

Maison de la Literie passe à l'acte

Le 21 janvier dernier, Maison de la Literie tenait son assemblée générale annuelle. L'occasion pour Pierre Elmalek d'annoncer officiellement l'arrivée de l'enseigne sur les écrans publicitaires de la télévision.



La nouvelle avait été annoncée, elle a été confirmée, preuve à l'appui, le 21 janvier dernier. Ce jour-là, en effet, Pierre Elmalek et les dirigeants de Maison de la Literie avaient convié leurs adhérents pour une assemblée générale riche en événements, rondement menée sous la houlette bonhomme de notre confrère Paul Vermus.

En accueillant ses troupes, le président de la centrale a résumé l'année 2006 de l'enseigne en trois points : le développement aux Etats-Unis avec l'ouverture de deux points de vente à Miami, le lancement de Maison de la Literie en Espagne et le rapprochement avec Literieland.

Un mot bref, car Pierre Elmalek a quitté quelques instants la salle pour aller accueillir Renaud Dutreil, ministre du Commerce.

Ce dernier a ravi son auditoire en déclarant de but en blanc "le commerce, c'est la vie".

Il a rappelé qu'il avait réussi à faire en sorte que les soldes de janvier démarrent le même jour dans tout le pays et a indiqué que "les soldes resteront sur deux périodes dans l'année".

Le ministre a été interpellé sur la question de l'ouverture dominicale des magasins qui revient sur le devant de l'actualité :

"Lorsqu'on interroge les Français sur le sujet, à 50 % ils sont demandeurs d'une ouverture et, si les gens travaillent le dimanche, c'est trois fois gagnant pour l'entreprise, le salarié et le consommateur. Les commerçants qui ont beaucoup de salariés peuvent organiser la rotation.

Il existe en revanche un vrai problème pour les petits commerçants qui ne peuvent évidemment pas ouvrir 7 jours sur 7 et, il est normal que l'Etat défende les faibles par rapport aux forts".

Renaud Dutreil a également rappelé qu'en France, "le moteur de l'économie est actuellement la consommation. Ce sont les ménages qui tirent notre croissance.

En France, nous avons nationalisé la dette, dans d'autres pays, elle pèse sur les ménages".

Ami de jeunesse de Pierre Elmalek, Alain Afflelou était également présent pour cette réunion de travail.

Il a expliqué que les investis-

sements publicitaires représentaient 7 % du chiffre d'affaires prélevé chez les adhérents. Et d'ajouter, non sans humour devant le parterre de franchisés : "La publicité n'est pas toujours bien vécue par le réseau car considérée comme un impôt !".

Il n'empêche, cette forte communication publicitaire a assuré une forte notoriété à la chaîne d'optique, et son créateur a annoncé le lancement prochain d'une nouvelle campagne avec un programme baptisé Pluriel. "Le prix sera clairement affiché et visible avant même que les clients entrent dans le magasin : 69 euros pour une paire de lunettes, optique comprise, et 129 euros pour les plus de 18 ans".

Maitre Gast, avocat qui fait autorité en matière de droit de la franchise, a expliqué qu'à l'apogée de ce type de commerce - dans les années 80- elle avait permis un développement rapide, "contrairement au système juridico-administratif de la coopérative qui bloquait le développement. La franchise permet une tête de réseau et une prise de décision".

Selon l'avocat, cette période est révolue : "A l'époque la franchise pouvait être considérée comme révolutionnaire. Mais aujourd'hui le e-commerce est arrivé.

Le futur de la franchise est la mondialisation. Le franchiseur doit apporter plus que le savoir-faire, il doit fournir le savoir réussir".

Internationalisation

La mondialisation passe évidemment par ce qu'il est convenu d'appeler la taille critique. Bien évidemment, Maison de la Literie ne peut, pour l'instant, que tendre vers ce lointain objectif.

Il n'empêche, nous apprenions fin 2006 qu'un accord avait été trouvé avec Michel Arsac qui préside aux destinées de Literieland, chaque marque gardant son territoire, des collections de gamme pouvant être communes mais avec des produits et des technologies différents.

"Nous allons améliorer notre concept avec des produits situés sur le moyen et haut de gamme", explique Michel Arsac en fixant comme objectif à son enseigne 200 points de vente dans les cinq ans, "pour que



Renaud Dutreil.



Paul Vermus interviewe Martine Racinet.



Eric Bousquet.



Roger Souvereyns répond aux questions de Paul Vermus.

l'ensemble avec Maison de la Literie compte 500 magasins. Face à une industrie de la literie qui s'organise, il faut nous unir".

Martine Racinet, qui travaille de longue date avec Pierre Elmalek, a précisé que "le développement de Literieland en France se fera prioritairement avec nos franchisés".

Le développement passe également par l'étranger. Ainsi, Marie-Laure Delassus, responsable du développement en Espagne, a expliqué que, dans ce pays, trois magasins étaient actuellement ouverts, deux nouveaux devant l'être au printemps.

"Notre ambition est d'ouvrir en succursale une dizaine de points de vente avant de nous développer par le biais de la franchise. Il y a en Espagne de la

place pour une centaine de magasins, d'autant que nous arrivons au bon moment dans ce pays".

Eric Sadoun, qui avait déjà travaillé pour Maison de la Literie en France, est tellement passionné par les Etats-Unis qu'il a décidé de s'y exiler il y a quelques années déjà. Fort de ses deux expériences, il était donc logique que ce soit lui qui ouvre les deux premiers Maison de la Literie sur les terres de l'Oncle Sam. Avec deux magasins ouverts à Miami, il sert de tête de pont à la franchise en Amérique.

