

Le « low cost » au secours de votre pouvoir d'achat

Fréquenter les enseignes à bas prix peut vous faire économiser un quart de votre budget. Enquête, exemples à l'appui, sur un phénomène en pleine expansion.

Pour Maxime, 30 ans, la traque des prix bas est devenue un vrai passe-temps. Ce gérant de portefeuille parisien téléphone moins cher en passant par un opérateur discompte, économise 20 % sur ses achats d'outils en fréquentant assidûment les discompteurs du bricolage et voyage moins cher grâce aux compagnies aériennes à bas coût (*low cost*).

Si Maxime se livre à cette chasse plus par amusement que par nécessité, des millions de Français profitent, eux, de l'émergence de ces offres pour regagner un peu de pouvoir d'achat. Efficace? Plutôt! Pour quantifier les écarts de prix entre ces nouveaux opérateurs et les commerçants traditionnels, *L'Expansion* a mené une enquête inédite, achetant le même panier de produits et de services (du matériel de bricolage, de la nourriture, des services bancaires, etc.) auprès de deux types de distributeurs. Le résultat est éloquent! Quoique composé de façon identique ou très similaire, le panier *low cost* est moins cher de 24 %. Enquête sur les méthodes de cette nouvelle filière « petits prix ».

Quel que soit le secteur sur lequel interviennent les discompteurs, les recettes restent les mêmes. La première, la plus évidente, consiste tout simplement à réduire les coûts de distribution. C'est la voie choisie par les sites Internet de commerce en ligne de produits high-tech. Rue

du commerce, par exemple, a écoulé pour 180 millions d'euros de marchandises en 2004 sans un seul magasin! La société se contente d'un siège à Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis) et d'un entrepôt logistique à Lyon, géré par son sous-traitant. Quand les vendeurs traditionnels comme Darty accumulent deux mois de stocks pour approvisionner leurs points de vente, une quinzaine de jours suffisent à ceux de Rue du commerce. Le site n'a pas besoin de grand monde pour tourner : 140 salariés. Du coup, le chiffre d'affaires par collaborateur est trois à quatre fois supérieur à celui des concurrents classiques. Autant de gains qui permettent à Rue du commerce de proposer, par exemple, un écran LCD moins cher de 30 %.

L'absence d'agence est aussi la principale source d'économie de la banque en ligne Axa Banque (ex-Banque directe). Selon l'enquête annuelle du comparateur Testé pour vous, un client moyen (hors packages) y dépensera 86,48 euros par an quand, pour exactement les mêmes services, la facture s'allonge de 8 euros à BNP Paribas, de 27 à la Société générale, de 31 au Crédit lyonnais et de 83 euros à la Barclays.

Autres idées astucieuses : le loueur de voitures Ucar a réduit ses immobilisations en installant les trois quarts de ses agences directement chez les concessionnaires automobiles, et les autres en périphérie, où loyers et places de parking sont moins

onéreux. A la clef, des journées de location à 30 euros, contre 80 euros facturés par Avis.

La référence incontestée en matière de réduction des coûts reste Ryanair, la compagnie aérienne irlandaise, qui a d'ailleurs popularisé l'expression *low cost* en Europe. Elle a d'abord diminué ses frais de commercialisation en vendant ses billets sur Internet. Puis réduit le temps d'escale de quarante à vingt-cinq minutes en choisissant des aéroports secondaires (Beauvais pour Paris, Stansted pour Londres, Bergamo pour Milan). Elle a ensuite taillé dans ses frais de personnel en obligeant les hôtesses à faire le ménage, et enfin réalisé des économies d'échelle en n'achetant qu'un modèle d'avion (le Boeing 737-800).

Mais Ryanair a une autre martingale : le *yield management*, c'est-à-dire l'optimisation du remplissage de ses avions, deuxième règle essentielle des sociétés à bas coût. Elle est simple : plus vous réservez le billet à l'avance, moins il est cher. Ainsi, à la mi-août, si l'aller-retour Paris-Rome pour le week-end suivant se négociait à 765,12 euros pour deux, soit

LA FAMILLE PLEINPOT

M. et Mme Pleinpot s'y prennent au dernier moment, vont au supermarché le plus proche, s'habillent à la mode, privilégient le contact avec le commerçant et le service au prix.

Dépenses : 36 317 €

Les mêmes achats, mais 24 % de rabais sur la facture

LA FAMILLE BONPLAN

M. et Mme Bonplan traquent les meilleurs tarifs en comparant systématiquement les prix, achètent sur Internet, réservent à l'avance et n'hésitent pas à faire leurs courses dans les magasins de banlieue.

Dépenses : 27 647 €

De l'alimentaire, une coupe de cheveux, des roses, une perceuse, une voiture, une assurance auto, un voyage en train, des services bancaires... Pour les mêmes achats, la facture varie considérablement selon que l'on s'adresse au réseau traditionnel ou à la filière « low cost ».

