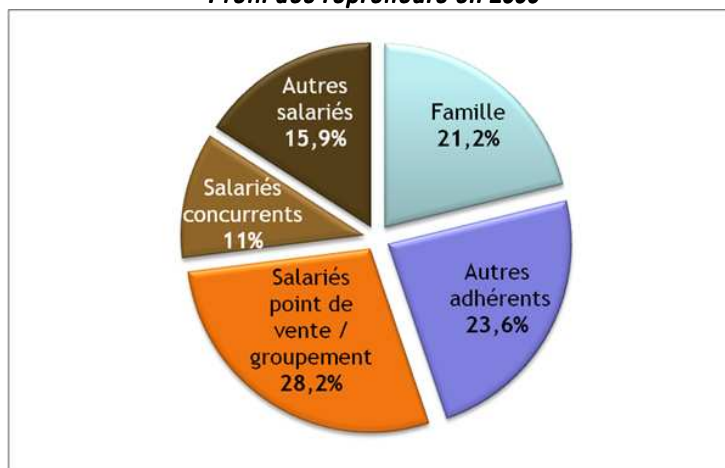
Les prévisions pour 2010 indiquent d'ailleurs que 1 419 entreprises seront **à transmettre pour cette même année, soit une hausse de 19%**, annonçant un retour aux tendances observées préalablement.



Selon les différents observatoires publiés par la Fédération, la répartition des différents entrepreneurs évolue d'année en année. Actuellement, et ce pour **82% des cas**, le repreneur est âgé entre **35 et 45 ans** et est, de plus en plus souvent, **issu du point de vente** transmis (31,4%). En effet, le Commerce Associé joue de plus en plus le rôle « d'ascenseur social » procurant les moyens financiers et transmettant le savoir-faire de l'entreprise aux **salariés internes au point de vente**.

La part des transmissions familiales s'affiche, quant à elle, à la baisse, enregistrant un taux de croissance annuelle moyen, calculé sur cinq années consécutives, de -5,5%.

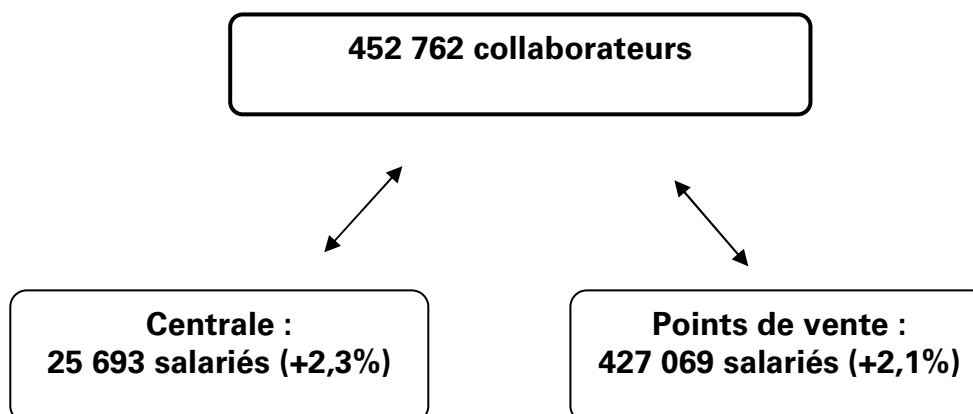
Profil des repreneurs en 2009



COMMERCE ASSOCIE CREATEUR D'EMPLOIS : 9 500 SALARIES EN PLUS

// *UNE CROISSANCE DU NOMBRE DE SALARIES: + 2,1%*

En 2009, le Commerce Associé employait près de **453 000 personnes** dont près de 95% dans les points de vente. La croissance de l'emploi s'établit à **2,1%**, soit **9 500 salariés de plus que l'année dernière**.



D'un point de vue sectoriel, **les points de vente non alimentaires emploient**, en moyenne, **5,7 personnes**. Quant aux **magasins à prédominance alimentaires**, tous formats confondus, ils emploient en moyenne **63 salariés à temps plein**.

En 2009, le Commerce Associé emploie plus du **quart de l'effectif salarié du commerce de détail**.

