

Document d'information précontractuel (suite)

Franchise Bout de Jouet

Les performances économiques

Bout de Jouet est un acteur modeste comparé aux poids lourds du secteur : son chiffre d'affaires (75,7 M€) le place loin derrière JouéClub. Cependant, avec ses 54 points de vente, le réseau semble de taille à affronter Oxybul ou Picwic.

Si on reprend les différents points clés :

- le digital : l'enseigne est en cours de conversion de ses points de vente. Plus de la moitié des magasins sont équipés de solutions digitales, rendues nécessaires à la fois par les exigences de la clientèle mais aussi par la tendance générale qui conduit les concurrents à s'équiper ;
- les vendeurs : au cœur de la stratégie de Bout de Jouet, on retrouve l'importance de la proximité, le personnel est nombreux, l'accent est mis sur le conseil aux familles ;
- le format de vente : les magasins Bout de Jouet sont organisés par univers (jouets en bois, premier âge, espace animations culturelles et spectacles, espace loisirs créatifs, espace divertissement (piscine à bulles), etc.) et misent sur une identité visuelle chaleureuse et traditionnelle ;
- le mode de développement : Bout de Jouet se développe en franchise depuis 2002. Si sa stratégie de réticulation comporte de lourdes contraintes (loyers élevés, rare vacance des emplacements) son implantation en cœur de ville rend l'enseigne proche et familière et correspond en cela à son positionnement. L'atout de Bout de Jouet est son cœur de métier initial : le commerce de gros de jouets. L'enseigne a sa propre centrale d'achat qu'elle met au service des partenaires du réseau. Cela lui permet de négocier habilement avec les fabricants, de mieux gérer ses stocks et de bénéficier d'un assortiment fréquemment renouvelé.