

La Maison de Judith



La Maison de Judith

UN CONCEPT

Le contexte :

Monsieur Didier JIMENEZ, dirigeant fondateur du groupe France Promotion souhaite développer son enseigne, « La Maison de Judith », par l'implantation de nouveaux magasins spécialisés dans la vente de produits de décoration et d'ameublement.

L'historique :

1996 : Didier JIMENEZ créé, avec son épouse, une société d'Import Export avec l'Asie, l'Inde et les Pays de l'Est. Cette société se spécialise rapidement sur l'importation de produits en fer forgé grâce à un partenariat au Vietnam où un site de production est mis en place.

1997 : Élaboration d'un site de production en Thaïlande et Indonésie.

1998 : Mise en place d'une unité en Inde.

1999 : Ouverture du magasin de Castres en Zone commerciale de Mérou sur 650 m².

2001 : Ouverture du magasin d'Albi (Zone de la Baute) sur 600 m².

2002 : Ouverture d'une surface de 700 m² à Toulouse (Zone de Portet/Garonne).

2003 : Ouverture d'une surface de 700 m² à Perpignan (Zone du Mas Guérido).

2005 : Ouverture d'une surface de 700 m² à Marseille (Zone de Plan de Campagne), Nîmes et Agen.

Et partenariat d'enseigne à Brives et Limoges

2006 : Ouverture d'une surface de 700m² à Toulon.
Partenariat d'enseigne à Herblay, Caen, Valence, Arcachon et Aurillac

Nos ambiances



L'activité :

- La Maison de Judith se positionne sur le marché du meuble et de la décoration.
- La création de produits est faite en France par Mr et Mme JIMENEZ d'après les tendances observées dans les revues de déco et les salons (salon de la Décoration à Paris). Les modèles sont ensuite pris en charge par les correspondants dans les pays fabricants pour assurer une fabrication conforme et avec de faibles coûts de production.

les articles sont répartis de la façon suivante :

Meubles : 23 %,

Fer forgé : 15 %,

Objets déco : 13 %

Canapés : 9 %,

Linge de maison : 5%

Cadres et Tableaux : 6 %

Verrerie : 3 %.

Tapis : 8 %

Fleurs, senteurs, bougies, lampes, paillassons, couverts et céramiques : 18 %

•

L'organisation :

Le magasin type représente entre 500m² et 800 m² de vente, et situé en zone commerciale de périphérie d'agglomération supérieure à 50 000 habitants.

La commercialisation :

La communication comprend :

- Des affichages permanents 4x3 m,
- Des affichages en abri bus,
- Des mailings non adressés,
- Des loteries en boutique qui permettent d'alimenter un fichier clients très riche.
- D'où possibilité d'envoyer des mailings adressés très rentables.
- Magazine nationaux et régionaux

Le plan de développement :

- Mise en place du contrat de licence et de Master Franchise
- 1 ouverture en propre sur 2006 : Toulon.
- Mise en place de partenariat d'enseigne sous forme de souscription annuelle sur Herblay, Caen, Valence, Arcachon et Aurillac
- Ouverture de capital afin de fidéliser et d'accélérer les implantations.

