

Fabien Paumier, Directeur d'Intérieurs Privés, nous emmène dans les couloirs (en 3D) de l'enseigne

Intérieurs Privés est l'une des deux enseignes qui font partie du distributeur Cuisines d'Allemagne. Aux côtés de Cuisines Premier Plan, Intérieurs Privés a créé un réseau qualitatif de spécialistes de l'agencement sur-mesure et de la décoration intérieure prêt à accueillir de nouveaux franchisés. Nous avons rencontré le Directeur, Fabien Paumier, qui nous ouvre les portes d'Intérieurs Privés (rigoureusement en 3D).



Fabien Paumier, Directeur d'Intérieurs Privés.

L'Officiel des Cuisinistes – Quelle est l'origine d'Intérieurs Privés et quel est son rôle au sein de Cuisines d'Allemagne ?

Fabien Paumier – Le groupe Cuisines d'Allemagne est un distributeur de marques allemandes et françaises de cuisines et rangement. Son réseau est composé par deux enseignes, Intérieurs Privés et Cuisines Premier Plan. La société, créée par Bernard Burry, est actuellement dirigée par Pierre Burry, et nos ateliers sont basés en Alsace (67) avec une équipe de 130 personnes. Intérieurs Privés compte aussi une équipe de 12 commerciaux qui s'occupent de développer l'image de l'enseigne dans toute la France et d'être, en même temps, une référence

pour les professionnels du métier. Cuisines Premier Plan représente un ensemble de magasins dédiés pour 90 % à la cuisine et pour 10 % aux placards et aux dressings. Intérieurs Privés est composé par les points de vente dédiés pour 60-70 % aux rangements et à l'agencement, pour 10-20 % à la cuisine et pour 10-20 % à la déco, aux luminaires, aux fauteuils/canapés, aux tapis et aux rideaux.

O.C. - Quel est le concept du point de vente, le magasin-type d'Intérieurs Privés ?

F.P. – Nous sommes présents avec 22 magasins entre France, Luxembourg et Île de la Réunion. Pour nous, la surface idéale d'un magasin est comprise entre 80 et 150 m², un espace qui nous permet de bien présenter nos produits. Vu qu'on a une clientèle plutôt présente en ville, notre magasin-type s'adresse à une implantation dans les grandes avenues des villes, sans envahir de toute façon, les rues piétonnes. Cependant, les zones commerciales sont également étudiées au cas par cas.

O.C. – Est-ce que vous présenterez de nouveaux produits en 2024 ?

F.P. – Oui, tout à fait. Intérieurs Privés lancera de nouveaux produits en 2024, en avril pour être précis. Pour l'instant, nous gardons le

secret sur nos nouveaux produits, afin de pouvoir les dévoiler à nos clients au moment opportun. Nous pouvons toutefois anticiper le fait qu'on a créé des séances en visio, afin de faire découvrir nos nouveautés aux clients.

O.C. – Serez-vous présents sur des salons cette année, comme Franchise Expo Paris, en ce mois de mars, par exemple ?

F.P. – Nous avons été présents récemment à EspritMeuble, en novembre dernier, mais nous n'avons pas prévu d'exposer sur Franchise Expo Paris.

O.C. – Vous serez présents à la prochaine convention nationale, on suppose.

F.P. – Oui, c'est bien cela. Notre prochaine convention nationale est prévue le 18 et le 19 mars 2024, à Drulingen au siège social. Un bel événement

qui nous permettra de rentrer en contact avec tous les partenaires de notre réseau. Cette réunion sera aussi une opportunité pour notre société de partager notre nouveau concept de magasin et une nouvelle plateforme capable de réunir les données sortantes de l'analyse de la publicité sur Google, avec un ratio entre le taux des clics et celui des impressions. Le lancement de cette plateforme est fixé

« Nous souhaitons ouvrir des points de vente, oui, mais de façon qualitative »



pour mars prochain. Dans la foulée du sujet communication, nous avons également créé un tout nouveau site Internet en ligne et déjà accessible depuis le 21 février 2024.

O.C. – Avez-vous prévu de nouvelles ouvertures pour l'année 2024 ? Quelles sont les ambitions d'Intérieurs Privés pour cette nouvelle année ?

F.P. - Nos ambitions de développement pour l'année 2024 sont très claires. Nous souhaitons ouvrir des points de vente, oui, mais de façon qualitative. C'est-à-dire qu'au lieu d'ouvrir beaucoup de magasins, nous préférons en ouvrir moins, mais qu'ils représentent l'excellence de notre enseigne. C'est pour cela que nous sommes fiers d'annoncer l'ouverture de trois nouveaux points de vente, respectivement à Sèvres (92), à Metz (57) et à Saint-André, dans l'Île de la Réunion (974). Nous avons également douze nouveaux projets en discussion.

O.C. – Quelles sont les conditions pour rentrer dans votre franchise ?

