

La FEB veut fédérer la profession



La FEB est en ordre de marche. Elle dispose désormais des structures pour mener à bien les chantiers entrepris cette année et les nouveaux projets en gestation. Entretien avec André Vidal, président de la Fédération de l'Équipement du bureau, qui appelle tous les acteurs de la profession à travailler de concert autour d'objectifs communs.

«**D**ésormais la FEB est en ordre de marche», se félicite André Vidal, président de la Fédération.

Après une période de latence au second semestre 2007 due à la suspension de financement qui a imposé la réduction de l'équipe en place, des accords ont été trouvés avec les syndicats de salariés pour de nouveau financer les services de la FEB. Les négociations ont abouti à la création d'une structure

teurs ainsi qu'à payer les salaires des collaborateurs apportant leurs compétences dans le domaine social et en matière de la formation.

Cet accord a permis de réorganiser la FEB en recrutant une nouvelle équipe. Elle est composée de trois personnes en charge du secrétariat, des relations avec les adhérents, des questions sociales et de formation, d'un chargé de mission, d'une chargée de communication et du président. «*Aujourd'hui les compétences sont réunies et les rôles attribués ce qui nous a permis de lancer déjà plusieurs chantiers*», explique André Vidal.

La FEB est reconnue, mais elle n'est pas assez connue

Le premier de ces chantiers a trouvé une première concrétisation en avril dernier avec l'installation de la première délégation régionale, la délégation Méditerranée de la FEB. «*Et avant la fin de l'année ce sera le tour du Grand Sud-Ouest d'inaugurer sa délégation*», indique André Vidal. «*Notre volonté est d'organiser des délégations régionales animées par des administrateurs, c'est-à-dire des adhérents élus au conseil d'administration de la Fédération. Leur mission est d'être les interlocuteurs de proximité pour les entreprises du secteur, faisant remonter les demandes du terrain et agissant au niveau national pour qu'elles soient prises en compte*», explique-t-il.

Ces délégués régionaux ont également un rôle d'animation en organisant des réunions régionales auxquelles sont conviés les adhérents et aussi des prospects, l'objectif étant le développement des adhésions et celui de services de proximité. «*Ces réunions pourront reprendre des thèmes nationaux, mais aussi traiter de sujets spécifiques à la demande des adhérents régionaux en faisant appel à un intervenant spécialiste*», indique André Vidal. Les conventions nationales, désormais organisées tous les deux ans à la suite d'une décision du conseil d'administration de la FEB, seront ainsi complétées par une dizaine de réunions régionales chaque année.



André Vidal, président de la Fédération de l'Équipement du bureau : «La grande nouveauté dans notre démarche est que nous souhaitons l'entreprendre en collaboration avec les fabricants et les organisations».

paritaire, l'APGEP, qui perçoit les taxes sur les salaires des entreprises de la branche et qui redistribue équitablement entre les syndicats patronaux et les syndicats de salariés les fonds destinés à maintenir la convention collective, à indemniser ses négocia-

L'AUTRE FAÇON DE TRAVAILLER POUR LA NATURE

Imprimer tout en minimisant son impact sur l'environnement, c'est possible !

Les cartouches Laser ARMOR :

- ♻ une alternative économique et écologique
- ♻ une qualité d'impression et des performances optimales
- ♻ des garanties et des services haut de gamme

*IMPRIMEZ AUTREMENT.

www.armor-group.com
info@armor-group.com

Hotline:
Free Phone
N° Vert 00 800 4038 4000



ARMOR
ALTERNATIVE PRINTING*

«Si le premier objectif de l'instauration de ces délégations régionales est de se rapprocher de nos adhérents, elle vise aussi à développer la représentation de la Fédération. La FEB est reconnue, mais elle n'est pas assez connue», estime André Vidal. «Dans ce but, nous avons initié plusieurs chantiers. Le premier est la mise en avant de notre charte précédemment édictée et que nous allons faire évoluer. Nous voulons faire de l'appartenance à la FEB une sorte de label à l'instar de ce que peut être la FNAIM dans le secteur de l'immobilier», explique-t-il. «Nous avons communiqué sur le contenu de cette charte et les valeurs sociétales qu'elle défend, notamment auprès des acheteurs. Nos adhérents ont bien compris l'intérêt de cette démarche et désormais, dans leurs réponses aux consultations, ils mettent en avant le fait qu'ils sont signataires de cette charte.»

