

# Jeanteur continue sa saga séculaire

La cinquième génération familiale arrive à la barre du grand magasin multimarque de Charleville-Mézières.



**LE GRAND MAGASIN JEANTEUR.** L'enseigne, qui s'étend sur 2.700 m<sup>2</sup>, a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires total de 7,5 millions d'euros. DR

**N**e leur parlez pas d'automobile et de parking en ce moment. Depuis que la Mairie de Charleville-Mézières a programmé pour mars prochain la suppression des 500 places de stationnement sur la grand place (la place Ducale), là où la famille Jeanteur exploite son grand magasin multimarque depuis 120 ans, Jacques, le père, et Aubin, son fils cadet, ne décolèrent pas. «*Nous allons tout faire pour que cela ne se produise pas. Une association de défense des commerçants et des habitants vient d'être créée.*»

Ce n'est pas la première fois que le sujet oppose la Ville à Jacques Jeanteur, élu *Modem* au conseil de la région Champagne-Ardenne. Dans la préface du livre-anniversaire qu'il vient de faire éditer, et qui retrace l'histoire des Jeanteur et de leurs magasins, Jacques Jeanteur évoque l'affaire. «*Depuis 1977, les municipalités successives (à Charleville) n'ont pas considéré le commerce comme une activité économique intéressante (...). Toutes les villes en expansion ont des parkings nombreux qui débouchent sur le plateau piétonnier.*»

«*Le stationnement à proximité est d'autant plus important que nous estimons que 60% de nos clients vivent en dehors de l'agglomération. Certains viennent même de Belgique et des Pays-Bas, par exemple,*», explique Aubin Jeanteur, 31 ans, revenu dans la ville de son enfance l'an dernier, après l'Essec à Cergy et sept années entre Paris, la Suisse et d'autres pays pour Peugeot. Charleville et ses 55.000 habitants a aussi ses centres commerciaux de périphérie et n'est pas très loin de Reims, la concurrente. Jeanteur, ses rayons d'habillement et de décoration de la maison sur 2.700 m<sup>2</sup>, va d'autant plus avoir besoin de sa clientèle dans la période trouble qui s'annonce. «*Le premier semestre 2009 nous inquiète beaucoup,* dit Jacques Jeanteur. *Les achats ont été passés en juin-juillet 2008. Va-t-on pouvoir écouter normale-*

*ment les collections ? On a bien des accords pour des retours avec certaines marques. Nous préparons le personnel (60 personnes, dont 17 payées par les marques) à la crise. Cela veut dire être meilleur dans le service au client, être plus sensible aux déperditions, la démarque par exemple.*» L'équipe de direction compte passer plus de temps dans la gestion. Les postes de frais et d'assurance vont être passés au peigne fin. Les Cdd ne seront pas gardés, les salaires ne seront pas augmentés. «*On évite les réactions extrêmes, dans un sens ou dans un autre. Simplement, il faut être prêt pour le redémarrage,*», souligne Jacques Jeanteur.

## Une clientèle féminine

A fin novembre 2008, l'enseigne était en mieux de 6% en cumulé comparé aux mêmes onze mois de 2007. «*Mais au prix d'une grosse démarque, qui va dégrader notre rentabilité. Notre famille ne prélève pas de loyer sur le magasin,*», dit Aubin Jeanteur. L'exercice 2008 est aussi marqué

par les amortissements de la rénovation, qui a coûté 1,2 million d'€ sur 2007-2008. «*En 2008, nous pensons enfin retrouver le chiffre d'affaires de 2003.*» Cela devrait donner un chiffre d'affaires détail voisin de 7,5 millions d'€, dont 3 millions apportés par l'habillement (moitié-moitié femme et homme), un gros million par la parfumerie, 550.000 € pour les chaussures, le reste provenant de la décoration et de rayons divers comme la bijouterie ou les accessoires. En 2003, la société avait réalisé un chiffre d'affaires réel de 6 millions d'€, pour 200.000 € de profit net. Depuis cette date, le magasin s'est rénové, tandis que son offre se renouvelait. *Jennyfer* et *Jacqueline Riu* ne sont plus chez Jeanteur mais sont désormais proposés dans une autre boutique à l'enseigne dans la rue piétonne voisine. *Sym* va bientôt partir. Mais *Carroll* vient d'entrer. *Max Mara* et *Gérard Darel* vont suivre. «*La clientèle est à 80% féminine, et, à vue d'œil, elle a autour de 45 ans,*», affirme Jacques Jeanteur, qui l'habilte aussi avec *Cop Copine*, *La Fée*