// UNE CROISSANCE DU NOMBRE D'ENTREPRENEURS : +2,1%

En 2009, le Commerce Associé regroupait **29 748 entrepreneurs**, enregistrant une **croissance de 2,1%**, liée notamment à une entrée de nouveaux points de vente plus importante cette année.

Les entrepreneurs sont propriétaires en moyenne **d'1,5 points de vente**, confirmant une tendance au développement du multi-points de vente, certains associés pouvant parfois détenir jusqu'à plus de 10 unités.

LA FEDERATION DES ENSEIGNES DU COMMERCE ASSOCIE

ROLE ET MISSIONS DE LA FCA

Dès 1963, les groupements de commerçants se sont fédérés afin de mieux défendre leur statut et promouvoir leur essor. La Fédération des enseignes du Commerce Associé s'attache à accompagner l'évolution d'une forme de commerce particulièrement dynamique avec comme missions essentielles :

// REPRESENTER ET DEFENDRE SES MEMBRES, NOTAMMENT AUPRES DES POUVOIRS PUBLICS

La Fédération représente et défend les intérêts des groupements de commerçants associés auprès des pouvoirs publics. Elle veille à l'évolution des textes législatifs, notamment ceux qui régissent les groupements de commerçants, les PME et le commerce afin qu'ils soient en cohérence avec la réalité de leur statut et du commerce.

// PROMOUVOIR ET CONTRIBUER AU DEVELOPPEMENT DU COMMERCE ASSOCIE

La Fédération a pour mission de mettre en avant le dynamisme des groupements et d'expliquer la spécificité du Commerce Associé à ses différents publics (pouvoirs publics, professionnels du commerce, consultants, futurs entrepreneurs, étudiants, journalistes...). Elle utilise pour cela différents médias : site internet, vidéo, plaquette-annuaire, colloque, etc. Elle s'attache depuis 3 ans à renforcer ses relations presse et organise chaque année un événement devenu référent : les Rencontres du Commerce Associé. Elle réalise également des observatoires sur le Commerce Associé : économique, transmissions d'entreprises, ...

// CONSEILLER SES ADHERENTS, INFORMER ET FORMER

La Fédération dispose de spécialistes qualifiés et d'une banque de données importante. Elle conseille ses adhérents dans les domaines juridiques, fiscaux et économiques. Elle soutient aussi les groupements de commerçants, notamment en devenir, en leur fournissant conseils et supports techniques. Elle met à disposition de ses adhérents des informations générales et techniques, organise des formations juridiques notamment.

// DEVELOPPER ET FACILITER LES ECHANGES D'EXPERIENCES

La Fédération organise chaque année un séminaire réunissant les dirigeants de ses adhérents au cours duquel sont abordés des sujets stratégiques et transversaux au Commerce et aux réseaux (gouvernance, management, développement, financement, ...). La Fédération organise également des ateliers techniques sur des thématiques telles que le e-commerce, l'animation de réseaux, la formation, les transmissions d'entreprises, ... Ces réunions facilitent la diffusion d'un savoir-faire mais aussi, à travers les échanges, améliorent la vie des groupements.

LISTE DES MEMBRES DE LA FCA AU 17 MAI 2010

Secteur	Groupements membres	Enseignes développées
Prédominance alimentaire	<p>SYSTÈME U</p> <p>ACDLEC</p> <p>LES MOUSQUETAIRES</p> <p>BIOMONDE SOLIDARITE</p>	<p>Hyper U, Super U, Marché U, U express, Utile</p> <p>E.Leclerc, Audio E.Leclerc Brico E.Leclerc, E. Leclerc Drive, Jardi E.Leclerc ; Parapharmacies E.Leclerc; Voyages E.Leclerc; Espace Culturel E.Leclerc; E.Leclerc L'auto ; Le Manège à Bijoux ; Optique E.Leclerc ; E.Leclerc Sports et Loisirs ; Une Heure pour Soi</p> <p>Intermarché Hyper, Intermarché Super, Intermarché Express, Intermarché Contact, Netto, Roady, BricoMarché, RestauMarché,</p> <p>Biomonde</p>
Ameublement	UCEM	Mobiclub, Tempo, Monsieur Meuble, Sweelit
Beauté	PASSION BEAUTE	Passion Beauté
Bijouterie - horlogerie	SYNALIA	Julien d'Orcel, Guilde des orfèvres, Heure et Montres, Parfait Alibi
Chaussures	GARANT France	Podolinéa, Arbell, Les pieds sur terre, Carré de la mode
Habillement	PANTASHOP	Pantashop
Equipement de la maison et du jardin, bricolage	EK France	Ambiance et styles, Dîner chez soi, Culinarion

