

Jardiland implique ses franchisés en leur ouvrant son capital

Le fonds d'investissement L-Gam, nouveau propriétaire de Jardiland, ouvre un peu plus de 5 % de son capital aux franchisés. Une démarche inédite qui permet de mieux les associer au plan de relance de l'enseigne de jardinerie et d'animalerie.

Comment faire pour mobiliser les énergies, en plein plan de relance de l'enseigne ? Rachetée pour 35 millions d'euros par le fonds du Liechtenstein L-Gam en début d'année, Jardiland n'y est pas allée par quatre chemins, et vient d'annoncer l'ouverture de 5 % environ de son capital à ses franchisés. Ces derniers représentent quasi la moitié du réseau, de 204 magasins, et du chiffre d'affaires. « *De cette manière, nous alignons nos objectifs entre les magasins en propre et les franchisés* », souligne Thierry Sonalier, président du directoire depuis février. Jean-François Le Biez, l'un des principaux franchisés de Jardiland avec neuf magasins, est enthousiasmé par l'opération. « *L-Gam est un fonds qui s'intéresse au contenu, et c'est rassurant pour des franchisés comme nous.* »

Accès aux informations et au conseil d'administration

Dans les faits, l'investissement minimal a été fixé à 10 000 €, et l'ensemble des souscripteurs représente plus de la moitié du chiffre d'affaires des franchisés.

LE PRINCIPE

L-Gam, actionnaire à 100 % de Jardiland (en échange de 35 millions d'euros), cède aux mêmes conditions un peu plus de 5 % de son capital aux franchisés qui le souhaitent. Soit un apport de 2 millions d'euros au total.

L'INTÉRÊT POUR LES FRANCHISÉS

- Être plus impliqués dans la marche de l'entreprise
- Accéder aux informations financières
- Bénéficier d'une éventuelle plus-value à la sortie

720 M€

Le CA 2013 des magasins sous enseigne (dont 367 M€ via sa centrale et ses magasins en propre)

204

magasins dont 84 succursales (5 en Espagne) et 120 franchises (détenues par 67 franchisés)

Source : Jardiland



L'enseigne veut reconquérir sa clientèle après une baisse importante des ventes.

L'entrée au capital représente un intérêt en cas de revente des parts avec une éventuelle plus-value, mais elle permet surtout aux franchisés d'avoir un accès privilégié aux informations, ainsi qu'une présence au conseil de surveillance.

L'opération semble inédite dans l'univers de la franchise, et s'apparente davantage au fonctionnement des coopératives. En resserrant les liens avec les franchisés, la direction de Jardiland se met en ordre de bataille pour reconquérir sa clientèle, après deux exercices mouvementés, et marqués par une baisse importante des ventes.

Des commerçants avant tout

La météo a handicapé les ventes, tout comme une certaine prise de distance avec les clients et leurs attentes. « *Nous sommes d'abord et avant toute chose des commerçants. Nous ne sommes*

pas des distributeurs. J'admire le travail d'un Georges Plassat et son repositionnement vers le commerce », précise Thierry Sonalier, qui veut démarrer une nouvelle histoire avec une équipe de direction remaniée. Pour tourner la page, Jardiland s'est lancée dans un plan social. Deux pépinières ont été fermées, et deux autres sont en vente. Un magasin va baisser le rideau (Carré de Soie à Lyon), et le siège de l'entreprise sera déménagé en octobre, de Paris à Joinville-le-Pont (Val-de-Marne). Côté offre, les grandes lignes n'ont pas encore été tracées, mais les positions fortes en jardin et, surtout, en animalerie seront renforcées. Pour Thierry Sonalier, « *le temps nécessaire à un repositionnement est de l'ordre de trois ans* ». Avec les franchisés à ses côtés, la ligne directrice sera plus facile à suivre. ■

MORGAN LECLERC