

Décembre 2006

Position de la Fédération Française sur les Centres de Marques

Nos adhérents s'inquiètent vivement de nombreux projets de création de Centres de Marques.

Dans les Régions où se sont implantés des Centres de Marques (Troyes, Roubaix, Romans...), de nombreux adhérents ont dû fermer leurs magasins au cours de ces dernières années. Certaines grandes marques (Villeroy et Boch, Degrenne, Lagostina) profitent de l'attractivité de ces centres pour y écouler des produits Arts de la Table et des ustensiles de cuisine à des prix souvent inférieurs de 30 à 40% à ceux pratiqués dans les autres formes de commerce, le plus souvent au mépris de la réglementation des soldes et promotions. Cette situation est d'autant plus intolérable qu'il s'agit de produits finalement peu affectés par les phénomènes de mode.

Cette forme de distribution est la négation de nos commerces.

Dans nos commerces nos clients reçoivent un accueil, un conseil de qualité et l'assurance de la garantie et de la sécurité des produits qu'ils ne retrouvent pas dans les centres de Marques.

Compte tenu de la diversification de certaines de ces grandes Marques, l'offre produits est en train d'exploser. Aujourd'hui, les Centres de Marques réalisent environ 20 % de leur chiffre d'affaires en arts de la table, cadeaux et équipement du foyer.

Nos commerces participent pleinement à l'animation et à vitalité de nos centres villes, la prolifération des Centres de Marques détruirait à jamais nos commerces. Les emplois détruits seraient bien plus nombreux que ceux créés.

Cette forme de distribution court-circuite les magasins traditionnels et ne répond plus à la définition légale du « magasin d'usine ».

Notre Fédération s'oppose fermement à de nouvelles implantations de centres de Marques destructeurs de nos cœurs de ville.



Bernard DENIS
Président