F.P. – Notre proposition de franchise prévoit un contrat de cinq ans, bloqué pendant toute sa durée. Intérieurs Privés s'engage à assister les franchisés avec plusieurs actions concrètes : la recherche d'un local, ainsi qu'une simulation des extérieurs et des intérieurs, par exemple. Afin de faire

plonger le nouveau franchisé dans le futur intérieur de son prochain magasin, nous lui fournissons une vidéo de quelques minutes qui représente une visite virtuelle du lieu. Dans la vidéo, nous poussons la porte d'entrée, tout en parcourant les pièces du point de vente et découvrant les marqueurs du réseau ainsi que l'offre déco. Nous proposons de traverser un univers dédié à l'habitat ainsi qu'une découverte de notre nouvel espace de choix des matériaux. Concernant la simulation de l'extérieur, nous mettons en place l'aperçu de l'enseigne, de la vitrine et de la porte d'entrée en 3D.

O.C. – Comment gérez-vous, plus dans les détails, l'accompagnement de vos futurs franchisés ?

F.P. – Lorsqu'un nouveau magasin de la franchise est ouvert, pendant les trois premiers mois, il y a un commercial de notre réseau qui accompagne sur le terrain les nouveaux franchisés, afin de les assister dans leur nouvelle aventure avec notre enseigne.

En plus de ce chargé de clientèle, nous fournissons le guide d'un autre professionnel, un ADV, qui aura le rôle de la référence en

termes de cuisine et agencement, pour le nouveau partenaire. Nos magasins ont une zone de chalandise découpée en arrondissements ou codes postaux, que nous dessinons avec le partenaire. C'est important de préciser que pendant les cinq ans de contrat sous licence de marque que nous proposons, il n'y aura pas d'autres magasins Intérieurs Privés et le franchisé gardera l'unicité de sa présence dans le lieu choisi pour son installation. Notre

proposition de franchise prévoit 7 500 euros de droits d'entrée, 20 000 euros d'apport personnel et un accompagnement complet.

O.C. – Est-ce que vous avez déjà planifié une nouvelle campagne publicitaire et sur quelle typologie de media ?

F.P. - Notre campagne de communication se déroule normalement à travers nos

« Nous nous engageons activement dans une politique RSE en optimisant les tournées des camions qui transportent nos produits »

newsletters et en présentiel grâce à l'activité sur le terrain de nos commerciaux. En outre, nous investissons sur la plateforme en ligne <https://www.lafranchise.com/> et un bel investissement sur du digital aussi. Grâce à ces actions, nous pouvons faire connaître, pas seulement nos produits auprès du public de clients et d'autres professionnels, mais aussi notre politique RSE.

O.C – Voulez-vous nous en dire plus à ce sujet ?

F.P. - Nous nous engageons activement dans une politique RSE en optimisant les tournées des camions qui transportent nos produits, de sorte qu'il n'y ait pas d'aller-retour. Grâce à cette façon de gérer le transport, nous sommes en mesure d'optimiser la livraison. En plus, afin d'être réactifs dans les pratiques de recyclage, nous récupérons les chutes pour réchauffer nos ateliers. L'emballage de nos produits répond aussi à notre désir de nous engager dans le respect de l'environnement, vu que nous préférons le cerclage : cela nous permet d'éviter l'usage du plastique ainsi que de réduire les déchets de carton, tout en gardant la qualité d'un emballage

professionnel. Depuis deux mois, nous avons un nouveau responsable RSE, ce qui prouve notre engagement à ce sujet.

O.C. – Votre équipe a-t-elle changé entre temps ? Prévoyez-vous d'embaucher de nouveaux collaborateurs ?

F.P. - Depuis trois mois, nous avons une nouvelle Directrice Marketing et Communication qui chapeaute le marketing de notre société et qui est la référente aussi des architectes d'intérieur. Nous avons également embauché un community manager qui nous aide à gérer notre présence sur Internet. Nous recherchons, par contre, un responsable communication dédiée au réseau Intérieurs Privés et Cuisines Premier Plan. Tous nos nouveaux collaborateurs bénéficient d'un parcours initial de plusieurs semaines de formation chez nous, en Alsace, avec l'intervention de quatre formateurs métiers

et des sujets suivants : fondamentaux du métier, produits, logiciels et méthode de vente. Notre parcours de formation est certifié Qualiopi, chose qui permet d'avoir une prise en charge par France Travail (Ex Pôle Emploi) ou par les autres organismes régionaux.

Nous envisageons de recruter un nouveau formateur dédié aux deux logiciels de notre réseau concernant le dessin et le chiffrage, ainsi que la gestion et le pilotage commercial. Le formateur aura également la charge de la hotline, des phases de tests et du développement des outils. Entre fin 2024 et début 2025, nous pensons mettre en route le recrutement d'un animateur réseau, vu qu'à présent ce sont nos commerciaux qui s'occupent de cette partie du développement de la présence de l'enseigne en France.

« Notre parcours de formation pour nos franchisés est certifié Qualiopi »

S.D-R.

l/Officiel
des cuisinistes

SUIVEZ-NOUS

sur les réseaux sociaux
afin de rejoindre la communauté
des professionnels du secteur
de la cuisine équipée.

LinkedIn

facebook

[officielnet.com](https://www.officielnet.com)