	<p>ESPACE REVETEMENTS</p> <p>GEDEX</p> <p>EURONICS France</p> <p>EX & CO</p> <p>DOMAXEL</p> <p>Mr JARDINAGE</p> <p>NALOD'S</p> <p>PROMAFRANCE</p>	<p>Espace Revêtements</p> <p>Gedimat, Gedibois</p> <p>Gitem, Euronics</p> <p>Expert</p> <p>Weldom, Dompro</p> <p>Mr Jardinage</p> <p>Nalod's, Delbard, Jardineries du Terroir</p> <p>Bigmat</p>
Equipement professionnel et autres équipements	<p>GASEL</p> <p>GIF</p> <p>EDRA</p> <p>AXENERGIE</p> <p>STAREXCEL</p> <p>C10</p>	<p>Gasel</p> <p>Gif</p> <p>Axial, Best Repair</p> <p>Axenergie</p> <p>Starexcel, Precisium</p> <p>Café concept, Comptoir des Vignes, C10</p>
Jouets - puériculture	<p>EPSE</p> <p>FRANCE MATERNITE</p>	<p>Jouéclub, Village JouéClub</p> <p>Bébé 9</p>
Optique, audioprothèse	<p>ATOL</p> <p>GADOL OPTIC 2000</p> <p>GIPA 2</p> <p>GUILDE DES LUNETIERS</p>	<p>Atol</p> <p>Optic 2000, Audio 2000, Lissac</p> <p>Entendre</p> <p>Krys, Vision plus, Lynx, Lun's</p>

	SACOL VISUAL	Visual
Papeterie, librairie, produits culturels	MAJUSCULE SACFOM GDLB STARTER, les nouveaux disquaires	Majuscule; Bureau Center Buro + direct, Buro + Express, Hyperburo Canal BD Starter
Pharmacie	GIROPHARM APM 34 ASTERA GROUPE WELCOOP	Giropharm
Photo	SAPC PHOX	Camara Phox, le Shop Photo
Services	LA COMPAGNIE DES ARCHITECTEURS L'ADRESSE DES CONSEILS IMMOBILIERES SOCORPI UDIFE - LCF SOCOREC SCCA	Architecteurs L'adresse Orpi Le Choix funéraire SCCA
Sports - loisirs	GROUPE INTERSPORT SPORT 2000	Intersport, Sport expert, La halle au sport , Sport leader, Shooz Sport 2000, S2, Mondo velo, Skiway, Espace Montagne

	UNIFRANCE	Unifrance
Tourisme	MAPOTEL	Best western, Best Western premier
	INTERHOTEL	Inter-Hotel, Qualys Hotel, P'tit déj Hotel
	CITOTEL	Citotel
	SILENCE HOTEL	Les Relais du silence
	AS VOYAGES	Selectour, Afat

DIRECTION DE LA FCA

// GUY LECLERC, PRESIDENT DE LA FEDERATION DES ENSEIGNES DU COMMERCE ASSOCIE



Originaire des Vosges, où il est né en juin 1942, Guy Leclerc est père de 4 enfants (3 fils et 1 fille) et grand-père de 11 petits-enfants. Véritable autodidacte et fier de l'être, il se définit comme un *"homme de la distribution"* et un *"entrepreneur convaincu par le système coopératif"*.

C'est d'ailleurs le modèle coopératif – et lui seul – qui lui a permis de devenir un entrepreneur. Son parcours dans différents secteurs de la distribution lui a permis d'appréhender tous les systèmes de commerce et d'en retirer une grande conviction quant à l'efficacité et à l'avenir du Commerce Associé.

