Le « do-it-yourself » n'a jamais eu autant de succès. Mondial Tissus s'inscrit dans cette mode, mais a besoin de dépoussiérer ses magasins. C'est chose faite à Créteil, en région parisienne.

Mondial Tissus s'applique à inspirer ses clients

600 m²
La surface de vente
73 magasins
9 salariés
28 € le montant du panier moyen

85 M€
Le chiffre d'affaires du groupe en 2015
Source : LSA

Coup de jeune sur les tissus. Créée en 1981 par les fils d'industriels Christophe et Didier Jacquard pour écouler les fins de série de tissus, Mondial Tissus est encore là aujourd'hui. Et surfe depuis sur la vague qui n'en finit plus du « do it-yourself ». Rien n'est plus tendance que de fabriquer son dessus-de-lit soi-même ou de customiser son sac en tissu et la gigoteuse du petit dernier. Las ! installés à la périphérie des villes, les magasins Mondial Tissus ne ressemblent pas à la clientèle jeune et branchée qu'ils rêvent d'atteindre. CQFD : il devenait urgent de faire peau neuve. Rendez-vous donc à Créteil, dans la zone commerciale Pompadour.

Esprit « solution »

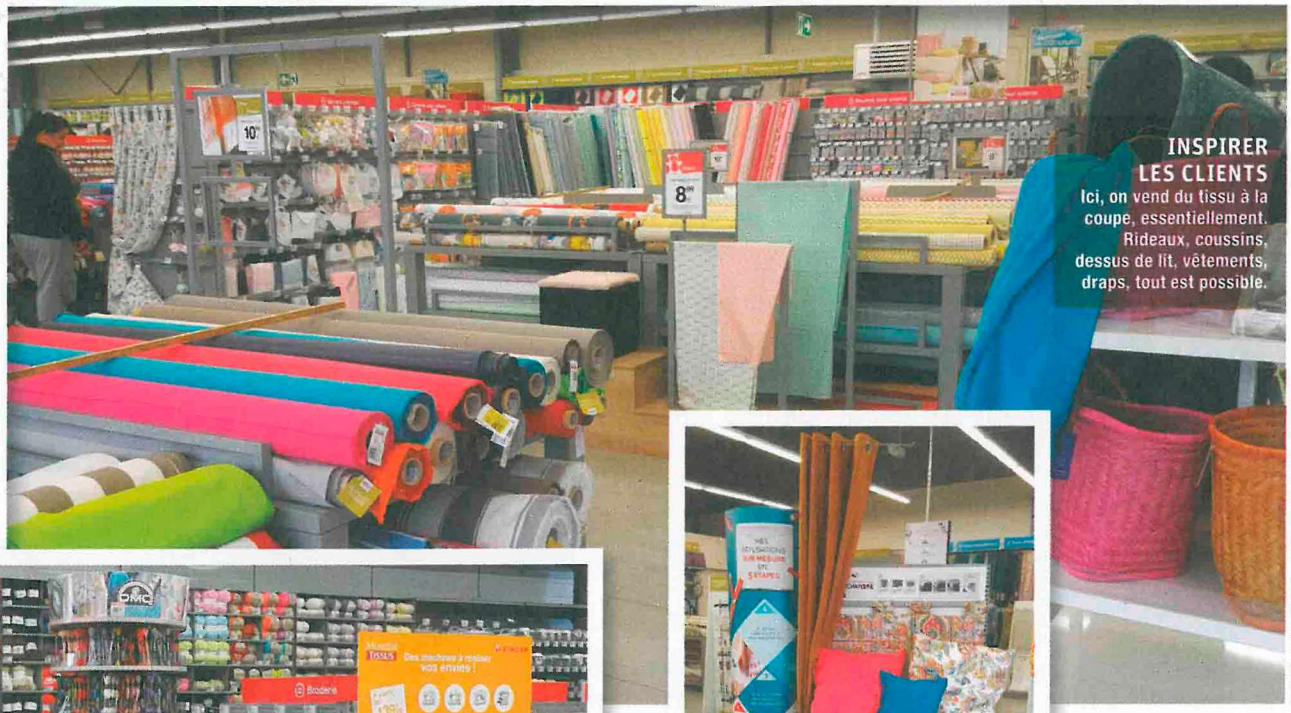
Sur 600 m², le magasin est enfin « tourné vers la vente », ce qui manquait au réseau, selon Bernard Cherqui, le président du directoire de l'entreprise depuis 2014. Rouleaux de tissu posés sur des tables pour garder l'ambiance « marché Saint-Pierre », mais aussi présentation verticale des tissus et de tout ce qui va avec, des coussins aux rideaux prêts à poser, pour les paresseux. Car, ici, on n'est pas paresseux, on fait soi-même, jusqu'à la capote de sa voiture quand il faut la changer, ou au tapis de sa table de billard. L'esprit « solution » est présent partout : l'éponge est vendue au mètre et, un peu plus loin, les serviettes et draps de bain finis exposés. « *Dans la gamme des produits, nous allons très loin,* précise Marine Nagel-Lacroix, directrice marketing de Mondial Tissus. *Par exemple, pour les têtes de lit, nous avons trois dimensions différentes. Idem pour les jetés de lit.* » Un quart des tissus sont exclusifs et 30 % des collections renouvelées chaque année.

