

ENTREPRISES

La Camif renaît de ses cendres et lève 5 millions d'euros

Matelsom a repris le fichier clients du VPCiste en liquidation judiciaire en 2008. Il vise 100 millions de chiffre d'affaires.

IVAN LETESSIER  ivanletessier

DISTRIBUTION Près de cinq ans après sa liquidation judiciaire, la Camif séduit les investisseurs. L'ex-numéro trois de la VPC (derrière La Redoute et les 3 Suisses) a levé 5,2 millions d'euros auprès du fonds Citizen Capital. La Camif, ou plutôt la PME qui en a racheté les oripeaux en 2010. « Nous visons d'ici trois à cinq ans de 80 à 100 millions d'euros de chiffre d'affaires », confie Emery Jacquillat, patron de Matelsom, à l'origine de cette résurrection.

En 1995, à son retour de coopération à New York, ce diplômé de HEC se lance dans la vente de matelas par téléphone. Un concept ins-

piré des États-Unis, qu'il décline sur Internet avant de se diversifier dans le meuble. En 2008, il assiste à la débâcle de la Camif Particuliers. Sur sa dernière année, la société niortaise, recentrée sur l'équipement de la maison, réalise 230 millions d'euros de chiffres d'affaires. En 2010, Matelsom rachète pour un million d'euros la marque et le fichier de 3,5 millions de clients. « La moitié de nos fournisseurs étaient ceux de la Camif », explique Emery Jacquillat, dont le projet est soutenu par les élus locaux, désireux de revitaliser l'économie niortaise. Matelsom installe ses équipes (50 personnes) au centre de l'ancien magasin historique de la Camif, qui rouvre ses portes fin 2010. Elle ob-

tient que son prestataire Teleperformance ouvre un centre d'appels dans la région.

Meubles « made in France »

En 2012, Camif-Matelsom affiche 30 millions d'euros de chiffres d'affaires (+ 50 % sur un an), dont 20 sur camif.fr. Le groupe, qui devrait atteindre l'équilibre cette année, réalise 85 % de ses ventes avec des meubles et matelas. Son offre de textile de maison lui permet de faire revenir ses clients régulièrement. Les fonds levés permettront au groupe de financer l'accélération de sa croissance, alors que la concurrence se durcit. Après l'arrivée en France de l'allemand Westwing, un site de vente privée de meubles,

Amazon s'aventure sur ce segment. D'autres « pure players » ont été rachetés par des distributeurs. L'an passé, Leroy-Merlin a acquis le site delamaison.fr, Gamm Vert s'est offert plantes-et-jardins.com, et Bricorama Le Jardin de Catherine, deux e-commerçants en pointe sur les meubles d'extérieur. Si Ikea, l'archi leader du secteur, reste à l'écart du e-commerce, But et Conforama posent leurs pions, « ce qui renchérit le prix des mots-clés sur Google », souligne Emery Jacquillat.

Pour se différencier, Camif mise sur le « made in France », avec 280 fournisseurs avec qui elle réalise 70 % de ses ventes. « Nous ne sommes pas présents sur l'entrée de gamme, deux fois moins chère que nos

premiers prix (300 euros le lit), explique l'entrepreneur. Mais à qualité équivalente, le « made in France » est seulement 10 % plus cher que le « made in China », à cause des coûts de transport. » Un argument de choix pour séduire les trentenaires qui s'installent et seraient, selon le PDG, de plus en plus sensibles au développement durable. Depuis peu, les internautes peuvent localiser leur commande parmi 10 régions. Soucieux d'investir dans des projets à « impact social positif », Citizen Capital a été sensible à ce positionnement. Le fonds détiendra 25 % de Camif-Matelsom, contre 20 % pour le fonds Finalp, qui avait investi un million d'euros dans le groupe en 2009, et 55 % pour Emery Jacquillat. ■



La Camif diffuse un minicatalogue destiné à ses clients les plus âgés. DR