- **Une forte inclination pour le commerce**

En 1960, Brevet de Technicien en poche, Guy Leclerc entre dans l'industrie automobile avant d'effectuer, à l'âge de 20 ans, son service militaire dans le secteur des essais atomiques, une expérience rare. Quelques mois plus tard, il retrouve la vie civile et, loin de sa formation et des souhaits de sa famille, fait ses débuts dans la distribution alimentaire, répondant ainsi à ses véritables aspirations. Il entre au sein d'un groupement coopératif à Belfort, Les Coopérateurs de Lorraine.

- **Du commerce intégré vers le système coopératif**

En 1969, à l'âge de 27 ans, il prend en Lorraine la direction d'un supermarché à enseigne nationale (Bravo, Groupe Disco). Il est muté en 1972 dans l'ouest de la France où il est nommé directeur d'une grande surface, avant d'assurer la direction régionale de l'enseigne. En 1984, Guy Leclerc est à la tête d'un parc de 8 hypermarchés sur une zone s'étendant de Nantes à Perpignan.

Fort de cette expérience, il prend la décision de monter sa propre affaire et se dirige vers le système coopératif. Après une série de prises de contact avec des groupements coopératifs alimentaires, il choisit finalement l'enseigne Intersport ! Origines vosgiennes obligent, il met le cap au Sud Est et s'implante, quelques centaines de kilomètres au sud des Vosges, sur le site d'Albertville. Là, en 1985, il achète un point de vente en centre-ville à l'enseigne La Hutte et, en périphérie, un magasin Intersport qu'il agrandira trois fois.

- **Le commerce, une aventure familiale**

Guy Leclerc insuffle sa passion du commerce à ses fils qui, à leur tour, se lancent dans l'entrepreneuriat et ouvrent leurs magasins.

Aujourd'hui, la famille Leclerc compte à son patrimoine une quinzaine de magasins (Intersport, Sport Leader, Sport Expert,...), répartis dans 11 villes françaises (Albertville, Chambéry, Chalon-sur-Saône, Sens, Le Mans, Cosnes sur Loire, Montluçon, Thiers, Saint Jean de Maurienne, Oyonnax et Auxerre).

- **Une nouvelle dynamique pour Intersport**

En janvier 1998, Guy Leclerc prend la présidence du groupe Intersport. Il insuffle alors au groupe une nouvelle dynamique. Le développement repart grâce à la mise en place de 2 plans successifs. Le groupe peut aujourd'hui se targuer d'être le numéro 2 sur le marché français du sport, dépassant le milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Les mandats de Guy Leclerc au 17 mai 2010

- **Administrateur d'Intersport France depuis 1996.**
- **Administrateur d'Intersport Belgique depuis 1998.**
- **Président de la Fédération des enseignes du Commerce Associé depuis le 13 septembre 2006.**
- **Membre de la Commission d'Examen des Pratiques Commerciales (nommé en 2004 puis de nouveau en 2006) au titre de la Fédération des enseignes du Commerce Associé.**
- **Administrateur de la FPS (Fédération Professionnelle du Sport) depuis 2005.**
- **Administrateur du Conseil du Commerce de France (CDCF) depuis octobre 2006.**
- **Administrateur du Groupe Crédit Coopératif depuis mai 2007.**
- **Directeur Général Fonctions Support d'Intersport depuis décembre 2009**
- **Président de la Commission Concurrence et Consommation du CDCF depuis janvier 2010**



Son parcours : De la presse écrite aux organismes professionnels

En 1983, le diplôme de l'ESCP en poche, Alexandra Bouthelier débute son parcours au sein du groupe **Prisma Presse**, au département Publicité. Durant treize ans, elle a ainsi successivement occupé les postes **de Chef de Publicité de « Ca m'intéresse », Chef de Publicité du magazine « Prima (1986), Directrice Adjointe de la publicité de Prima (1991) puis Directrice Adjointe de la publicité de Femme Actuelle.**

En 1996, elle est ensuite recrutée par les **publications Bonnier** (Mon Jardin Ma Maison, Le Journal de la Maison, Maison Bricolages, Saveurs) au poste de **Directrice commerciale département publicité** avec pour mission de redresser un chiffre d'affaires en baisse depuis 10 ans. Grâce aux méthodes acquises chez Prisma Presse, alliées à une expérience de plus de treize ans dans la publicité (agences et annonceurs), le défi est relevé : au bout d'un an, les quatre principaux magazines du groupe affichent un chiffre d'affaires en progression de 5%.