International encore pour le fournisseur historique de Maison de la Literie. Il est certes étranger, mais voisin puisqu'il s'agit du Belge Velda qui travaille depuis maintenant 26 ans

avec l'enseigne de Pierre Elmalek.

Au cours de cette assemblée générale, Roger Souvereyns a retracé cette longue collaboration : "Tout doucement, cette collaboration s'est transformée en vrai partenariat puisque aujourd'hui notre usine d'Autun vous est entièrement dédiée.

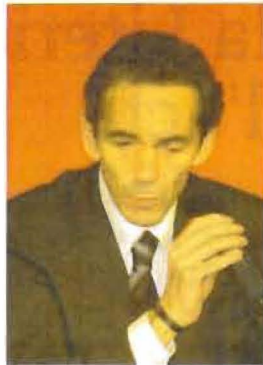
Veldeman représente 50 % de vos achats. Nous avons réalisé pour notre dernier exercice clos un chiffre d'affaires de 55 millions d'euros. 28 % de ce chiffre est réalisé grâce à Maison de la Literie".

Au cours de cette assemblée générale, nous avons appris que la franchise avait signé un accord avec Cauval Industries pour les marques Simmons et Dunlopillo.

De plus, nous avons pu



De gauche à droite : Paul Vermus, Alain Afflelou, Renaud Dutreil et Pierre Elmalek.



Michel Arzac, président de Literieland.

découvrir au Salon du Meuble de Paris la gamme exclusive qu'André Renault avait développée pour Maison de la Literie.

Une page de publicité

Au menu de cette assemblée générale, nul doute que le plat de résistance a été consacré à la publicité.

Voilà un an déjà que Pierre Elmalek expliquait à ses troupes et proclamait à qui voulait l'entendre que son enseigne serait la première du secteur de l'aménagement à être annoncée sur les grandes chaînes télévisées hertziennes.

Or, depuis le 1er janvier dernier, et grâce à une réglementation européenne, les distributeurs ont désormais accès aux écrans des grandes chaînes françaises.

Le pdg de l'agence Business, Eric Bousquet, qui gère le budget de l'enseigne, est venu présenter le premier spot de Maison de la Literie sur nos étranges lucarnes.

Pour faire durer le suspens – et se faire un peu de publicité – il a présenté son agence.

"Quatrième agence indépendante française, elle est le premier annonceur télé puisque 45 000 de ses messages sont diffusés annuellement à la télévision.

Nous réalisons 40 millions de marge brute".

Le message va expliquer aux téléspectateurs que, quelle que soit la dimension de la literie, chez Maison de la Literie, le prix est le même.

Ainsi, que le lit abrite les trois mousquetaires, les sept nains ou les quarante voleurs, l'étiquette sera toujours la même.

Une démonstration faite -images à l'appui- dans un spot de 12 secondes très rythmé et bien enlevé.

Les chaînes retenues : TF1, France 2, France 3 et Canal Plus.

Les premiers messages vont être diffusés en mars, deux autres vagues étant prévues en juin et en octobre.

Au total, 150 diffusions sont programmées. "En clair, a expliqué Eric Bousquet, 95 % des téléspectateurs de plus de 25 ans auront vu chacun le spot 12 fois en moyenne".

Il ne restait plus qu'à aller célébrer l'événement autour d'un apéritif et d'un diner. En la matière, Pierre Elmalek sait toujours bien recevoir ses franchisés et ses fournisseurs.

En ce soir du 21 janvier, dans l'enceinte de ce qui fut la Bourse de Paris, il en a une nouvelle fois fait la démonstration.

C.B.



Le dîner de gala.



Marie-Laure Delassus est responsable du développement de Maison de la Literie en Espagne.

Notre nouvelle adresse internet : librairie.delameublement.fr

Des rubriques adaptées à vos recherches.

Un simple clic sur le livre choisi...

Chaque livre bénéficie de la remise de 5% autorisée par la loi Lang.

A suivre...

Librairie de l'aménagement et de la décoration

Accueil | Catalogue | Histoire & technique du siège

Mon compte | Voir panier | Connexion

Antiquités, argus, brocante (14)
Beaux livres (12)
Bronze, fer forgé, métal (38)
Connaissances des matériaux (20)
Construction de maisons (21)
Histoire & technique du siège (25)
Garnissage du siège (10)
Histoire du siège (13)
La décoration de la maison (166)
Loisirs créatifs (44)
Mobiliers français (108)
Objets de décoration (33)
Ornements (31)
Peinture au décor (53)
Peinture sur bois (100)
Porcelains (56)
Revettement de sols et murs (18)
Romans (3)
Style étrangers (49)
Textiles dans la maison (61)
Travail du bois (238)
XXe siècle & design (68)

Langues du livre

Choisissez

Catégories

Garnissage du siège

Histoire du siège

Nouveaux produits pour février

Le tapisier amateur

Le tapisier amateur : réflexion et sièges 10.45EUR

La tapisserie, initiation au garnissage 33.25EUR

Tapisserie d'aménagement 95.00EUR

Restaurez et tapissez vos sièges

23.90EUR
22.71EUR

E. Auzépy - 2001
96 pages - 21 cm x 28 cm - Illustrations en noir et couleurs

Cliquer pour agrandir

Ajouter