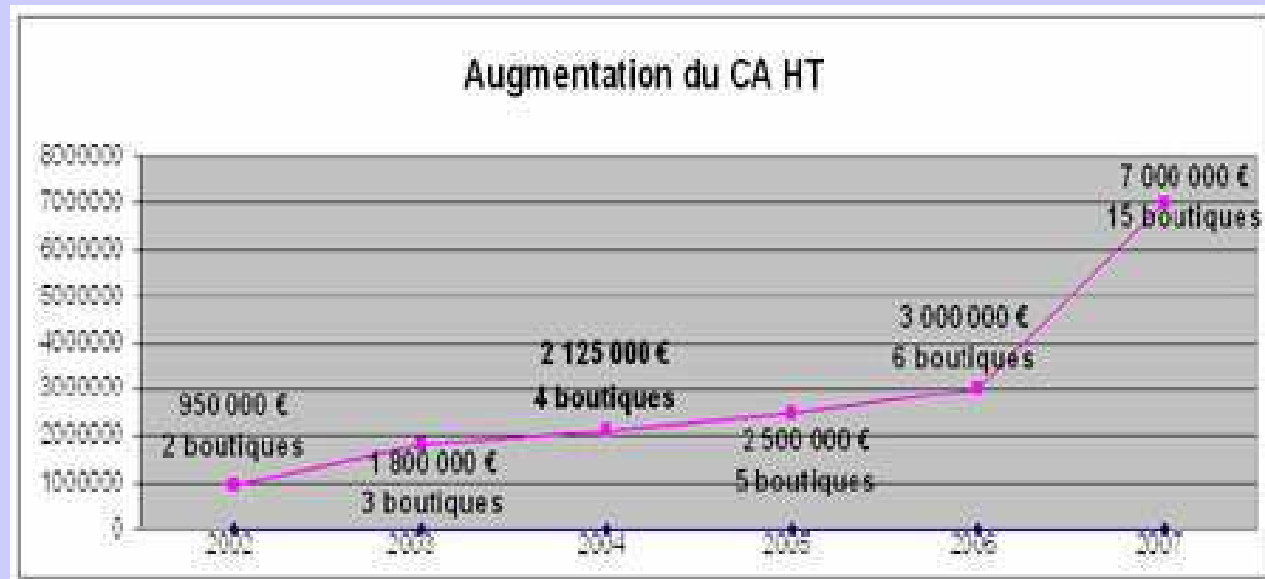
UNE LIBERTÉ TOTALE

C'est parce que le secteur connaît trop de petites implantations (une multitude), qu'il est temps, maintenant, de se différencier et de développer un concept qui recrée les ambiances de boutiques de centre ville, dans les zones commerciales où règnent les enseignes nationales.

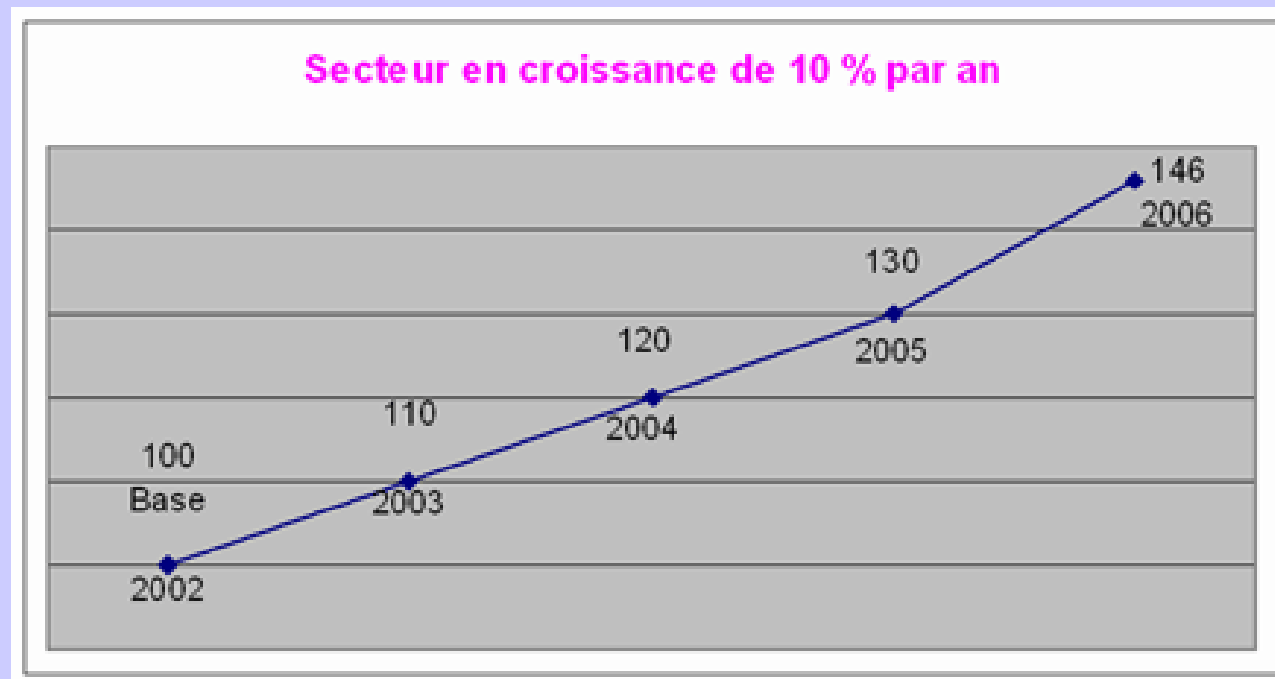
Toutefois le concept veut préserver la liberté d'action des partenaires en ne leur imposant aucune norme, aucune rigueur et surtout pas la rigidité des modèles franchisés.

