



JEZEKEL ÉLÈVE SA GAMME

« Notre marque se situait jusqu'à présent dans le milieu de gamme, dit Alain Benzakin, directeur de la franchise Jezekel, nous allons monter d'un cran, en essayant de nous imposer par notre image et la qualité de nos produits. Disons que nous occupons un créneau intermédiaire entre Old River et Façonnable... » Un créneau très disputé : les chaînes en franchise ou intégrées, proposant du prêt-à-porter masculin au look dit «néo-British», se multiplient et se ressemblent un peu, du moins pour le profane.

Comment la clientèle pourra-t-elle s'y retrouver et pourquoi les diffuseurs choisiraient-ils une chaîne plutôt qu'une autre ? « Nous avons vingt-cinq ans d'expérience, souligne A. Benzakin. Nous concevons tous nos modèles et nous en fabriquons 90 % en France, ce qui nous permet de mieux contrôler la qualité. Notre problème n'est pas d'écouler des stocks achetés au rabais, puis de disparaître ou de changer de sigle, comme cela se fait parfois dans le prêt-à-porter.

Jezekel demande 80 000 F de droits d'entrée, 3 % de participation publicitaire (dont 2,5 % seront utilisés localement), et pas de royalties. Un magasin peut réaliser un C.A. de 2 MF, 3 MF et même davantage. Les franchisés paraissent satisfaits et le franchiseur joue le jeu en publiant sa liste complète de franchisés — comme le font d'ailleurs la plupart des grandes marques.

Le revers de la médaille : il faut un magasin de 60 à 80 m² minimum sur un emplacement de tout premier choix et par conséquent un lourd investisse-

ment : plusieurs millions de francs, compte tenu du pas de porte. Les derniers magasins Jezekel se sont ouverts à Monte-Carlo et à Paris... L'ambition de Jezekel est donc, à moyen terme, de drainer la clientèle sur son seul panonceau, comme le font aujourd'hui des marques telles que Daniel Hechter. Objectifs internationaux aussi avec la vente d'une master-franchise en Espagne et le lancement d'un premier magasin à Vittoria.

● Renseignements : BP 47, 13170 La Gavotte. Tél. 42 02 61 10. Contact : Alain Benzakin.

MANOUKIAN A REPRIS LA SWEATERIE

Au terme d'un jugement rendu par le tribunal de commerce de Roubaix, en octobre dernier, la chaîne en franchise La Sweaterie a été reprise par le groupe Alain Manoukian. Lancée en 1982, la Sweaterie avait connu un développement très rapide : plus de 110 magasins en France en 1988 et une vingtaine dans divers pays étrangers.

Puis, c'était le dépôt de bilan et la Sweaterie était exploitée en location-gérance par Manoukian. La totalité des actifs de la Sweaterie a donc été achetée et regroupée dans le cadre d'une nouvelle société où Manoukian et Pile et Pull font part égale - cette dernière chaîne est elle-même détenue à 50 % par Manoukian.

Avec plus de 500 magasins, Manoukian devient un poids-lourd de la franchise «textile». Cette force de frappe lui donne une dimension européenne et la chaîne est de fait implantée en

Espagne, en Italie, en Belgique, en Suisse etc. Ce n'est d'ailleurs pas terminé : Alain Manoukian envisage de nouvelles acquisitions en France et en Europe... Notons toutefois que cette chaîne est aussi un franchiseur dur en affaires. Il n'accorde aucune véritable exclusivité territoriale à ses franchisés.

HALL DES LOCATAIRES ET PROPRIÉTAIRES : VERS LES 50 AGENCES

La chaîne d'offices de locations et ventes de particulier à particulier HLP possède aujourd'hui 46 agences, et non pas zéro comme l'indique le tableau publié dans notre n° 56. Le qualificatif «franchise en cours de lancement» ne s'appliquait donc pas à HLP, créée en 1983...

Denis Grenouiller, responsable de cette franchise, qui espère regrouper prochainement une cinquantaine de centres, nous signale par ailleurs que sa chaîne a mis en service un système télématique comparable à celui proposé par son concurrent Hestia.

Notons enfin que deux chaînes immobilières qui n'avaient pas répondu à notre enquête — Le Tuc immobilier et Ctim — l'ont fait depuis. Nous vous les présenterons ultérieurement.

● Renseignements : HLP, 24, rue du 11 novembre, 42100 Saint-Étienne. Tél. 77 41 27 60. Minitel : 36 15 HLP. Contact : M. Grenouiller.

APRÈS L'ESPAGNE LE PORTUGAL

Le Portugal — dont nous évoquons les potentialités du marché dans le n° 57 de DÉFIS — intéresse décidément les franchiseurs.

Après la conférence de Barcelone, la Fédération française de franchisage et l'Union internationale des avocats prévoient à Lisbonne, au printemps 1989, une nouvelle réunion européenne intitulée Franchiseland n° 2.

● Renseignements : Alain Hardel, 116 bis, Champs-Élysées, 75008 Paris. Tél. (1) 42 25 37 90.