

«En ruine, tas de cendres... La Maison de la Literie se réveille enfin

Une reprise audacieuse. Il y a tout juste un an, le groupe français Fremaux-Delorme a mis la main sur la Maison de la Literie, en redressement judiciaire. Pour réveiller le leader français du lit, le repreneur n'a pas lésiné : des investissements massifs, des baisses des prix, des services inédits... Suffisant pour le sortir de sa torpeur ?

« On a racheté une ruine, un tas de cendres. Entre les malversations et les tricheries, plus rien ne tenait la route », révèle Amaury Fremaux, directeur général du groupe familial Fremaux-Delorme, qui a repris en octobre 2023 l'entreprise française Maison de la Literie, fabricant et distributeur de sommiers et de matelas, en redressement judiciaire.

Il fallait y croire. Car le repreneur a dû déboursé la coquette somme de 10 millions d'euros pour s'offrir et se donner les moyens de remettre sur les rails le leader français des spécialistes de la literie, ses deux sites de production Saint-Forgeot (Saône-et-Loire) et Confolens (Charente), et son réseau de 150 franchisés. Mais pour le groupe Fremaux-Delorme, leader mondial du linge de maison haut de gamme avec ses marques Yves Delorme, Olivier Desforges et les licences Ralph Lauren, Hugo Boss, cette reprise paraissait logique. « C'est une entreprise qui nous ressemble et qui fait sens avec notre activité », indique Amaury Fremaux. Quoi de mieux que de récupérer un spécialiste du matelas avec ses marques telles que Onea et Ducal quand on excelle déjà dans les taies d'oreillers et housses de couette !

Tediber, Emma... La concurrence est rude

Mais pour «réveiller cette belle endormie», comme la définit Alban Fremaux, frère d'Amaury Fremaux, et directeur général de La Maison de la Literie (67,6 millions d'euros de chiffre d'affaires 2022), le challenge est de taille. Entre les autres enseignes spécialistes (France Literie, Grand Litier, la Compagnie du Lit), les pur players à l'instar de Tediber et d'Emma ou encore les généralistes tels que Ikea ou Conforama, qui dominent ce secteur, la concurrence est féroce. Pas de quoi effrayer le repreneur, convaincu du potentiel de ce marché, qui pèse plus de 2 milliards d'euros en France

Aux commandes depuis à peine douze mois, les nouvelles têtes dirigeantes de la Maison de la Literie n'ont pas chômé ! Objectif ? Satisfaire les consommateurs et leur offrir le nec plus ultra de matelas made in France, dont une partie est réalisée à la main. Préparez-vous à investir entre 800 et 4 000 euros pour vous équiper, bien que les prix aient été réduits de 10% en moyenne au cours des derniers mois. « Le tarif des articles était un poil trop élevé », avance Alban Fremaux. Cependant, ne vous attendez pas à avoir des promotions délirantes. « Nous ne sommes pas des vendeurs de remises, nos produits sont au juste prix », ajoute-t-il.

Des livraisons express

Pour attirer le chaland, Fremaux-Delorme a relooké les magasins. « On vend du sommeil à nos clients donc il faut les faire pénétrer dans un décor de chambre accueillante et chaleureuse », indique Alban Fremaux. Et mieux vaudrait qu'ils viennent plus souvent qu'une fois tous les 13 ans -la moyenne d'achat d'un matelas-. La solution ? Vendre d'autres produits, comme le linge de maison. Ça tombe bien, c'est l'activité historique du repreneur ! « Aujourd'hui, les accessoires représentent 10 à 15% du chiffre d'affaires des points de vente et nous voulons atteindre 20% », déclare Amaury Fremaux.

Autre point crucial pour relancer la machine : apporter un service optimal. Parmi les challenges ? Ne plus avoir un seul client mécontent de sa commande, contre 5% avant la reprise et tirer un trait sur les délais de livraison interminables «Nous avons constitué un stock dans notre entrepôt de 4 à 5 000 pièces, soit l'équivalent d'un mois de vente pour livrer au plus vite », détaille Amaury Fremaux.

Mais le travail ne s'arrête pas là ! Fremaux-Delorme, qui a généré un chiffre d'affaires de 137 millions d'euros en 2023, a

annoncé un investissement de 2,5 millions d'euros pour les cinq prochaines années afin de moderniser les usines. De quoi lui donner les moyens de décrocher la Lune pour renouer avec la rentabilité en 2025.



© *Maison de la Literie*