Quel que soit leur secteur, la première recette des discompteurs est de réduire les coûts de distribution.

seulement 63 euros de moins qu'à Air France, le tarif pour un voyage à la fin octobre chutait à 225,12 euros, soit, cette fois-ci, 129 euros de moins que le prix de la compagnie nationale. Une souplesse qui permet à Ryanair d'occuper 84 % de ses sièges. En 2004, ce système a séduit 3 millions de passagers, mais également la plupart des grandes compagnies aériennes et la SNCF. Lancés fin 2004, les billets iDTGV sont vendus sur les lignes Paris-Marseille-Toulon et Paris-Nîmes-Montpellier à des tarifs qui démarrent à seulement 76 euros l'aller-retour pour un couple, soit près de 280 euros de réduction par rapport à un plein tarif réservé la veille. Mais, pour obtenir les meilleurs prix, il faut s'y prendre quatre mois à l'avance. Payables à la réservation, qui se fait exclusivement sur Internet, les billets sont non remboursables mais peuvent être échangés tant qu'ils n'ont pas été imprimés, à condition d'acquitter la différence entre le prix initial et celui dis-

► ponible à ce moment-là. La SNCF a vendu 220 000 billets de ce type au premier semestre 2005.

Le transport n'a pas l'exclusivité du *yield*. Hotels.com ou hoteldiscount offrent des remises très importantes sur les chambres d'établissements du monde entier réservées à l'avance. BilletReduc aide les artistes à ne pas jouer devant des salles désertes, notamment les nouvelles pièces de théâtre, en bradant les places des premières, voire en les distribuant gratuitement. Pour les gourmets, Lastminute.com propose des réductions de 20 à 30 % sur les menus de grands restaurants étoilés et comble ainsi leurs périodes creuses. « Nous permettons à une nouvelle clientèle de découvrir des prestations haut de gamme », ajoute David Bastian, le directeur du marketing de Lastminute.

Une philosophie à l'opposé de celle des maxidiscompteurs, qui dépouillent leur offre. Avec leurs allées crasseuses, leurs marchandises encore en cartons, leurs effectifs réduits comme peau de chagrin et souvent une seule référence par produit, les maxidiscompteurs de l'alimentaire n'ont cessé de prendre des clients aux grandes surfaces traditionnelles. La conquête a démarré avec l'arrivée en France de l'allemand Aldi, en 1988. La progression de ses enseignes s'est nettement accélérée depuis 2000, et aujourd'hui leur part de marché dépasse les 13 %. La chaîne a même forcé le leader de la grande distribution à créer leur propre concurrent : Carrefour a lancé Ed et Casino a racheté Leader Price. Même phénomène dans l'univers du bricolage, où le Groupe Kingfisher possède à la fois Castorama et Brico Dépôt, son concurrent *low cost*. Ses 66 magasins ont vu leurs ventes exploser de 27 % en 2004, à surface constante.

Sites plus petits et choix d'articles réduit : le filon est connu et cible les artisans et les particuliers déjà connaisseurs. Leroy Merlin l'a également exploité en créant Bricoman.

Peu de secteurs du commerce échappent à cette tendance. Pour atteindre un prix moyen de 4 euros et être toujours moitié moins cher que les gran-

Le détail de nos paniers tests

LA FAMILLE PLEINPOT

MAISON

- Frais d'agence pour l'achat d'un bien immobilier de 250 000 euros à Orpi à Saint-Jean-de-Luz **15 000 €**
- Courses (tomates, pizzas, yaourts, petits pois, thon, moutarde, jambon, saucisson, lessive, cola, beurre) dans un Monoprix de Paris XVIII^e **48,75 €**
- Une perceuse Bosch à percussion, 650 watts, à Castorama **99,95 €**
- Un jean et un pull (taille 12 ans) de marque distributeur aux Galeries Lafayette, à Paris **60,8 €**
- 20 minutes d'appel plein tarif vers un téléphone fixe aux États-Unis en journée avec France Télécom... **4,52 €**
- Forfait mensuel de quatre heures (dont une soir et week-end) de téléphonie mobile avec Orange... **41 €**
- Un an de services bancaires (hors packages) au Crédit lyonnais, selon Testepourvous.com **117,14 €**

TRANSPORTS-VOYAGES

- Une Peugeot 307 Confort Pack 1,6 litre 16V neuve chez Peugeot **18 000 €**
- 60 litres de sans plomb 98 à la station Total de Gattières (Alpes-Maritimes) **83,58 €**
- Un an d'assurance auto à Axa pour une Renault Laguna **1 400 €**
- Un aller-retour Paris-Rome pour deux, réservé mi-août pour le week-end du 21 octobre, sur Air France **354,5 €**
- Un aller-retour Paris-Montpellier pour deux en TGV, réservé la veille au soir dans une gare **355,2 €**
- Une nuit pour deux au château-hôtel 4 étoiles de Bionne (Hérault), louée sur place **160 €**
- Un jour de location d'une Opel Corsa (250 km inclus) à Avis **81 €**