Le deuxième chantier vise à renforcer la reconnaissance de la FEB auprès des constructeurs. «Aujourd'hui nous sommes confrontés à l'application de la directive DEEE – qui concerne l'élimination des déchets des équipements électriques et électroniques –, élaborée sans que nous soyons conviés

à la table des négociations puisqu'à l'époque la FEB n'existait pas», rappelle André Vidal. «Moyennant quoi, nous devons appliquer un texte largement inspiré par les constructeurs alors que ce sont les distributeurs qui, sur le terrain, doivent gérer le problème de l'élimination des matériels en fin de vie et du recyclage des emballages.» L'idée développée par André Vidal est d'initier pour chacun des métiers représentés par la FEB des tables rondes avec les fournisseurs pour traiter ces problèmes environnementaux. «Dans les prochaines semaines, la première de ces tables rondes va avoir lieu avec le syndicat des constructeurs de mobilier de bureau», indique-t-il.

Notre volonté est de nous rapprocher de l'AIPB et de l'UFIPA

Autre sujet de concertation avec les fournisseurs, la concentration des achats qui écarte les entreprises régionales des appels d'offres nationaux. En son temps, la FEB s'était battue contre la mainmise de l'UGAP sur les achats publics. «Une demi-victoire qui n'a pas réglé le problème de la

centralisation des achats dans les entreprises privées», estime André Vidal. Pour lutter contre ce phénomène, c'est une action de lobbying qu'il veut organiser en y associant toute la profession.

«Nous ne pouvons pas interdire aux entreprises de centraliser leurs achats. En revanche, nous pouvons sensibiliser les décideurs et les élus locaux dans les régions, que ce soit au niveau des communautés de communes ou des départements. Certains distributeurs ont déjà essayé d'agir individuellement mais sans succès», poursuit-il. «Pour avoir un réel impact et réussir, c'est une action de lobbying massive et concertée qu'il faut organiser. Nous ne serons efficaces que si nous pouvons faire partir 500 courriers modélisés au cours de la même semaine à l'attention de chaque élu local», affirme-t-il.

Parce que le problème de la centralisation des achats touche particulièrement la papeterie et les fournitures de bureau, André Vidal veut associer à ce combat les organisations de ce métier. «Notre volonté est de nous rapprocher de l'AIPB, de l'UFIPA ainsi que des différents groupements et des grossistes qui sont tous concernés par ce problème. C'est un combat

que nous devons mener ensemble, en utilisant nos réseaux pour faire pression».

Un autre combat s'annonce pour la FEB avec la LME, la loi de modernisation de l'économie, qui prévoit la liberté d'implantation pour les grandes surfaces en supprimant la demande d'autorisation pour les magasins de moins de 1 000 m².

Sur ce sujet également, André Vidal souhaite travailler en concertation avec les fournisseurs. «Le préalable est de connaître leur position sur la question. C'est la raison pour laquelle nous allons organiser des tables rondes avec les fabricants pour définir comment nous allons pouvoir travailler ensemble», explique-t-il. «Ensuite nous étudierons les actions de sensibilisation et d'information que nous pouvons mener conjointement vers les distributeurs.»

Quelle est la position de la FEB face à ce changement législatif ?

«Il y a deux ripostes possibles», répond André Vidal. «La première est d'inciter nos adhérents à profiter des nouvelles dispositions de cette loi en créant eux-mêmes de nouvelles surfaces en périphérie ou en centre-ville. Aucune nouvelle enseigne ne viendra s'implanter si la place est prise et si le potentiel ne le permet pas. Pour les distributeurs qui ne sont pas en situation de développer de nouveaux commerces», ajoute-t-il, «la seconde riposte consiste à les conseiller et à leur proposer des actions de formation et de préconisation afin de les aider à se spécialiser. Demain ils auront toujours leur place à la condition de vendre des produits avec une forte valeur ajoutée et de vendre du conseil, du sourire et de la proximité.»