Notre activité

La Maison de Judith exerce son activité depuis 1996 dans le domaine de la création, la fabrication, l'édition, la commercialisation de mobilier et d'articles de décoration.



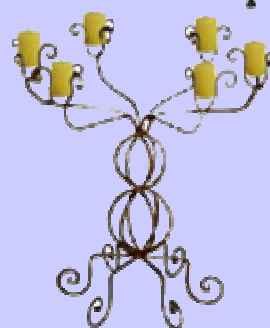
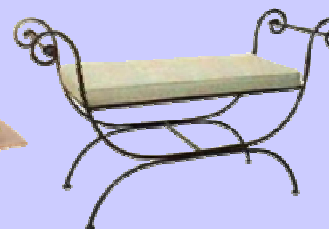
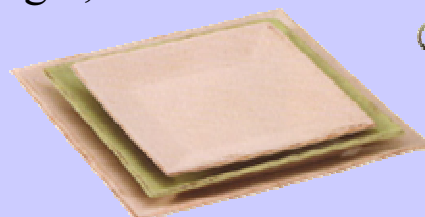
Les Français désertent les magasins de meubles traditionnels au profit des meubles et articles de décoration.





Nos produits

Une boutique type est composé des gammes suivantes : Meuble, fer forge, canapé, cadres et tableaux, objet déco, linge de maison, verrerie, tapis et coordonnés, céramique couleur, fleur, bougie, senteur ...



Partenariat Serge Lesage

Vous pourrez constater que Serge Lesage est une marque très présente dans les magazines !