En 1997, elle s'envole pour **Singapour** et prend la Direction Générale de la Chambre de Commerce Française. Cette organisation, dédiée à l'implantation et au développement des entreprises françaises à Singapour, regroupe un Centre d'affaires et une fédération des entreprises françaises de Singapour (250 adhérents). Placée sous l'autorité directe du conseil d'administration, Alexandra Bouthelier prend en charge le développement de l'activité, le management, l'élaboration des budgets et le suivi stratégique et opérationnel. En relation directe avec les pouvoirs publics Singapouriens, elle participe au développement des implantations d'entreprises dans ce pays.

En 2005, elle rejoint la **Fédération des enseignes du Commerce Associé** en tant que Déléguée Générale.

Les mandats d'Alexandra Bouthelier au 17 mai 2010

- **Administrateur GNC (Groupement National de la Coopération)**
- **Administrateur du Conseil National du Crédit Coopératif**
- **Membre du Conseil Supérieur de la Coopération**
- **Trésorière du CEFAC**

ACTUALITES DE LA FEDERATION EN 2009

// DEUX NOUVEAUX GROUPEMENTS ADHERENT A LA FEDERATION



Le Conseil d'Administration de la Fédération des enseignes du Commerce Associé a agréé l'adhésion du groupement GIPA 2 (enseigne Entendre), complétant le champ d'expertise de la Fédération dans le domaine de l'audioprothèse (Audio 2000, Audition E. Leclerc).

Créée il y a trente ans, l'enseigne regroupe aujourd'hui 130 adhérents fédérant 250 centres répartis sur l'ensemble du territoire national. En 2009, le chiffre d'affaires du réseau était de 75 millions d'euros. Aujourd'hui, le groupement propose non seulement la force d'une centrale d'achats, mais également des formations aux techniques d'appareillages, produits, vente, relationnel médical ainsi que de nombreux services en termes de marketing et de communication.

En 2010, l'enseigne lancera un nouveau concept d'agencement ainsi qu'une nouvelle structuration de l'offre commerciale.

Cette adhésion est motivée par le souhait de cette enseigne de bénéficier de l'expertise de la FCA et de se rapprocher des autres réseaux du Commerce Associé avec un objectif d'échange d'expériences : en intégrant la Fédération, elle pourra désormais s'appuyer sur le savoir-faire des 54 autres réseaux membres



La FCA a également agréé l'adhésion de Nalod's, groupement créé en 2002 et fédérant des jardineries indépendantes, réparties sur toute la France. Ses fondateurs sont quatre professionnels expérimentés de l'univers du jardin. Ils ont forgé la renommée de la centrale sur la qualité de ses services (volume d'achats négociés, communication nationale, conseils et formations).

A ce jour, le réseau compte 161 jardineries avec comme derniers faits marquants, le rattachement de 14 jardineries du groupe Delbard en février 2010 et une prise de participation dans la société Pépinières et Roseries Georges Delbard. Le réseau a réalisé 188 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009.

La centrale Nalod's offre aujourd'hui à ses adhérents différents services situés au niveau de l'achat, du développement, de l'exploitation, de la communication et de la formation.

// ECOLES: DEVELOPPEMENT DES PARTENARIATS

- Les formations

La formation et le recrutement des futurs salariés, cadres et/ou entrepreneurs constituent un enjeu majeur pour les groupements dans les années à venir. La Fédération des enseignes du Commerce Associé s'implique donc de plus en plus dans ces domaines avec pour objectif de faire connaître le Commerce Associé à celles et ceux qui se destinent à travailler ou à entreprendre dans le commerce, mais également pour faciliter le lien entre les entreprises du secteur et le marché du travail.

