

DOSSIER DE PRESSE

LES MAGASINS DU FER ET DE LA FERRONNERIE



JUIN 2009

CONTACT RP

Contact : SFages RP – Sophie Fages – Chloé Petitjean chloe@sfages.com – 06 18 31 24 05

SOMMAIRE

MAISON DU FER : LE CONCEPT

- Un concept nouveau, une offre inédite
- Une puissance d'achat
- Depuis 1974
- Chiffres clés : historique et CA

QUI SE CACHE DERRIERE L'ENSEIGNE MAISON DU FER ?

- Organigramme juridique
- Jacky Bertacchini, Directeur financier et juridique
- Jérôme Bertacchini, Directeur du développement en Franchise
- Témoignages de partenaires

LA MARQUE DEVIENT UNE FRANCHISE

- Un positionnement porteur
- Un accompagnement à la création
- Aide à l'ouverture
- Formation professionnelle ou transmission d'un savoir faire
- En contact permanent avec le siège de l'enseigne

OU RENCONTRER LES CREATEURS DU CONCEPT MAISON DU FER ?



Un concept nouveau, une offre inédite

Maison du Fer est une maison de négoce composée de 3 magasins organisés autour du libre service sur des surfaces de vente de 1000 m².

L'exclusivité de Maison du Fer, c'est la vente dans un même magasin de l'élément fer et de tous ses dérivés. De la métallurgie à la quincaillerie, Maison du Fer rassemble des matériaux bruts comme de la tôle noire, du fer plat ou des tubes serruriers, des produits semi-finis comme des cornières, des rosaces ou des palmettes et des produits finis comme des portails, du mobilier intérieur et extérieur en fer forgé, des gardes corps ou des pergolas...

La commercialisation des produits de l'enseigne part donc d'une matière première et propose tous les produits qui peuvent en découler sur un même site. Maison du Fer a développé une offre conceptualisée et propose une large gamme de produits tout en marquant une identité. Avec ce large choix du produit brut au produit fini, le réseau de distribution touche à la fois les professionnels de la ferronnerie, les amateurs de bricolage et les particuliers. Les particuliers représentant 80% de la clientèle, Maison du Fer laisse la possibilité de faire soi-même ou de faire faire et répond ainsi à l'hétérogénéité des comportements des consommateurs.

Une puissance d'achat

Maison du Fer bénéficie d'une puissance d'achat grâce à trois canaux organisés : une centrale d'achats, des fournisseurs référencés avec des tarifs d'achats négociés pour les produits bruts, semi finis et une unité de fabrication appartenant à Maison du Fer pour les produits sur mesure.

Depuis 1974 :

Fort de 36 ans d'expérience, l'offre de Maison du Fer a prouvé qu'elle savait s'adapter en permanence à la demande des consommateurs et à l'évolution du marché. Elle a pu installer une marque et se spécialiser dans un métier, une expertise. Les bilans financiers positifs valident également son modèle économique.



CHIFFRES CLES DU GROUPE

2000 T / an de fer !

Historique

1974 : création de la société « La Brocante Industrielle »

1996 : création de l'unité de fabrication sur mesure et référencement commercial parmi les grands comptes de la distribution de matériaux

2004 : ouverture du 2^{ème} magasin à Nîmes (30)

2008 : ouverture du 3^{ème} magasin à Apt (84)

Finances :

CA 2008 : 2,3M€

Puissance d'achat :

Achat 2000 tonnes de fer / an

QUI SE CACHE DERRIÈRE L'ENSEIGNE MAISON DU FER ?

Organigramme

Créateur du concept : Jacky Bertacchini
Directeur des achats : Jérôme Bertacchini
Conseiller développement en franchise : Gilles Capella / KP Conseil
Société de franchise : Maison du fer
Unité de fabrication : SARL JECA
Magasin de Vedène et Apt : SARL La Brocante Industrielle
Magasin de Nîmes : SARL Cap métal

Jacky Bertacchini, créateur du concept, directeur financier et juridique

« Nous avons lancé il y a 20 ans maintenant le pari fou de créer un nouveau concept de distribution autour d'une matière : le fer. Après avoir travaillé les techniques d'achat et de vente, de structuration du réseau de magasins, de fabrication, nous sommes prêts ! Prêts à partager et à transmettre notre expérience et notre savoir faire pour conduire ce concept en numéro1 des ventes de tout produit lié au fer dans toute la France et même à l'international.

Ce qui m'a séduit dans le développement de notre enseigne en franchise, c'est la notion de gagnant-gagnant. Le but est de permettre à nos franchisés d'atteindre des performances de volume d'affaires plus élevés et plus rapidement que s'ils étaient des commerçants isolés. De notre côté, l'enseigne atteindra des résultats croissants plus rapidement. De plus, je crois en la mutualisation des compétences comme facteur de réussite. Les moyens développés en équipe sont toujours plus efficaces que chacun dans son coin et j'aime à penser que développer un concept innovant à long terme ne peut se faire que dans le partage de valeurs humaines communes. »



Jérôme Bertacchini, dirige la centrale d'achat à l'international et développe l'enseigne Maison du Fer

« Lancer une entreprise et la faire tourner n'est pas une mince affaire et on se retrouve bien souvent seul face aux difficultés. En ouvrant une franchise, on est toujours accompagné. Chercher des locaux, déposer les statuts, monter le dossier de demande de financements, le business plan, recruter son personnel ... sont autant d'actions sur lesquelles on peut vite perdre la motivation et l'envie d'entreprendre. J'entends pour ma part, apporter une aide quotidienne sur le métier et son marché mais je souhaite également monter un réseau de commerçants qualifiés qui apportent eux aussi leur savoir faire et leurs expériences passées. L'enseigne représentera alors la mutualisation de toutes nos forces. »

Témoignages de partenaires :

Hervé Ballanche, Groupe Outimag

« Responsable d'une centrale d'achat mon rôle est de faire des commandes massives, qui regroupent les besoins de tous les adhérents d'Outimag, pour négocier des tarifs d'achat très compétitifs auprès des fournisseurs. En ouvrant un compte chez nous, nos clients bénéficient d'un listing national de matériel très divers, facile d'accès, livré directement dans leurs magasins. De plus ils sont libres car il n'y a pas d'exclusivité, de minimum d'achat, ni d'engagement ».

