

Le Sedima et les espaces verts

À l'occasion du congrès du Sedima, qui s'est tenu les 12 et 13 avril 2018 à La Baule (Loire-Atlantique), *Moteurs & Réseaux* a tendu le micro à quatre concessionnaires développant une activité « espaces verts » dans leur entreprise : Philippe Micard, Julien Fredon, Bertrand Rullier et Philippe Ravillon. Le syndicat national des entreprises de services et de distribution, après avoir intégré le SMJ (ex-syndicat national des spécialistes en matériels de parcs et jardins) dans ses rangs voici trois ans, ouvre ses portes aux distributeurs de la motoculture. Ces derniers peuvent bénéficier des services du Sedima et intégrer la commission « espaces verts » animée par Stéphane Sers, le spécialiste du secteur.

/ Propos recueillis par Luc Seconda

PHILIPPE RAVILLON, DIRECTEUR GÉNÉRAL DES ÉTS RAVILLON (MARNE)



Fusion SMJ-Sedima : un éclairage sur le secteur des espaces verts bienvenu

L'activité « espaces verts » des Établissements Ravillon, installés dans la Marne, génère 2 M€ sur les 56 M€ de chiffre d'affaires global. L'activité « motoculture », à laquelle sont dédiés des responsables produits, est présente depuis longtemps dans l'entreprise et fait partie de sa culture. N'ayant pas adhéré au SMJ, Philippe Ravillon se réjouit de l'arrivée de cette organisation, riche d'expertise, au sein du Sedima, dont la famille Ravillon est un adhérent de longue date. L'entreprise représente, entre autres, les marques Stihl, Toro, Cub Cadet et Iseki, et adhère au groupement Mr. Jardinage. En région champenoise, elle reçoit des demandes particulières, comme, récemment, celle d'une tondeuse-débroussailleuse autoportée pour intervenir entre les rangs de vigne. Iseki a alors fabriqué une machine à transmission hydrostatique motorisée par un 17-chevaux, d'une largeur de travail 60 cm. Les liens existent vraiment avec les activités agricoles et viticoles de l'entreprise. De la fusion du SMJ au sein du Sedima, le dirigeant attend qu'elle lui apporte un éclairage sur les activités des espaces verts. « *J'aimerais connaître mieux les ratios de la profession, exprime-t-il, les valeurs de stocks en fin de campagne, leurs rotations... Le but est de comparer avec l'agricole et d'optimiser notre division "espaces verts".* » Philippe Ravillon est enthousiaste à l'idée de pouvoir échanger avec ses collègues de la distribution « motoculture ».

Le guide de gestion de l'atelier est un premier travail réalisé par la commission « espaces verts » que Philippe Ravillon est pressé de découvrir afin de comparer les méthodes de ce secteur avec celles de son entreprise dans le but de les optimiser.

champenoise, elle reçoit des demandes particulières, comme, récemment, celle d'une tondeuse-débroussailleuse autoportée pour intervenir entre les rangs de vigne. Iseki a alors fabriqué une machine à transmission hydrostatique motorisée par un 17-chevaux, d'une largeur de travail 60 cm. Les liens existent vraiment avec les activités agricoles et viticoles de l'entreprise. De la fusion du SMJ au sein du Sedima, le dirigeant attend qu'elle lui apporte un éclairage sur les activités des espaces verts. « *J'aimerais connaître mieux les ratios de la profession, exprime-t-il, les valeurs de stocks en fin de campagne, leurs rotations... Le but est de comparer avec l'agricole et d'optimiser notre division "espaces verts".* » Philippe Ravillon est enthousiaste à l'idée de pouvoir échanger avec ses collègues de la distribution « motoculture ».

BERTRAND RULLIER, PRÉSIDENT DU GROUPE RULLIER

« La motoculture apprend la réactivité »

Adhérent au Sedima depuis toujours, Bertrand Rullier y est aussi pour le secteur des espaces verts. Dans son entreprise de distribution qui réalise 65 M€ de chiffre d'affaires, la motoculture pèse pour moins de 10 % mais reste très importante aux yeux du dirigeant qui y voit un secteur en croissance, très complémentaire de l'agriculture. L'activité motoculture emploie 15 salariés, soit un peu moins de 10 % de l'effectif global de 180 personnes. Ce personnel est entièrement dédié au secteur qui demande une approche spécifique. Sur ce marché, elle distribue John Deere. Le concessionnaire note que la marque a fait de sérieux efforts ces dernières années pour mieux répondre aux attentes. La demande en outils électriques est couverte par Pellenc, et la tonte robotisée par Husqvarna. « *Des robots de tonte, il va y en avoir de plus en plus, indique le dirigeant, et la différence entre le produit grand public et le matériel professionnel accompagné sera vite comprise!* » Au sein du syndicat, ce dernier voit d'un bon œil la complémentarité entre l'activité agricole et celle des espaces verts, les spécialistes de la motoculture venant enrichir le Sedima. Il note que, dans ce secteur, les entreprises de distribution sont généralement plus petites. Celles-ci doivent donc faire preuve de réactivité, ce qui est un enseignement pour tous!



Chez Rullier, ce n'est pas parce que l'activité des espaces verts représente 10 % du chiffre d'affaires de l'entreprise qu'elle est pour autant sous-considérée.

personnel est entièrement dédié au secteur qui demande une approche spécifique. Sur ce marché, elle distribue John Deere. Le concessionnaire note que la marque a fait de sérieux efforts ces dernières années pour mieux répondre aux attentes. La demande en outils électriques est couverte par Pellenc, et la tonte robotisée par Husqvarna. « *Des robots de tonte, il va y en avoir de plus en plus, indique le dirigeant, et la différence entre le produit grand public et le matériel professionnel accompagné sera vite comprise!* » Au sein du syndicat, ce dernier voit d'un bon œil la complémentarité entre l'activité agricole et celle des espaces verts, les spécialistes de la motoculture venant enrichir le Sedima. Il note que, dans ce secteur, les entreprises de distribution sont généralement plus petites. Celles-ci doivent donc faire preuve de réactivité, ce qui est un enseignement pour tous!