NOS BOUTIQUES

CASTRES



TOULOUSE



ALBI



PERPIGNAN



MARSEILLE



LIMOGES



BRIVE



NIMES

Côté Maison

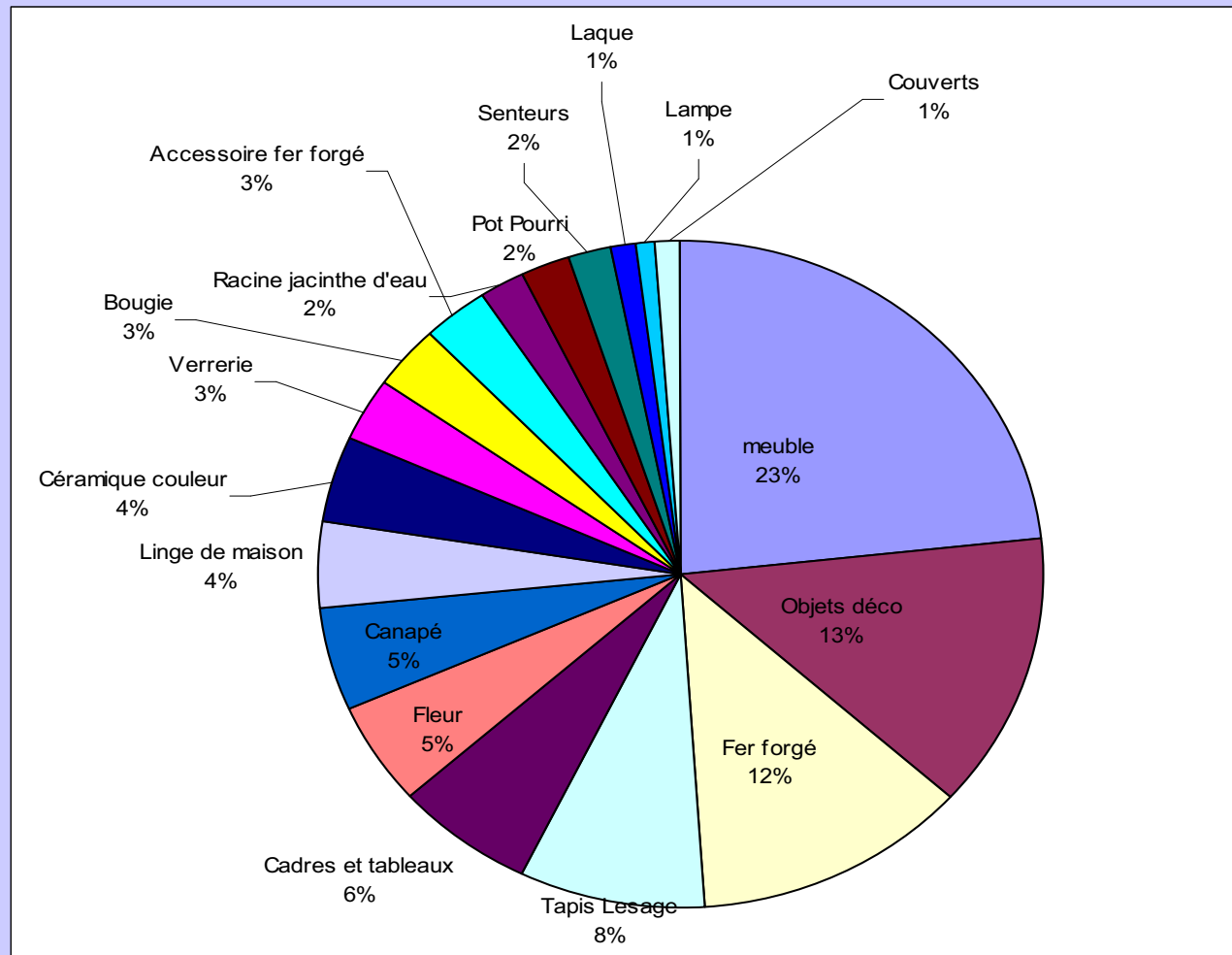
7000 HISTOIRE(S)

La Maison de Judith

Pour trouver un meuble, aller chez Judith, c'est se faire accompagner et bénéficier de son expérience et de son savoir-faire. C'est aussi bénéficier de son accueil et de son conseil avisé. Judith est une femme passionnée et compétente. Elle saura vous conseiller et vous aider à trouver le meuble qui vous convient le mieux. Elle saura aussi vous proposer des solutions de financement adaptées à votre situation. Judith est une femme souriante et accueillante. Elle saura vous faire découvrir les nouveautés de la maison de Judith et vous faire découvrir les services que vous pouvez bénéficier de chez elle. Judith est une femme qui aime son métier et qui aime partager son savoir-faire et son expérience avec ses clients. Judith est une femme qui aime son travail et qui aime travailler dans un environnement agréable et dynamique. Judith est une femme qui aime son entreprise et qui aime contribuer à son développement et à son succès.

LA MAISON DE JUDITH
C. C. Girard Sud - Face Grand Casino Capi Cordieres
Mas des Vignoles - 30000 Nîmes

Les stocks de 200 à 300 euros par m²



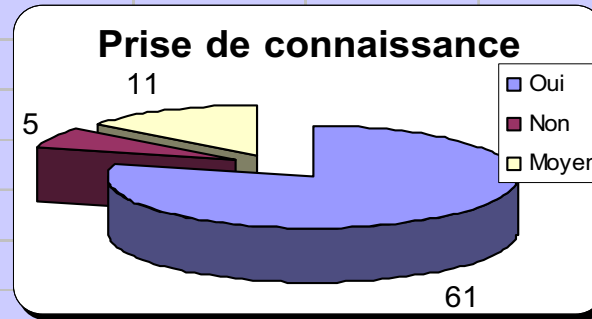


- un concept
- une liberté totale
- une marge importante
- un approvisionnement direct
- un investissement

