

Des valeurs pérennes pour une entreprise pérenne

Le grand magasin JEANTEUR est aujourd'hui le dernier des grands magasins français à enseigne familiale. Le Président de son Conseil de Surveillance, **Jacques Jeanteur (H.68)**, nous livre les secrets d'une institution vieille de 146 ans !



Jacques Jeanteur (H.68)

BIO EXPRESS

Jacques Jeanteur (H.68) a dirigé Jeanteur Grand Magasin de 1974 à 2010. Il était auparavant chez Colgate Palmolive. Il est maintenant Président du Conseil de Surveillance. Très impliqué dans la vie politique en Champagne-Ardenne, il a été élu au Conseil Régional de 1986 à 2010. Il en a été le Vice Président en charge de la Formation Professionnelle et de l'Apprentissage de 1986 à 2004. De 1998 à 2004, il a présidé l'Etablissement Public d'Aménagement de la Meuse et de ses Affluents (EPAMA) et a engagé un très important programme de lutte contre les inondations.

LES GRANDS MAGASINS JEANTEUR EN BREF

L'entreprise familiale a été créée en 1865 à Sedan, par Arthur Jeanteur, arrière-grand-père de Jacques, qui a ouvert une succursale Place Ducale à Charleville en 1888. L'enseigne est dirigée depuis 2010 par son fils Aubin Jeanteur (ESSEC 00) et compte 55 collaborateurs au quotidien dont une quarantaine payés par l'entreprise, les autres étant salariées des marques partenaires.

Vous êtes le dernier grand magasin français à enseigne familiale. Qu'est-ce qui explique cette longévité ?

La gestion du Grand Magasin JEANTEUR repose sur un certain nombre de valeurs auxquelles nous croyons fortement. Créer une communauté de travail basée sur l'apprentissage et le respect des valeurs humaines a été toujours au cœur de nos réflexions. Ainsi, nous avons en permanence quatre apprenties dans le magasin et, nous les accompagnons dans leur développement professionnel mais aussi personnel. Au niveau de la politique salariale, je me suis fixé pendant mes 35 ans de direction, un écart maximum de 1 à 6 entre le salaire le plus bas et le plus élevé. De plus, la famille ne prélève pas de loyer sur les immeubles pour permettre de réinvestir la majorité des bénéfices dans les agrandissements et les aménagements et garder ainsi un magasin constamment au goût du jour. C'est le partage de cette éthique d'entreprise qui a permis à la famille et à la communauté de travail de traverser les siècles.

Quelles sont les initiatives entreprises en local pour maintenir une enseigne comme la vôtre ?

Malheureusement, l'environnement local est très dur, depuis 2 ans, en raison de directives municipales qui vont à l'encontre de l'intérêt des commerces de l'hyper centre. Nous estimons à environ 50 le nombre de personnes ayant perdu leurs emplois en centre ville, depuis la suppression de 600 places de stationnement dont 200 devant le magasin sur la Place Ducale. Ces dernières années, nous étions toujours à sept points d'indice au dessus de la moyenne des grands magasins de notre taille. Les problèmes de stationnement nous ont fait descendre 2 points en dessous.

Envisagez-vous de développer le concept hors région Champagne-Ardenne ?

L'enseigne existe à Charleville-Mézières depuis 1888. Nous sommes devenus une institution nationale qui arrive à attirer un flux important de visiteurs, dans un rayon de 100 km, dont beaucoup de Belgique, grâce à son emplacement sur la splendide Place Ducale. Nous avons été affiliés durant 50 ans à l'enseigne Printemps et 13 ans aux Galerie Lafayette, dont nous commercialisons encore quelques articles mais sans lien juridique. Aujourd'hui, nous nous positionnons en entreprise totalement indépendante. Toutes les grandes marques présentes dans le magasin gèrent de façon autonome leurs stocks à l'instar des stands dans les grands magasins. Toutes ces spécificités font du grand magasin un concept atypique. Il nous semble difficile de pouvoir le dupliquer ailleurs. Cela étant, nous étudions la possibilité de nous développer en franchise en exploitant les marques dont nous sommes partenaires actuellement. Nous réfléchissons également à un partenariat avec des collègues commerçants belges.

Avec la remise du flambeau à la nouvelle génération, quelle est désormais la feuille de route du magasin ?

La première étape, qui est en cours, consiste à réaliser un regroupement capitalistique autour de notre dernier fils Aubin (ESSEC 00) qui reprend la direction de l'entreprise. Nous engageons cet été des travaux importants pour restructurer l'offre commerciale et développer les chaussures, la maroquinerie et la bijouterie. Moderniser la gestion de nos stocks et améliorer la rentabilité de l'entreprise sont notre priorité absolue. Pour ce faire, nous avons mis en place un système informatique de gestion unitaire des stocks et nous devons, par conséquent, faire un gros effort de formation de l'équipe de vente.