LOISIRS

- Un dîner pour deux chez Hélène Darroze, à Paris (2 étoiles Michelin) **440 €**
- Un bouquet de 5 roses au Jardin fleuri à Brest **7 €**
- Une coupe pour homme chez Jean-Louis David **23 €**
- Deux places pour *Sarko et Hutch* au Théâtre de Dix Heures réservées sur place **40 €**
- *La Voix du Nord*, édition Lille... **0,85 €**

TOTAL
36 317 €

LA FAMILLE BONPLAN

MAISON

- Frais d'agence pour l'achat d'un bien immobilier de 250 000 euros à 4 % Immobilier à Saint-Jean-de-Luz **10 000 €**
- Courses (tomates, pizzas, yaourts, petits pois, thon, moutarde, jambon, saucisson, lessive, cola, beurre) dans un Lidl de Paris XVIII^e **33,84 €**
- Une perceuse Bosch à percussion, 650 watts, à Brico-Dépôt **79,95 €**
- Un jean et un pull (taille 12 ans) à Vêt'Affaires, à Sainte-Luce-sur-Loire (Loire-Atlantique) **15,48 €**
- 20 minutes d'appel vers un téléphone fixe aux États-Unis en journée avec Free **0,60 €**
- Forfait mensuel de quatre heures de téléphonie mobile avec Debitel **29,90 €**
- Un an de services bancaires (hors packages) à Axa Banque, selon Testepourvous.com **86,48 €**

TRANSPORTS-VOYAGES

- Une Peugeot 307 Confort Pack 1,6 litre 16V neuve sur Auto-ies.com **15 856 €**
- 60 litres de sans plomb 98 à la station Elf de Colomars (Alpes-Maritimes) **76,44 €**
- Un an d'assurance auto à Eurofil pour une Renault Laguna **663,9 €**
- Un aller-retour Paris-Rome pour deux, réservé mi-août du 21 octobre, sur Ryanair **225,1 €**
- Un aller-retour Paris-Montpellier pour deux en iDTGV, réservé quatre mois à l'avance par Internet **76 €**
- Une nuit pour deux au château-hôtel 4 étoiles de Bionne (Hérault), louée via Hoteldiscount.com **141 €**
- Un jour de location d'une Opel Corsa (250 km inclus) à Ucar **40 €**

LOISIRS

- Un dîner pour deux chez Hélène Darroze, à Paris (2 étoiles Michelin), par Lastminute.com **298 €**
- Un bouquet de 5 roses à Rapid'Flore à Brest **3,9 €**
- Une coupe pour homme à Coiff & Co **14 €**
- Deux places pour *Sarko et Hutch* au Théâtre de Dix Heures réservées sur Billetreduc.com **6 €**
- *Méto*, édition Lille **0 €**

TOTAL
27 647 €

des surfaces, Vet'Affaires ne propose que des vêtements basiques, pas vraiment à la mode, achetés en grands volumes et présentés dans de grands bacs. A Coiff & Co, où la coupe-brushing homme se négocie à 14 euros, contre 23 chez Jean-Louis David (qui fait partie du même groupe), le client met son manteau sur le cintre et enfle seul son peignoir. Chez le fleuriste Rapid'Flore (152 points de vente), il compose lui-même son bouquet. Dans les 300 stations Elf, repositionnées sur le discompte lors de la fusion avec Total, l'automobiliste ne trouvera pas de gants de protection pour se servir son carburant et il cherchera en vain une salle de repos pour boire un café. « A plus ou moins 1 centime près, nous alignons les prix des carburants des stations Elf sur celui des grandes surfaces, pour lesquelles, rappelons-le, les carburants sont des produits d'appel », justifie Philippe Néllis, directeur du réseau France de Total.

Même les domaines que l'on pensait des chasses gardées sont touchés. Le réseau 4 % Immobilier propose ainsi dans ses 90 agences des frais de 4 % sur les transactions, contre 7 % dans les agences classiques. La société Plus Pharmacie gère 500 officines à l'enseigne Pharmavie, qui propose des produits de parapharmacie à des prix inférieurs de 30 % à ceux du réseau traditionnel.

Plus méconnue, Auto-IES offre jusqu'à 25 % de ristourne sur les véhicules neufs. La formule a emballé 4 900 clients en 2004. « Nous aidons les fabricants et les vendeurs à réguler les stocks », explique Philippe Koenig, codirigeant du groupe. Les voitures sont livrées directement chez les concessionnaires. Petite contrepartie, le choix de la couleur et des options sera très réduit pour les modèles les plus demandés.

Prochaines cibles des discompteurs en France : le jardinage, avec GardenPrice, mais aussi le cinéma et la croisière, les deux nouvelles marottes d'easyGroup. **Quentin Domart et Gilles Tanguy**

Repositionné sur un créneau « low cost », Elf aligne ses prix sur ceux des grandes surfaces.

AUTO-IES.COM