Étude de notoriété

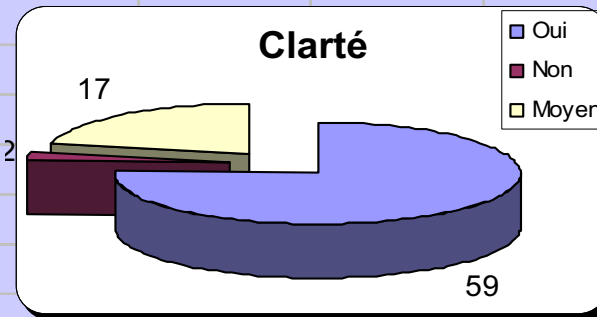
Innovante ?

| | Nbre | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Oui | 61 | 79% |
| Non | 5 | 6% |
| Moyen | 11 | 14% |
| Total | 77 | 100% |



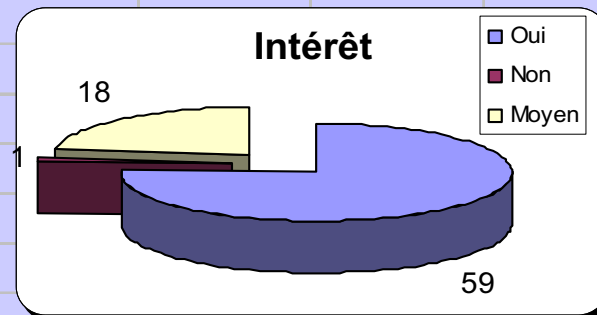
Transparente ?

| | Nbre | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Oui | 59 | 76% |
| Non | 2 | 3% |
| Moyen | 17 | 22% |
| Total | 78 | 100% |



Intéressante ?

| | Nbre | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Oui | 59 | 76% |
| Non | 1 | 1% |
| Moyen | 18 | 23% |
| Total | 78 | 100% |



La Maison de Judith se sent mieux en périphérie

L'enseigne lancée depuis Toulouse creuse son sillon.

LA MAISON DE JUDITH a des ambitions sur le marché de la décoration. Cette jeune enseigne du Sud-Ouest, créée il y a cinq ans par un jeune couple d'entrepreneurs toulousains, Judith Escande et Didier Bonnetat, a pu son essor, en 2002, avec le déménagement et du petit magasin toulousain de centre-ville vers la périphérie, sur la zone d'activités de Portet-sur-Garonne, avec une surface de 500 m².

Après l'ouverture, la même année, de deux magasins dans le Tarn, à Carmaux et à Albi, le concept est néé en 2003 de la région Midi-Pyrénées. Un point de vente a ouvert en juin dernier en périphérie de Perpignan, dans la zone d'activités de Castejon. Positionné autour d'un garage, La Maison de Judith propose une vaste collection d'objets de décoration (cadres, bibelots, miroirs ou lampes), ainsi qu'une offre assez large de mobilier en bois exotique ou rustique, importé d'Asie

ou d'Europe occidentale. Spécialité de l'enseigne, les cadres et les tables en fer forgé sont importés du Vietnam. Le réseau d'exportation est diversifié mais stable : de la verrerie vietnamite de Pôkang, des meubles en bois exotique d'Indonésie et de Chine, une collection de meubles rustiques en bois blanc de Roumanie. L'offre de fauteuils et canapés, destinés au magasin, comprend également une collection plus importante sur catalogue.

Le textile de maison, qui représente 15% du chiffre d'affaires, est intégré dans les différentes ambiances (chambre à coucher, salle à manger, salon, etc.) et chaque magasin, en harmonie avec les meubles et les objets. L'offre repose sur des collections, des bricols, du linage de table ou des placés. L'enseigne vient de passer son cap le plus important, sans perdre de cohésion. Le concept

de plus en plus de clients dans nos boutiques», me demandait des conseils. Les gens, souvent, ont envie de changer leur décor, mais n'ont pas vraiment d'idées. Il leur faut un coach, mais qu'ils soient impliqués les mêmes en la réalisation de ce projet ou autrement.

global de décoration de Vincent Théron, jeune marque contemporaine à prix moyens, réalisés prêts à poser, linage de table ou tissu au mètre. Un autre secteur propose la collection de linage de table Serge Lesage.

