



NOTE PEDAGOGIQUE

THUILLIER

Reprendre une marque fondée en 1930 en étant étudiant



THUILLIER

Reprendre une marque fondée en 1930 en étant étudiant

Mots Clés : Reprise d'entreprise ; Artisanat

I. Résumé du mini cas

La société *Thuillier Chemisier* est une maison spécialisée dans la chemise sur-mesure fondée en 1930 par Robert Thuillier. Il décide de s'installer à son compte et ouvre sa première boutique à Paris rue de Marignan au cœur du triangle d'Or. Il se fait aider par ses fils Jacques (l'ainé), René et André (le cadet) ainsi que par son épouse Gabrielle, couturière de formation. L'entreprise est un grand succès. Elle est surnommée la « chemiserie des Présidents » pour avoir été au service de l'Élysée pendant plusieurs années.

En 1998, au moment de partir à la retraite, la famille Thuillier cherche un repreneur. Mais personne ne souhaite reprendre l'activité qui demande beaucoup de confection, d'expertise et un budget important. Les trois frères décident de mettre en sommeil la société. En mai 2014, trois étudiants de l'ISC Paris, proposent un projet de reprise d'entreprise qui attire l'attention de la famille. En 2017, *Thuillier Paris* réalise un premier chiffre d'affaire de 50 000 € et compte déjà une clientèle prestigieuse comme Nicolas Sarkozy et Emmanuel Macron.

II. Problématique du mini cas

Le mini cas raconte l'histoire de la rencontre de la famille Thuillier et d'un groupe d'étudiants. Il s'agit plus précisément d'un cas particulier de reprise de marque sous contrat d'exclusivité. Les étudiants devront notamment affronter les difficultés de la reprise d'une marque historique, la maîtrise d'un savoir-faire artisanal et les conflits entre associés. Soutenus par la famille Thuillier et leurs professeurs, les étudiants devront apprendre à développer leurs capacités de leadership, leur compétences commerciales, financières et logistiques. Ils seront aidés par le statut étudiant-entrepreneur.

III. Objectifs pédagogiques du mini cas

Le mini cas *Thuillier* est destiné à :

- Sensibiliser à la démarche de reprise d'entreprise d'une entreprise artisanale ;
- Découvrir des parcours originaux de jeunes entrepreneurs ;
- Comprendre et élaborer un business model viable avec la méthode Canvas ;
- Structurer sa réflexion pour proposer des pistes de développement de la marque
-

IV. Scénarios possibles

Ce mini-cas offre une approche de découverte originale. Il est conçu autour de l'expertise et du savoir-faire de l'équipe d'entrepreneurs. Deux scénarios sont possibles :

Le premier scénario invite l'animateur à approfondir la stratégie de développement en poursuivant la production traditionnelle de chemise. Cela va conduire les apprenants à :

- Analyser le positionnement de l'entreprise sur son marché ;
- Analyser les forces et les faiblesses de l'entreprise ;
- Approfondir l'histoire de l'entreprise et ses valeurs.

Le second scénario invite l'animateur à approfondir la stratégie de développement en automatisant une partie de la chaîne de production. Cela va conduire les apprenants à :

- Développer une stratégie de productivité ;
- Approfondir l'ouverture à l'international ;
- Proposer une stratégie alliant la modernité et le savoir-faire traditionnel.

V. Ressources

Il est recommandé d'orienter les étudiants vers les ressources suivantes :

Sites internet

- www.thuillier-paris.com (pour se renseigner sur la marque *Thuillier*)
- www.afecreation.fr (pour présenter les étapes d'une reprise d'entreprise)
- www.service-public.fr (pour connaître le principe d'une procédure de sauvegarde)

Ouvrages

- Osterwalder A., Pigneur Y. (2011), Business model nouvelle génération, Pearson
- Papin R. (2017), Création d'entreprise : De l'idée au business plan, Dunod
- Ries E. (2015), Lean Startup, Adoptez l'innovation continue, Pearson

VI. Le(s) public(s) ou pré-requis nécessaires

Cas mini cas vise un large public dans le cadre d'une initiation ou d'un approfondissement à l'entrepreneuriat et à la stratégie de l'entreprise en reprise.

Ce mini cas est destiné de préférence à des étudiants de Licence, Master (M1 ou M2) ou de Mastères spécialisés dans les disciplines de la gestion (Ecoles Supérieures de Commerce, Ecoles de Managements, IAE, Universités). Il peut être également utilisé dans des Ecoles d'Ingénieurs et dans des IUT.

Le mini cas peut aussi être proposé dans les programmes de formation continue ou *executive* pour amener les étudiants à réfléchir et à analyser leurs pratiques professionnelles ou leur parcours de repreneur d'entreprise.

Pour une utilisation optimale, les étudiants devront avoir des compétences basiques en analyse stratégique des organisations (création et partage de la valeur) et en entrepreneuriat (business plan, composition d'équipe, business model).

Il est toutefois envisageable de faire travailler ce mini cas à des étudiants qui n'auraient pas de connaissance en matière d'entrepreneuriat, en les guidant lors de la préparation du mini cas sur la recherche d'informations nécessaires.