La FCA intervient ainsi régulièrement dans différents cursus de formation spécialisés :

Formation BAC + 3

> Ecoles de gestion et de commerce - bachelor EGC. (France)

Ouvert en 2008, ce Bachelor a pour but de sensibiliser les étudiants au secteur des grandes enseignes et de la distribution et de former des étudiants à des fonctions à dominante commerciale et gestion.

> Université Paris II - Licence professionnelle "Management des organisations", option Management des entreprises de distribution en réseau (Paris)

Cette licence vise à développer les aptitudes spécifiques qui permettent de gérer des entreprises commerciales en réseau.

> Université de Paris XII - Licence professionnelle "Manager de points de vente" (Paris)

En apprentissage, cette licence permet aux étudiants d'accéder à des fonctions opérationnelles en points de vente. Le succès de cette formation a poussé l'université à ouvrir une seconde licence professionnelle menée en parallèle.

> INSTITUT DU MANAGEMENT DE LA DISTRIBUTION – Licence sciences de gestion (Lille)

L'IMD de Lille est historiquement ancré dans le secteur du commerce et de la distribution. La licence constitue un vivier important de futurs chefs de rayon et responsables magasins. Elle bénéficie du soutien d'un grand nombre d'enseignes françaises.

> NEGOCIA – Bachelor (Paris)

Au sein de cette grande école parisienne très orientée sur le secteur du commerce, ce Bachelor permet aux étudiants d'appréhender l'environnement de l'entreprise et du commerce ainsi que les fondamentaux de la gestion et du management.

Formation BAC +4/5

> **Université de RENNES I - Master "Management des réseaux et de la Franchise"** *(Rennes)*

En apprentissage, l'université de Rennes I propose un master permettant d'acquérir les compétences nécessaires aux managers, développeurs et animateurs de réseaux. Certains candidats intègrent toutefois régulièrement les services achats ou marketing des enseignes.

> **Ecole CEFIRE (Groupe INSEEC) - Master « Management de la Franchise et du Commerce Associé »** *(Paris)*

Lancé il y a 2 ans, ce Master spécialisé en alternance forme les animateurs, développeurs et entrepreneurs au sein des réseaux commerciaux.

> **ICSV - CNAM Paris - Mastère « Marketing et distribution »** *(Paris)*

Ce Mastère s'adresse plus particulièrement à des cadres supérieurs souhaitant acquérir rapidement des compétences en marketing. Il leur permet notamment de participer à la création d'activités innovantes ainsi que de manager des projets technologiques et des équipes commerciales.

> **Université de PARIS DAUPHINE - Master "Distribution et relations clients"** *(Paris)*

Régulièrement classé parmi les meilleures formations spécialisées en marketing, ce master forme aux métiers commerciaux dans la grande distribution, marketing au sein de réseaux d'enseigne ou encore spécialisé dans la relation client (e-commerce, marketing direct, ...).

> **IAE de DIJON - Master "Marketing"** *(Dijon)*

Le master de l'IAE de Dijon forme aux métiers du marketing : management, analyse des marchés et stratégie, méthodes et outils d'analyse, marketing-mix, environnement de la fonction marketing et applications sectorielles. Historiquement et de par l'appétence de ses responsables, l'IAE travaille beaucoup pour et en lien avec le commerce.

> **Université PARIS I SORBONNE - Master II "Développement des entreprises patrimoniales"** *(Paris)*

Le Master 2 en alternance "Développement des Entreprises Patrimoniales" a pour objectif de former des étudiants-apprentis qui choisissent de travailler pour le développement des entreprises patrimoniales ou qui ont l'ambition de créer ou de reprendre une entreprise.

> **NEGOCIA - « Développeur d'enseignes »** *(Paris)*

La formation « Développeur d'enseigne » forme en deux ans les apprentis au Bachelor Professionnel « Développeur d'enseigne ».

> **NEGOCIA - Master « Visual Merchandiser »** *(Paris)*

Lancée en 2010, cette formation opérationnelle d'un an est dispensée en contrat de professionnalisation et sanctionnée par un certificat de spécialisation.