Monsieur Durand, Directeur du département Acier du Groupe Anjac

« Grossiste industriel nous fournissons Maison du Fer (anciennement La Brocante Industrielle) depuis plus de 20 ans en quincaillerie, acier et outillage. Bénéficiant d'un parc d'affaires de 7000 m², nous pouvons stocker de gros volumes d'achat. Nous bénéficions donc des meilleurs prix auprès des fournisseurs. Maison du Fer est un client régulier dans ses achats avec son CA qui dépasse les 50 000€ annuel. Il bénéficie donc de tarifs très attractifs. »

LA MARQUE DEVIENT UNE FRANCHISE

AVANTAGES ET FORCES DES MAGASINS MAISON DU FER

▪ Un positionnement porteur

La croissance du marché français du bricolage a été accentuée ces dernières années par les tendances profondes de la société. La consommation dirigée vers le bien-être chez soi, l'import de certains produits qui a permis une baisse des prix significative, la rénovation du parc immobilier, sont autant de facteurs clés qui appuient le marché porteur du secteur d'activité de Maison du Fer.

▪ Une marque porteuse

Fort de 36 ans d'expériences, Maison du Fer n'a cessé d'évoluer et d'adapter son concept de vente autour du fer. Aujourd'hui, en adéquation avec les besoins du marché et la demande de ses clients, le concept proposé par l'enseigne est parfaitement maîtrisé et a trouvé une reconnaissance publique. A la fois porteur de sens, autour du produit vendu et du métier auquel il fait référence, le nom Maison du Fer constitue une force communicationnelle et médiatique du réseau d'expérience et d'expertise des magasins existants. Le réseau bénéficie également d'outils de communication communs : site internet, charte graphique, publicité, modélisation de l'agencement des magasins ...

▪ La puissance d'achat

La puissance d'achat dont bénéficie l'enseigne grâce à ses trois canaux organisés (la centrale d'achats, les fournisseurs, l'unité de fabrication sur mesure) permet de répondre à la quasi-totalité des demandes de clients.

▪ Le modèle économique validé

Les bilans financiers positifs viennent apporter du crédit aux dossiers de financement des nouveaux magasins.

▪ Un accompagnement à la création

Maison du Fer conseille et guide pour la recherche de locaux, le dépôt des statuts, la création du dossier financier ainsi que sa présentation aux banques.

▪ Une aide à l'ouverture

Une fois le lieu d'implantation défini, Maison du Fer accompagne également les franchisés à la modélisation intérieure et au facing extérieur de la structure.

▪ Une formation professionnelle - transmission d'un savoir faire

L'enseigne propose à l'ensemble de ses collaborateurs, une formation théorique complète (le métier, le concept, la gestion du magasin, l'achat et la vente) et une formation pratique avec la mise en application sur le site 'école' de Vedène.

▪ Un contact permanent avec le siège

Le siège reste en contact permanent avec les franchisés, il apporte ainsi son soutien dans toutes les procédures, répond aux difficultés du terrain par une assistance téléphonique et une assistance juridique.

Les chiffres de la franchise :

- Droit d'entrée : 15K€
- Royalties : de 3% du CA HT
- Apport personnel : 60K€
- Participation pub nationale : 1,5% du CA HT
- Investissement total : 250 K€
- Nombres de magasins en 2009 : 3
- Type de contrat : franchise
- Objectif : 25 magasins en 3 ans
- CA prévisionnel en N : 450K
- Résultat net N : 15K€

Le profil type du candidat franchisé :

- Esprit entrepreneur
- Profil commercial
- Expérience auprès des particuliers
- Expérience de management
- Intérêt minimum pour l'aménagement de la maison



OU RENCONTRER LES CREATEURS DU CONCEPT MAISON DU FER ?

- Salon de la franchise méditerranée => 16 & 17 novembre 2009 / Marseille (13 – PACA)

- Salon de la franchise => mars 2010 / Paris

<http://www.maisondufer.fr>



The screenshot shows the website interface for Maison du Fer. On the left is a navigation menu with links: Accueil, Produits, Services, Produits finis - Fabrication, Tarifs (Accès sécurisé), Nos magasins, www.maisondufer.com, and Contact. The main content area features the company logo, a photograph of metal products, and the 'La Brocante Industrielle' logo. The text describes the company as a family-owned business specializing in metal products and services, with a 300 m² showroom and a focus on aluminum andinox products.

Maison du Fer Apt
Ancien Ets Lavagne
Quartier du Chêne
84400 APT

ouverture du lundi
au vendredi 8h/12h
14/18h samedi 8h/12h

Maison du Fer Milhaud
1100 Rte de Montpellier
ZA de l'Aubépin
30540 MILHAUD

ouverture du mardi
au samedi 9h/12h
14h30/18h30

Maison du fer Vedène
ZAC de chalancon II
84270 VEDENE

ouverture du lundi
au samedi 8h30/12h
14h/18h30