Coach'in offre des conseils de déco à petits prix

Le concept est développé par une détaillante.

Un nouveau service baptisé Coach'in, vient d'être lancé par une détaillante pragmatique, Pascale Saint-Jean, qui exploite par ailleurs, depuis deux ans, une boutique de décoration à Paris, square Trévise, dans le 12^e arrondissement.

«De plus en plus de clients dans nos boutiques», me demandait des conseils. Les gens, souvent, ont envie de changer leur décor, mais n'ont pas vraiment d'idées. Il leur faut un coach, mais qu'ils soient impliqués les mêmes en la réalisation de ce projet ou autrement.

Ce nouveau service se paie 150 €, pour un déplacement qui ne peut pas excéder la demi-journée. «Je suis sûr de leur appor-

«C'est avant tout l'objet de décoration qui fait vendre le textile, estime Judith Escande. C'est pour cette raison que, à l'ouverture d'une autre enseigne, nous nous sommes intéressés aux meubles et les produits de table, avec le mobilier et les objets de décoration. Nous travaillons, pour l'instant, avec un petit groupe de fournisseurs textiles fiables, comme Athéna. Surtout limiter au strict.» Une carte de fidélité a été mise en place pour les clients à l'automne 2003. Le chiffre d'affaires de l'enseigne La Maison de Judith, au capital entièrement familial, a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires de 2,2 millions d'€. ■

LAURENTE LAPORTE



LE DÉMÉNAGEMENT INOCCUPÉ PAR «LA MAISON DE JUDITH» VERS LE CENTRE COMMERCIEL DE PORTET-SUR-GARONNE LA TENAIT EN TENUE 15% DE VENTE EN DÉCO



«Maison de Judith» comme à Toulouse, déjà responsable de la zone La Maison Home Collection. C'est un développement naturel de l'activité, estime Vincent Mison, directeur général de Mison. Et cela devrait favoriser le développement de notre activité maison.

Après deux dernières années, Mison Home Collection a déjà participé à la réalisation de quelques grands projets. «Mais nous n'avons pas une véritable commercialisation en plus d'approcher quelques nouveaux, notamment Alberto Jelmini, le patron de Z'Vivo, licencié pour la production et la distribution du linage de maison Mison dans le monde. «Il y aura un véritable échange de compétences avec Rosette, ce qui devrait nous permettre, dans le futur, de développer de nouveaux produits et d'être avec Rosette, explique-t-il.

Lancé au début des années 90, Mison Home Collection est aujourd'hui une ligne globale, offrant du linage de maison, des tables pour la décoration, quelques meubles, diversifiés et de la verrerie, comme en France, à Richard Yliot. «Ce sont en général des pièces uniques. Mison a son style et une façon de penser qui ne veulent pas être déclinés en copies de meubles, souligne Alberto Jelmini. Pour développer la notoriété de la marque, Mison s'est engagé avec nous dans une action de marketing, comme celle réalisée à l'occasion du dernier salon du Meuble de Milan avec Kartell. Une chose est sûre, nous sommes convaincus de nos produits, nous avons fait un choix de produits et nous sommes prêts à les défendre. C'est une autre façon d'acquiescer nos clients, estime le patron de Z'Vivo.

Installé dans le nord de la Péninsule, l'entreprise, également licenciée pour la production et la distribution du linage de maison Alberto Jelmini, a réalisé, l'année dernière, un chiffre d'affaires de 16 millions d'€, dont 70% dérivés de l'activité Mison. La marque est bien présente au Japon, où elle compte 36 magasins, souvent par son licencié Totoko Living. Des négociations sont en cours pour l'ouverture de deux boutiques dans des grands magasins japonais et Malaisiens. «C'est une autre opportunité de notre développement», assure Alberto Jelmini. Car ces points de vente se distribuent par les produits de l'enseigne, souvent réalisés pour répondre aux exigences spécifiques des consommateurs locaux, par exemple des draps en coton. «Nous n'y sommes pas, la collection Mison que nous fabriquons nous mêmes, celle que l'on peut trouver à Paris ou à Milan», explique-t-il.