> **NEGOCIA - Master « Achats internationaux »** *(Paris)*

Formations importantes au sein de l'école parisienne, ce Master forme des étudiants aux fonctions d'acheteurs, négociateur, chef de produits. La plupart des débouchés s'envisagent en centrales mais certains candidats occupent des fonctions à responsabilité au sein de grandes et moyennes surfaces.

> INSTITUT DU MANAGEMENT DE LA DISTRIBUTION – Master Sciences de gestion (Lille)

Prolongement logique de la licence de l'IMD, ce Master est partagé en 2 promotions : l'une généraliste, l'autre plus orientée « e-commerce ». En 2011, l'ensemble des programmes sera revu et aura une orientation multi-canal plus prononcée. 100% des étudiants de ces promotions occupent un poste dans les enseignes du commerce et de la distribution.

- Les partenariats

Au-delà de l'implication dans les cursus de formation, la FCA a marqué un engagement plus fort avec deux réseaux de formation en signant des **conventions de partenariat** qui prévoient des obligations respectives plus poussées.

Outre le partenariat avec le Groupe ESC Rouen établi en 2005, la FCA a signé le 2 octobre 2008, une convention de partenariat avec le réseau des **Ecoles de Gestion et de Commerce** (EGC). Deux groupements de commerçants adhérents à la FCA, se sont joints à cette initiative pour cette première année de partenariat. Il s'agit de **Gedimat**, spécialisé dans le secteur de l'équipement de la maison et de **Synalia**, regroupant des bijoutiers et horlogers indépendants.

Ce partenariat s'articule autour de quatre points :

1) sensibiliser des étudiants de 2^{ème} année, voire programmer une intervention d'un entrepreneur dans le cursus et/ou une visite de groupes d'étudiants en magasins en Région ;

2) réaliser une étude de cas avec les étudiants de 2^{ème} année : dans ce cadre 2 groupements membres de la FCA sont très largement impliqués : Gedimat et Synalia ;

3) mettre en place un Challenge FCA – EGC auprès des étudiants de 3^{ème} année : Cette année, la FCA a organisé un concours inter-EGC qui offrait la possibilité aux 850 étudiants de troisième année de travailler sur un enjeu propre au Commerce Associé (e-business pour le Challenge 2010) sur la base de problématiques énoncées par les 2 groupements partenaires que sont, là aussi, Gedimat et Synalia. Ce sont au final 27 groupes d'étudiants qui ont travaillé sur ces études de cas.

Les deux meilleurs projets seront récompensés lors des Rencontres du Commerce Associé du 18 mai 2010.

4) mettre à disposition des offres d'emploi et de stages : le lancement d'une rubrique emploi / formation sur le site de la FCA, en partenariat avec Distrijob, a permis cette année de proposer des fiches métiers et de mettre en avant des offres en ligne, des candidatures spontanées,...

// LES SALONS PARTENAIRES 2010

- **Equipmag 2010**

Pour la 4^{ème} fois, la FCA est partenaire d'Equipmag, le Salon du point de vente, du retail et de la distribution qui se tiendra les 21, 22 et 23 septembre 2010 – Paris Porte de Versailles (Pavillon 7.1)

Ce salon de référence permet notamment aux enseignes et aux commerces de trouver des solutions dans les catégories suivantes, auprès de plus de 400 exposants :

- Créer ou rénover votre point de vente
- Lancer de nouveaux concepts produits ou services
- Piloter, animer et manager votre enseigne
- Innover dans la promotion des ventes
- Séduire et fidéliser vos clients

La FCA animera une conférence lors de ce salon (date et programme seront communiqués ultérieurement) et sera membre du jury de l'innovation technologique.

Pour en savoir plus : www.equipmag.com

- **E-commerce 2010**

Pour la deuxième année consécutive, la FCA est également partenaire du salon E-Commerce qui se tiendra du 21 au 23 septembre Porte de Versailles à Paris. Devenu le rendez-vous de référence du monde Internet professionnel, celui-ci proposera plus de 350 conférences ainsi que différentes formations. La FCA animera une conférence lors de ce salon (date et programme seront communiqués ultérieurement) sur le thème du e-commerce.

Pour en savoir plus : <http://ecommerceparis.com/2010/index.php>