**JULIEN FREDON, DIRIGEANT DES ÉTS CROSNIER (YVELINES),
ADHÉRENT SEDIMA DEPUIS TROIS MOIS**

« Participer à la vie du métier »

Julien Fredon est en phase de reprise de l'entreprise de son beau-père, Daniel Crosnier. Situés à Bonnelles, dans les Yvelines, les Éts Crosnier développent une double activité de distributeur en motoculture et de grossiste en pièces détachées et moteurs. Après des études de commerce à l'ESC Toulouse, Julien Fredon a travaillé pendant 12 ans sur des missions de marketing chez Orange. À 34 ans, il s'est retrouvé à la tête de l'entreprise familiale qui emploie aujourd'hui 43 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 9,5 M€. Après cinq années de découverte du métier et de réorganisation de l'entreprise, le chef d'entreprise vient de décider d'entrer au Sedima pour, dit-il, « *participer à nouveau à la vie du métier, apporter notre vision et recevoir les informations des autres* ». Il manifeste l'envie de faire évoluer les choses, tout en conservant les valeurs de l'entreprise : la qualité de service, la proximité avec les clients... Un nouveau bâtiment



Le besoin d'échanger et de participer à nouveau à la vie du métier a motivé, voilà trois mois, l'adhésion de Julien Fredon au Sedima.

dans la vallée de Chevreuse est prévu dans les deux ans. L'atelier « magasin du futur », organisé dans le cadre du congrès du Sedima, l'a ainsi beaucoup intéressé, de même que les conseils prodigués pour le recrutement de personnel via les réseaux sociaux. Même s'il a un ressenti « très agricole » au sein du Sedima, il pioche dans les services existants comme le social, les ressources humaines, les bonnes pratiques... Il a aussi intégré la commission « communication » du Sedima, qui se réjouit d'ailleurs de compter dans ses rangs une personne ayant travaillé dans un autre secteur et représentant aujourd'hui la motoculture. Les Éts Crosnier distribuent

des grandes marques comme Stihl, Honda, Husqvarna, Iseki, Pellenc... Son activité de grossiste en pièces de rechange concerne quasiment toutes les marques et couvre la France entière. Cette activité représente environ la moitié de son chiffre d'affaires, une proportion qui tend à s'accroître.

**PHILIPPE MICARD, PRÉSIDENT
DU GROUPE MICARD (AUVERGNE-LIMOUSIN)**

Plus de mixtes agri-espaces verts dans le futur

Après son adhésion à « Vivre à la Campagne », la concession Micard se vit doter d'une ligne de tondeuses autoportées Massey Ferguson. Sous le nom d'une vraie marque, la concession s'organisa alors pour vendre, entretenir et réparer ces matériels. L'arrivée en 2001 de John Deere dans l'entreprise ne fit que renforcer sa volonté de se positionner sur le secteur de la motoculture. Même si le chiffre d'affaires de ce dernier ne représente aujourd'hui que 10 % du CA global de la concession, il est primordial et occupe, selon les périodes de l'année, entre 8 et 13 salariés sur les 70 que compte l'entreprise. Philippe Micard note que le développement de l'activité « espaces verts » chez Micard tient aussi à la volonté d'un homme, Guy Fayadas, très motivé sur le dossier. Au sein de l'entreprise, la création d'un espace dédié à Limoges (Haute-Vienne) confirme également les intentions de la direction de promouvoir les espaces verts. Les marques John Deere et Stihl côtoient les produits Mr. Jardinage, tout comme chez Micard Motoculture, à Guéret (Creuse). Selon Philippe Micard, il risque d'y avoir de plus en plus de concessions mixtes (agricole + espaces verts) dans le futur. Plusieurs constructeurs couvrent les deux secteurs, comme John Deere ou Kubota, lesquels apprécient d'avoir un même interlocuteur pour les deux activités, et ce, même si les espaces sont bien différenciés dans l'entreprise. Le concessionnaire indique également que les techniques relatives

aux matériels d'une même marque peuvent s'avérer très voisines, notamment en matière de diagnostic. Enfin, Philippe Micard observe que les espaces verts attirent du monde dans les magasins. Avec l'arrivée des outils à batterie et de la tonte robotisée, la profession doit repenser les approches. « *Il faut prendre le virage. Les propriétaires veulent une belle pelouse lorsqu'ils arrivent en week-end. Le robot permet de répondre à ces demandes. Derrière la vente et l'installation de ces matériels, la concession doit assurer un service après-vente. J'imagine même parfois, conclut-il sur le ton de l'humour, qu'il pourrait y avoir un centre de dépannage en ligne "urgences tonte" pour les robots installés dans la région...* »



Lorsque, à 28 ans, Philippe Micard reprend l'entreprise familiale, il ne connaît pas bien le métier. Son adhésion au Sedima lui permet alors d'apprendre les ficelles du métier en échangeant avec d'autres acteurs de la filière. À cette époque, il adhère aussi au SMJ. Aujourd'hui, il constate que l'union des deux structures apporte des services supplémentaires aux adhérents, tout en préservant la spécificité du secteur grâce à la connaissance du métier coordonnée par Stéphane Sers.