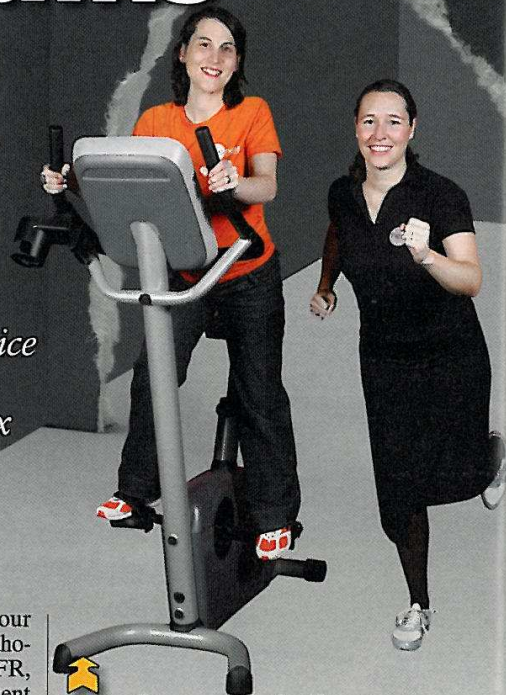


HOMMES ET AFFAIRES

## Les petits malins qui surfent sur la crise

*Fin de stocks, produits de deuxième main ou service minimum à prix sacrifié: ces PME astucieuses prouvent qu'on peut encore lancer de nouveaux business, même quand l'heure est à l'austérité.*

Céline Wisselink (à gauche) et Marie-Anne Tessier, championnes du sport discount.



**R**egardez ma montre : c'est une Baume & Mercier. Je l'ai payée 580 euros. Neuve, elle vaut le triple», se félicite **Roger Beille**. Depuis quelques semaines, le patron de Cash Express se frotte les mains : son enseigne d'achat-revente d'articles d'occasion (lire page suivante) profite à fond des nouveaux comportements de consommation générés par la crise. Selon une étude Ifop, réalisée en novembre pour la mutuelle Médicis, 78% des Français se disent inquiets pour leur pouvoir d'achat. Et, d'après un autre sondage récent du même institut, 74% d'entre eux songent à restreindre leurs dépenses, exceptionnelles ou courantes, dans les mois qui viennent.

Conséquence de cette morosité ambiante : les entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'aventurer sur le terrain du low-cost. Danone a dégainé dès le mois de septembre avec son Eco Pack : six

yaourts sans suremballage carton pour 1 euro tout rond. L'opérateur de téléphonie Debitel, qui utilise le réseau SFR, vient de lancer Simpleo, un abonnement basique qui permet uniquement de téléphoner et d'envoyer des SMS. Tarif : 19,90 euros les deux heures, avec 20% de réduction pour les familles nombreuses et les demandeurs d'emploi. Dans cette course aux petits prix, les PME ne sont pas les plus mal placées, comme le prouvent les exemples qui suivent. «Au contraire, pour adapter leur business model, elles sont souvent plus réactives que les grands groupes», constate **Frédéric Bedin**, le président de CroissancePlus. Mais, quand la croissance reviendra, seules les meilleures idées survivront. «Le minigolf s'est développé pendant la crise de 1929, rappelle la sociologue **Jeanne Lazarus**. A l'époque, il s'agissait d'offrir un ersatz de l'original à un tarif bien plus accessible.» La recette reste d'actualité.

*Olivier Bouchara et Stéphane Loignon* ♦

### Dans leur salle de fitness, on rame presque gratis

**L**es miroirs ? Ils coûtaient 5 000 euros, alors on a décidé de ne pas en mettre.» Installées dans un ancien entrepôt de Fontenay-sous-Bois (Val-de-Marne), **Marie-Anne Tessier** (Essec) et **Céline Wisselink** (HEC) ont lancé la première enseigne française de fitness à prix cassés. Inspiré du modèle néerlandais «Fit For Free», Neoneess propose 76 machines de musculation

de 180 euros. «Quatre fois moins cher que le Club Med Gym», précisent les Véronique et Davina de l'ère low-cost. Dans la salle, ouverte de 7 à 22 heures dimanche inclus, pas de sauna, ni de serviettes. Les douches sont payantes (50 centimes) et chronométrées : quatre minutes maxi. Dix mois après son ouverture, cette usine à sueur compte déjà un millier de membres. Et trois nouveaux centres devraient voir le jour en 2009. ♦





## Ses maisons ont des murs et un toit, c'est tout

**L**a crise de l'immobilier, Alexandre Macieira-Coelho s'en soucie comme d'une guigne. Avec 2 150 maisons vendues en 2008, sa société, Mikit, affiche un chiffre d'affaires de 190 millions d'euros, en croissance de plus de 5%, alors que les ventes de maisons individuelles se sont écroulées de 25% cette année. Placé fin 2007 à la tête de l'entreprise par le fonds d'investissement IDI, devenu majoritaire, ce titulaire d'un MBA de la New York City University n'a pas changé d'un iota le concept de

