

www.lesechosdelafranchise.com
Pays : France
Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

Le groupe Keria se met en ordre de bataille sur le marché du meuble

Le groupe aux cinq enseignes spécialisées dans le luminaire, la literie et l'ameublement, vient de dévoiler sa nouvelle stratégie pour croître. Un plan de transformation sur trois ans est au programme ainsi qu'une accélération en franchise



Crédits photo : Droits réservés

Sur le marché de l'ameublement, estimé à 9,76 milliards d'euros en 2017 par l'Institut de promotion et d'étude de l'ameublement (IPEA), l'un des acteurs a décidé de passer à l'offensive.

Un groupe, cinq enseignes

Keria Groupe, acteur multimarque évoluant dans le secteur de l'équipement de la maison, vient en effet de dévoiler sa nouvelle stratégie de développement. Corsant au passage ses ambitions avec un objectif élevé : devenir leader de la distribution omnicanale dans le luminaire et une référence sur les segments « confort » et « textile » de la maison. Pour cela, le groupe a défini un nouveau plan d'action pour « réinventer l'expérience client » dans ses cinq enseignes Keria, Laurie Lumière, **Monteleone**, Linge de maison, Tousalon et Maison de la literie. De nouveaux dirigeants ont été nommés afin de mener à bien cette nouvelle ligne directrice. Yoann Le Berrigaud, nouveau directeur général de Keria, Laurie et Monteleone, rejoint le navire après avoir piloté la transformation digitale d'autres entreprises, dont le groupe suisse Manor. Philippe Cailleux (ex-Maison de la literie) est nommé quant à lui directeur financier du groupe. Enfin, Michel Charrier (ex-Mobilier de France) a pris la direction de la marque Tousalon tandis que David Lebert est devenu directeur du développement franchise du groupe. Tous auront pour mission de booster l'omnicanal et la croissance du réseau.

Transformation digitale

Premier cheval de bataille à mener par Keria Groupe : opérer une mutation vers le digital. Le groupe a pour cela mis en place un plan de transformation baptisé « Keria Groupe 2020 ». Le but : réaliser d'ici trois ans plus de 10 % de ses ventes en ligne. « Sur un marché de l'ameublement-décoration dont la part de marché e-commerce prévue serait de l'ordre de 23 % en 2020, nous voulons rendre accessible la meilleure sélection de produits de la maison sur tous les canaux magasin, internet et mobile », déclare le groupe. Ce dernier a par ailleurs l'intention de créer sa propre marketplace, d'abord dédiée au luminaire, puis à la maison. En magasin, il est prévu de totalement repenser le parcours d'achat et de faire des vendeurs de véritables « coachs » apportant un service personnalisé à la clientèle. « Ces prestations seront renforcées par une gamme de services innovants, personnalisés et digitalisés », ajoute Keria Groupe.

Accélération en franchise

www.lesechosdelafranchise.com

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

La transformation digitale du groupe s'accompagnera, espèrent les dirigeants, d'une croissance du parc de magasins . Toutes enseignes confondues, le groupe réunit aujourd'hui environ 260 points de vente répartis dans quatre pays. Demain, ce devrait être davantage grâce à la franchise. Les enseignes Keria et Monteleone ont en effet choisi de s'ouvrir à la licence de marque afin d'étendre leur réseau, suivant ainsi l'exemple de Laurie Lumière, lancée en réseau en 2016 . « Nous voulons ouvrir plus de 50 nouveaux magasins sous ce modèle d'ici 2020 en France » , révèle le groupe. Des magasins multimarques sont au programme, ainsi que des ouvertures à l'international, en Europe et en Afrique. Des contrats de master-franchise auraient même été conclus en vue de prochaines ouvertures.