



Communiqué de presse

Stores de France accélère l'expansion de son réseau

Après Bordeaux en Janvier 2015, 2 franchises ont ouvert cet été à Bourges puis à Lagny-sur-Marne, avec des promesses de retour sur investissement en moins d'un an.

Le réseau continue de recruter en vue de prochaines ouvertures en Ile-de-France, Bretagne, ainsi que dans le Nord et l'Est.

Caen, le 29 septembre 2015 – [Stores de France](#), réseau de distribution de stores intérieurs et extérieurs sur mesure, à destination des particuliers, des entreprises et des collectivités, annonce le recrutement de deux nouveaux franchisés : Luc Laveine à Bourges et Jean-Pierre Beretta à Lagny-sur-Marne. Le réseau dispose dorénavant de 11 franchisés dans 9 départements, couvrant principalement le Nord-Ouest (Caen, St Lô), le Sud-Ouest (Toulouse, Bordeaux), le Centre (Orléans, Angers) et le Sud-Est de la France (Lyon, Aix-en-Provence, Salon-de-Provence).

L'approche différente d'une marque en plein développement

Créé en 2002, Stores de France propose un nouveau modèle de vente de stores intérieurs et extérieurs. Les franchisés spécialistes Stores de France ont une approche similaire à celle d'un décorateur d'intérieur avec la formulation de préconisations en adéquation avec les impératifs de budget, de fonctionnalités et d'esthétique. Les devis sont délivrés au client sous maximum 24h après relevé des mesures sur site par les franchisés eux-mêmes. Leurs équipes assurent la fourniture et l'installation sous 3 à 4 semaines pour une solution clés en main.

Stores de France n'a pas de magasin, pas de showroom, mais propose directement chez le client des solutions techniques et esthétiques sur mesure garantissant confort thermique et visuel grâce à une offre très large de produits issus des meilleurs fabricants (tous types de stores d'intérieur et d'extérieur, de coloris, matières, caractéristiques techniques...), la gamme est consultable également sur Internet.

« Cette approche directe nous permet de pratiquer des prix très compétitifs tout en assurant à nos clients l'installation de produits de qualité adaptés aux configurations réelles des lieux à équiper. Cela témoigne d'un engagement fort de nos équipes sur la qualité, tant des produits que de l'installation, pour une garantie de satisfaction de nos clients et l'établissement d'une relation durable et de confiance », commente Jean-Marc Désert, Président de Stores de France.

Porté par un marché solide et porteur grâce à la réglementation européenne, la RT2012 : depuis le 1er janvier 2013, tous les bâtiments neufs sont obligés d'être équipés de protection solaire qui doit être prise en compte dès la conception d'un bâtiment. Cette réglementation thermique a imposé une nouvelle règle de taille : les surfaces vitrées doivent être au moins égales à 1/6ème de la surface habitable. « Elle privilégie de grandes surfaces vitrées et une exposition au sud pour capter un maximum d'énergie solaire en hiver », encourageant pour le marché de la protection solaire dont l'avenir semble prometteur.

Grâce à un modèle de distribution original et une grande écoute des besoins spécifiques du **client Stores de France affiche au bout de 13 ans plus de 10 000 installations réalisées**. Stores de France accompagne des clients parmi les plus exigeants comme le Palais des Papes à Avignon, le Musée d'Orsay à Paris, EDF EPR à Flamanville ou encore le Groupe Holder (boulangeries Paul) mais aussi les grands groupes nationaux : Banque Populaire, Eiffage, Elivia, Groupe La Poste, EADS, Atrium Airbus Group, Météo-France, Macif, Matmut, Eovi Mcd, NXP, Dreal, Diren, Sncf, Alcoa, Iss, Aviva, Generali, Groupe Vinci...

Un accompagnement de proximité auprès des franchisés pour le succès du réseau

Pour déployer son réseau en veillant à préserver sa culture d' « entreprise à taille humaine » à laquelle sont attachées ses équipes, Stores de France épaulé tous ses franchisés sur l'ensemble des aspects de leur fonction. Que le candidat ait un profil commercial ou technique, il bénéficie d'une formation adaptée et d'une assistance de qualité tout au long du contrat. Il accède également à une série d'outils de productivité qui lui permettent de finaliser un devis dans la journée.

En outre, les retours d'expérience montrent qu'ils peuvent escompter un retour sur leur investissement initial de 20 000 euros en moins d'un an. Le résultat net moyen constaté est en effet de 50 000 euros net la 1^{ère} année. A titre d'exemple(s) : Laurent Thibaud à Lyon a réalisé 64 000 euros le premier mois de lancement de son activité en 2011, Vincent Lagorce à Bordeaux avait réalisé 100 000 euros de chiffre d'affaires 7 mois après le lancement de son activité en janvier 2015 et Jean-François Maerten franchisé à Toulouse dans sa 4^{ème} année d'activité recrute actuellement son 3ème salarié et devrait atteindre les 500 000 euros de chiffre d'affaires cette année.

Fort de son expérience et des perspectives de croissance de son activité, Stores de France recrute de nouveaux franchisés pour déployer son réseau dans les régions non encore couvertes comme la région parisienne, le Nord et l'Est, tout en étoffant dans le Grand Ouest, notamment en Bretagne et en Normandie.

Contacts médias

Green Lemon Communication

Laurence Le Masle - l.masle@greenlemoncommunication.com - 06 13 56 13 98

Claire Flin – claireflin@gmail.com - 06 95 41 95 90