

# Serge Papin (Système U), le commerce autrement

**Cas d'école** En juin dernier, Serge Papin, p-dg de Système U, était l'invité des Déjeuners du Marketing, organisés par Marketing Magazine et l'AFDM en partenariat avec TF1 Publicité. Retour sur un distributeur pas comme les autres.

« **C**hez nous, la personne qui pousse le chariot est plus importante que le chariot qu'elle pousse. » D'emblée, Serge Papin, p-dg de Système U, entend démontrer sa différence par rapport à ses concurrents de la grande distribution. Car si Système U est un distributeur, il est avant tout un commerçant. « *Nous nous adressons à un client, souligne Serge Papin. Ce qui est une conception différente du simple consommateur.* »

C'est en 1894 que des commerçants créent une société d'achat, baptisée "Le Pain Quotidien". En 1920, elle devient un comptoir coopératif d'achat, puis ses commerçants se regroupent en 1928 sous la forme d'Unico, avant de se rassembler en 1969 au sein d'une fédération nationale, et enfin de créer la structure nationale Système U en 1983. Suivent le premier Super U en 1975, l'Hyper U en 1989, puis Marché U en 1991.

Aujourd'hui, les nouveaux commerçants pèsent leur poids dans le paysage français. Le troisième groupement français de commerçants indépendants est aussi numéro deux des supermarchés en France, cinquième distributeur alimentaire à vocation généraliste, et première enseigne en termes de fréquentation.

## Un modèle humain et économique

Serge Papin se plaît à dire qu'il est à la tête « *autant d'une aventure humaine que d'un projet économique* ». La lettre U symbolise ainsi l'union entre commerçants, fournisseurs,

clients et collaborateurs. « *Notre fonctionnement est basé sur l'oral, l'expression, l'échange* », ajoute ce garant de la cohésion du groupe. Tout en conjuguant la puissance d'un grand distributeur avec la proximité d'un commerçant. Aujourd'hui, l'enseigne adopte un nouveau slogan "Et si vous passiez au U commerce", histoire d'amener un peu de modernité. Le U commerce va-t-il se substituer au nouveau commerçant? Il est encore trop tôt pour le dire. Mais il est bien « *une espèce de méta concept dans lequel on peut loger des postures individuelles comme des projets de groupe* ». Et le p-dg d'ajouter: « *Système U, c'était plutôt Système U la discrète et on avait envie de passer dans le camp de Système U la connue.* »

## « Devenir une marque »

L'ouverture à la publicité télévisée a offert de nouvelles perspectives à l'enseigne. « *Avec la possibilité d'accès à ce média puissant, on a l'ambition de devenir une marque* », souligne Serge Papin. Et de veiller à consolider la force et l'image de chaque magasin au plan local. Il précise: « *Nous sommes en train de regarder comment nous pouvons faire vivre ensemble et de façon très complémentaire à la fois un réseau de distribution classique et un réseau de proximité très adaptable.* » Système U doit gérer ce paradoxe: affirmer la puissance de la marque au plan national et en même temps une grande adaptabilité locale. C'est en cela que l'enseigne se différencie des groupes cotés. « *Nous sommes un modèle d'adaptabilité et c'est une de nos grandes forces* », assène Serge Papin.

## Serge Papin

- **1976**: promoteur des ventes de la centrale régionale de Système U Ouest.
- **1981**: associé du groupe Système U, chargé de la création du service communication et de l'exploitation d'une supérette Unico.
- **2003**: vice-président du groupe Système U en charge des hommes, des enseignes et des réseaux.
- **2005**: président-directeur général de Système U. Propriétaire d'un Super U en Vendée.



Arnaud Oizak

La grande surface de la petite ville s'attelle aujourd'hui à de nouveaux chantiers, à l'instar de la vente d'unités prépayées en téléphonie mobile à partir de janvier 2008. L'enseigne souhaite également s'implanter davantage dans le Nord ainsi qu'en Paca. Autre ambition de taille: se développer sur le non-alimentaire, en particulier sur le textile. « *Demain, nous nous voulons les compétiteurs de Zara, H&M et Gap* », glisse Serge Papin. De nouvelles collections devraient donc arriver en rayon en 2008. Quant aux produits U, ils demeurent le fer de lance du distributeur, qui sort 100 produits bio ce mois-ci, et prévoit de commercialiser des produits écoconçus en 2008. « *Je veux que nous soyons les premiers à proposer une quinzaine de produits écoconçus qui mettent de côté le suremballage* », annonce-t-il. Le rendez-vous est pris. ■