«prêt-à-finir» élaboré par le fondateur, Maurice Penaruiz. Mikit déniche un terrain, élabore le plan de financement, prend en charge la paperasse, assure le gros œuvre et fournit les câbles et les tuyaux. A charge ensuite aux propriétaires de poser l'électricité, la plomberie, les cloisons, les escaliers, les sanitaires et l'isolation. A la clé: une maison à 90 000 euros, soit 30% d'économies sur le prix du neuf. «En trois mois, les travaux sont bouclés», assure le patron de 42 ans. Phobiques d'Ikea s'abstenir. ♦

Bruno Poncet (à gauche) et Edouard de Jandin, spécialistes des ventes flashs.

Moins chères que les maisons Borloo, les maisons d'Alexandre Macieira-Coelho.

## Ils bradent de grandes marques en plein centre-ville

**N**e dites pas à leurs mères qu'ils tiennent un bazar, elles les croient chefs d'entreprise. A 34 et 35 ans, Bruno Poncet et Edouard de Jandin dirigent Chrono Stock, un curieux concept de «magasin éphémère». Leur idée? Transformer des locaux vides de centre-ville en boutiques de déstockage, ouvertes seulement six mois. Avantage: les murs sont loués avec des baux précaires, ce qui permet d'obtenir de mirifiques pas-de-porte à prix cassés. Les ventes flashs sont organisées par

thèmes – électroménager, vins, textile – et la marchandise, achetée chez 140 fabricants, est renouvelée chaque lundi. «Résultat: les clients trouvent en bas de chez eux des prix aussi alléchants que sur les sites Internet de soldes privées», assure Edouard de Jandin. A Lyon et Oullins, une commune voisine, on s'arrache les vestes Adidas à 40 euros et les jeux de Nintendo DS à 14 euros. Chiffre d'affaires d'un magasin: 70 000 euros par mois. La création de vingt nouvelles franchises est prévue cette année. ♦



## Leur filon ? S'adresser avec tact aux ménages modestes

En neuf mois, Jean-Bernard Valade a traité 3 000 dossiers de refinancement.

### Cet ex-pharmacien soigne les drogués du crédit

On ne désendette pas les gens, on les endette un peu plus», avoue Jean-Bernard Valade, le patron de Vegalis. Les Français ne cessent pourtant de le solliciter, sur les conseils de leur banque. Sur les neuf premiers mois de 2008, ce pro du regroupement de crédit a traité près de 3 000 dossiers, soit une hausse de

63% par rapport à la même période en 2007. A l'heure où l'endettement des ménages inquiète l'Elysée, l'expertise de ce docteur en pharmacie reconverti dans la finance vaut de l'or. Vegalis permet à ses clients de réduire leur ratio remboursements/revenus, en moyenne, de 54% à 29%. Comment ? En renégociant les prêts auprès

d'établissements spécialisés comme la CCFP, une filiale du Crédit immobilier. Vegalis empoche 2 à 5% du nouvel emprunt et le banquier d'origine récupère un client solvable. Mais celui-ci est endetté plus longtemps. «Sauf s'il gagne, comme cela est arrivé, au Tac O Tac à vie, précise Valade. Ce jour-là, on avait travaillé pour rien.» ♦

Roger Beille, roi de l'occasion, a renouvelé le principe du mont-de-piété.

### Il paie cash les mini-PC et les revend deux fois plus cher

Bien sûr, il préférerait que «ça aille bien pour tout le monde». Mais Roger Beille ne boude pas son plaisir. Cigare aux lèvres, le président de Cash Express a fêté, en novembre dernier, l'ouverture de son cinquantième magasin, à Evreux. Ce vaste hangar fraîchement repeint regorge d'articles d'occasion rachetés à des particuliers : CD à 1 euro, lecteur DVD à 9 euros, téléviseur à 29 euros, mais aussi Caméscope, PC ou guitares à prix riquiqui. «Il y en a pour toutes les bourses», assure cet autodidacte

qui a fait ses classes dans le réseau concurrent, Cash Converters, avant de voler de ses propres ailes ➔ en 2002. Pour acheter au meilleur prix les produits apportés par Monsieur Tout-le-Monde, et les revendre deux fois plus cher, ses équipes disposent d'une énorme base de données où figurent plus de 5 millions de références. Fort d'un chiffre d'affaires de 40 millions, en hausse de 8%, Roger Beille compte ouvrir en France dix nouveaux magasins en 2009. Ensuite, cap sur la Belgique, l'Italie et l'Espagne. ♦

PHOTOS: GETTY IMAGES/ALBERTO DI STEFANO POUR CAPITAL - INFOGRAPHIE: CAPITAL