*Maraboutée*, *Sandwich*, *Esprit*, *Cecil*, *Julie Guerlande*, *Chattawak*, *Havrey*, *Saint James* ou *Bruno Saint-Hilaire*.

L'homme s'appuie lui sur un grand espace *Brice*, un stand *Mise au Green* qui «*cartonne*», du *Lacoste*, *Marlboro Classics*, *Teddy Smith*, *Levi's*, *Dockers*, *New Man* ou *Aigle*. Jeanteur n'est pas un grand spécialiste du jean et n'a pas beaucoup développé l'accessoire. Mais l'enseigne sait jouer de ses réseaux pour faire évoluer son assortiment. *Hec* passé chez *Colgate-Palmolive*, ancien parisien, Jacques Jeanteur, a su convaincre *Nocibé* d'ouvrir un magasin au rez-de-chaussée, entre la lingerie et les accessoires de mode, qui a pris la suite de son concept *Point Phard*, monté à l'époque avec l'aide de *Lancôme*.

## Cultures d'entreprises

La panoplie des accords entre un grand magasin et les marques (concession...), Jeanteur la décline pour travailler avec *La Grande Récré*, dans le jouet, et *Ambiance & Style*, dans la maison, un département géré par l'épouse de Jacques Jeanteur, Marianne, ancienne institutrice. Jeanteur a sa carte de fidélité *Cofinoga* (40.000 porteurs). Et, pour août 2009, il annonce l'ouverture de *Cadet Rousselle* et de *Kids Graffiti*, les marques enfantine propres des *Galerias Lafayette*, dans un rayon qui accueille déjà *Petit Bateau*, des marques de *Zanier* et des licences de *Cwf*. «*Ce qui me passionne, c'est rencontrer des cultures d'entreprises fortes compatibles avec la nôtre,* dit Jacques Jeanteur, 64 ans. *Si le courant passe, tout est possible.*» Le magasin a été affilié *Printemps* et *Galerias Lafayette* puis a repris son indépendance. «*Mais nous n'avons jamais été autant en contact qu'aujourd'hui avec les Galerias Lafayette,*», admet Jacques Jeanteur. Le commerçant parle aussi d'un «*ami*» à propos de Paul-André Aubrun, autre grand magasin indépendant à Bourges.

La suite ? Il passe d'abord par la décision que va prendre Aubin Jeanteur. «*J'avais annoncé au personnel que je venais ici pour un an, d'abord. Je vais rester, de fait, un peu plus longtemps. Toutefois, je n'ai pas pris de décision pour la suite.*» L'entreprise a été transmise à la 5<sup>e</sup> génération, celle d'Aubin Jeanteur et de ses 16 cousins et cousines. Mais la direction opérationnelle reste dans les mains de Jacques Jeanteur et de ses trois frères. L'avenir passera aussi peut-être par un partenariat avec les supermarchés *Inno*, de la Belgique voisine, par de la franchise. L'envie de sortir de Charleville, comme au temps où Jeanteur était installé dans une vingtaine de villes (Sedan, Vouziers, Châlons-en-Champagne...) ? Le grand magasin a lui déjà programmé, pour janvier 2010, le développement de son rayon accessoires, au détriment d'un rayon maison, plus haut de gamme.

VINCENT LEPERQ ●



**UNE OFFRE LARGE.** A côté de l'habillement Jeanteur propose de la parfumerie, des bijoux, des accessoires, mais aussi de la déco. DR