La marque veut également élargir sa présence en France, où elle est distribuée depuis deux ans par L'Éclairé (après une première tentative avec Winkler Créations

2003). «Ce partenariat a été précieux. Il nous a permis de réorganiser notre façon de vendre et de sélectionner nos produits, tout en étant très sélectifs. C'est à des années de nos débuts», estime Alberto Jelmini. La marque est venue après d'une centaine de clients multi-marques, sans oublier des enseignes dédiées dans la boutique Mison à Paris, rue du Faubourg-Saint-Hippolyte, et la boutique L'Éclairé, place Flandreberg. Une nouvelle étape est franchie en mois de janvier, avec l'ouverture d'un atelier au Bon Marché. «Nous ne voulons pas augmenter le nombre de clients, mais plutôt accueillir le

développement des clients. Notre produit a un style particulier et peut être difficile à vendre. Il est donc indispensable de proposer une image globale.»

Dernier grand client, les États-Unis, où Mison Home Collection était déjà venue depuis plusieurs années par la filiale américaine du spécialiste italien de linage de maison Bellora. En décembre dernier, Z'Vivo a ouvert sa propre filiale à New York, pour gérer directement la distribution de la ligne Mison. «Nous ne produisons pas nous-mêmes, mais nous avons de grands magasins, avec la création de shops-in-shops.» ■ PAULETTE MATTEA, MILAN

La Maison de Judith ouvre 600 m² près de Marseille

LA MAISON DE JUDITH vient d'ouvrir son nouveau magasin prévu, sur 600 m², près de Marseille, dans le centre commercial Nîmes-de-Campana. Cette enseigne de décoration, positionnée milieu de gamme, créée en 1996 par un jeune couple d'entrepreneurs toulousains, Judith Escande et Didier Bonnetat, dispose déjà de 5 magasins à Carmaux, à Albi et à Toulouse, et de 2 franchises, une dans le département de la Haute-Garonne et une dans le département de la Haute-Garonne. Des projets de partenariat sont aussi en cours à Nîmes et à Agen. «Nous tablons maintenant sur une à deux ouvertures par an, en projet ou en franchise», indique Didier Bonnetat. L'objectif, en France, serait d'implanter un magasin dans chaque département.

Décoré dans un esprit naturel, avec du bois de mer au sol et des planches de bois aux murs, façon chalet, le nouveau magasin marseillais, ouvert dans les autres villes, propose du mobilier de différents styles, en bois exotique ou rustique (com-

mode, table basse...) ou en fer forgé (chaise, table, chaise, lit, banc, paravent). On y trouve aussi des canapés, de la verrerie de Pôkang et une multitude d'objets de décoration (cadres, lampes, miroirs, pots en céramique, porte-photos, vidéo-poche ou chandeliers).

Le textile de maison, qui représente de 10% à 15% de l'offre, repose essentiellement sur la marque belge Simis avec notamment des tables, nappes, tabliers, rideaux, coussins et pléds. On trouve également des beaux tapis Karzer (Belgique) et des tapis Serge Lesage. «Nous organisons l'espace en pièces à vivre, salon, chambre, cuisine et salle à manger, dans lesquelles nous intégrons le textile, pour donner de la chaleur et de l'ambiance», explique Judith Escande. Quand nous visitons les Salons professionnels, nous essayons de réaliser une nouvelle marque. En janvier, nous représenterons de côté du textile de lin, en réflexion, par exemple.» ■ CORINE TONARELLI

Journal du Textile 3 juin 2005

La Maison de Judith
vous remercie
de votre temps.

A très bientôt !

Contact



**La Maison
de Judith**

Didier Jimenez

Président

9, Rue de l'Avenir
81200, Aussillon

e-mail: lamaisondejuth@wanadoo.fr

Port: 06.20.65.39.11

Bur: 05.63.98.51.93

Fax: 05.63.98.52.35