Qu'il s'agisse de chantiers de fond, comme celui de l'environnement, ou de chantiers plus d'opportunité en réactivité par rapport à des éléments nouveaux qui apparaissent dans le paysage de la profession, comme la LME ou la centralisation des achats, la volonté d'André Vidal est de travailler en collaboration avec tous les acteurs de chacun des métiers que recouvre la FEB et avec leurs organisations.

«La grande nouveauté dans notre démarche est que nous souhaitons l'entreprendre en collaboration avec

Formation

A la fin de l'année 2007, la FEB a signé un accord de formation au niveau national avec les organisations syndicales de salariés. Cet accord ouvre plusieurs voies d'entrée par l'apprentissage dans la profession. «L'idée est de rendre nos métiers plus attractifs», explique André Vidal partant du constat que tous

les distributeurs sont confrontés aux mêmes difficultés de recrutement. «La première étape consiste à redéfinir les postes et les compétences dans le cadre de la convention collective. Suivra en 2009 la mise en place d'un plan d'action pour proposer des solutions concrètes et révolutionnaires...».

les fabricants et les organisations», souligne-t-il. «Notre volonté est de mettre en commun des moyens, des connaissances, d'organiser des manifestations croisées, d'ouvrir des fenêtres d'intervention pour les distributeurs, les fournisseurs, toutes organisations confondues. Profitons de notre proximité dans cette Maison de la Papeterie où nous sommes tous représentés pour construire ensemble une réflexion très en amont sur tous les sujets qui nous concernent de façon à monter des actions communes.»

Objectif 1 000 adhérents

Le recrutement de nouveaux adhérents est également un des chantiers majeurs initiés cette année par la FEB. «Aujourd'hui nous avons passé le cap des 500 adhérents. Un chiffre qui a déjà plus que doublé depuis la création de la FEB qui ne comptait alors que 230 adhérents», rappelle André Vidal. «Notre objectif est de réunir 1 000 adhérents, un chiffre qu'il est raisonnable d'escompter atteindre à la fin de l'année 2009.» Pour ce faire, c'est la prospection par région qui va être privilégiée. Chaque délégation régionale va recenser les entreprises de la branche et les contacter pour leur présenter la Fédération. Parallèlement, la décision a été prise est de contacter les groupements et les organisations de la profession pour leur proposer des adhésions de groupe. «Le paysage de la distribution compte dix fois plus de papetiers que de bureaucratiques», explique André Vidal. «Nous sommes en train d'étudier une forme d'adhésion spécifique qui permettra aux distributeurs membres de ses réseaux de nous rejoindre pour

être informés de nos travaux et de profiter des chantiers qui nous avons ouverts.»

«Cet objectif de recrutement est double, à la fois en nombre d'adhérents et en représentativité par secteur d'activité», poursuit-il, indiquant qu'un travail de segmentation des 10 000 entreprises constituant la profession avait été entrepris. «Étonnamment, cette étude n'avait jamais été entreprise. Ses résultats vont nous permettre d'avoir une image plus précise de la distribution et de la représentativité de la FEB.»

Quels sont aujourd'hui les arguments de la FEB pour convaincre les distributeurs de rejoindre la Fédération ?

«Ils sont en train de se construire», répond André Vidal. «Par le passé notre profession était éclatée entre quatre syndicats patronaux qui n'avaient pas forcément la même vision sur tous les sujets», rappelle-t-il. «Désormais une seule entité et une seule voix s'exprime pour la profession. C'est notre première force. La seconde est la crédibilité. Demain nous allons représenter 12 % de la profession, soit un taux de représentativité qu'aucun syndicat en France, qu'il soit patronal ou salariés, n'atteint. Quand vous représentez 1 000 distributeurs, vous devenez des interlocuteurs incontournables que ni les pouvoirs publics, ni les fournisseurs ne peuvent ignorer.»

Jusqu'à présent, qu'il s'agisse de tarifications, de réglementations ou de politiques commerciales, le distributeur final les subissait. Notre mission est de tout mettre en oeuvre pour faire entendre la problématique de notre distribution. La nouvelle dimension de la fédération va donner aux distributeurs le droit de parole.»