Circuit vertueux

Testé en Alsace, une région où l'on fait beaucoup soi-même, le concept essaime donc aujourd'hui en région parisienne, avant d'être dupliqué dans une dizaine d'autres points de vente. « *Depuis cinq ans, notre clientèle a rajeuni,* souligne Bernard Cherqui. *Beaucoup ont envie de coudre ou de personnaliser leurs affaires.* » Le gain économique n'est pas négligeable : cela revient souvent moins cher de fabriquer ses propres draps ou rideaux. Cette nouvelle mise en forme de Mondial Tissus s'accompagne d'une remise à plat de la stratégie. Rachetée à Apax Partners en 2010 par un ancien de Franprix, Denis Lévy, l'enseigne renoue avec la croissance : son chiffre d'affaires progresse même de 15 % depuis le début de l'année, à périmètre comparable. Bernard Cherqui table sur un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros à court terme, poussé par l'ouverture de cinq à six magasins. Avant la devanture, la modernisation a été menée en amont avec une structuration des achats et de la logistique. Un entrepôt de 10 000 m² a ouvert près de Lyon. Ce qui permet de raccourcir le circuit : les fournisseurs, dont 15 % sont situés en France, livrent l'entrepôt, puis les magasins reçoivent les stocks une fois par semaine. Le début d'un circuit vertueux, en quelque sorte.

MAGALI PICARD

Les concepts **magasins** sur **lsa.fr**

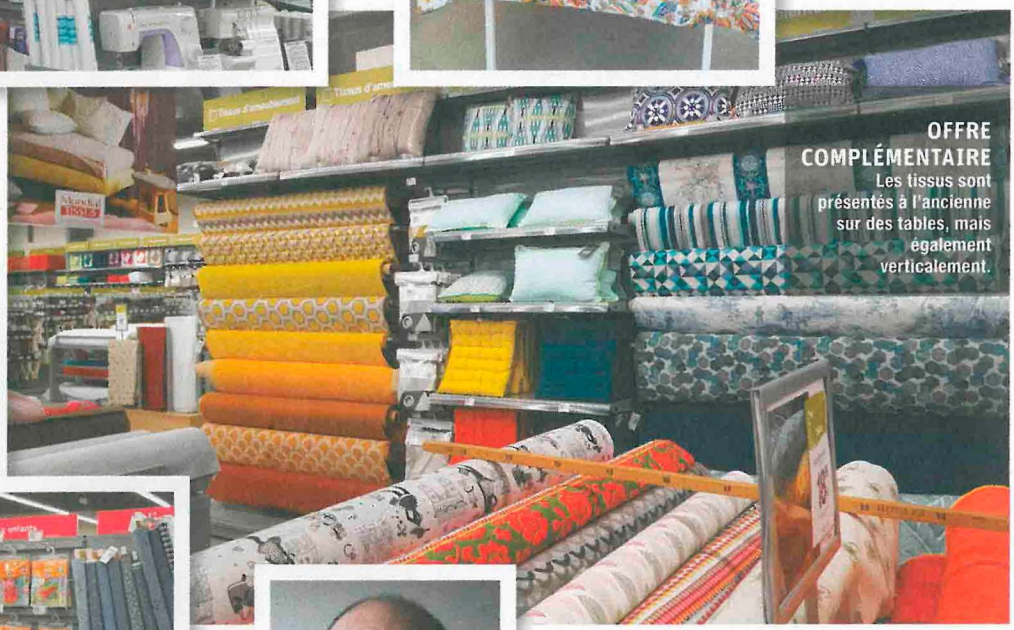


INSPIRER LES CLIENTS
Ici, on vend du tissu à la coupe, essentiellement. Rideaux, coussins, dessus de lit, vêtements, draps, tout est possible.

SUR-MESURE
Pour rassurer des client(e)s néophytes, un service de sur-mesure est proposé.

SORTEZ VOS AIGUILLES
Laine et mercerie occupent un espace à part entière. Mondial Tissus a noué un partenariat avec la marque Singer pour les machines à coudre.

TOUT POUR BÉBÉ
Un tour de lit ? Une gigoteuse ? Tout est proposé pour personnaliser le linge de lit de l'enfant à naître.



OFFRE COMPLÉMENTAIRE
Les tissus sont présentés à l'ancienne sur des tables, mais également verticalement.

« 45 % des Français disent savoir coudre. C'est aussi le cas de 30 % des hommes. Cela nous laisse un potentiel énorme pour inspirer nos clients et clientes avec des magasins davantage tournés vers la vente. »

Bernard Cherqui, président du directoire de Mondial Tissus

PHOTOS : MAGALI PICARD - VINCENT POILLET/ MONDIAL TISSUS