

Ameublement : STORY choisi Stéphane Thébaut ambassadeur de marque et ouvre 4 magasins au premier semestre 2026

Après une année 2024 difficile, le marché du meuble montre des signes clairs d'amélioration en 2025, avec un recul contenu à -1,8 % contre -5,1 % l'année précédente (IPEA). Dans ce contexte plus favorable, l'enseigne française STORY accélère : 4 ouvertures au premier semestre 2026 et la nomination de Stéphane Thébaut comme ambassadeur de marque.

Un double levier de croissance pour un réseau qui vise près de 60 M€ de chiffre d'affaires.

4 ouvertures en 6 mois : un développement maîtrisé



Au premier semestre 2026, STORY s'implante à :

- Herblay (Val-d'Oise), le 14 février
- Montauban (Tarn-et-Garonne), le 10 avril
- Saint-Étienne (Loire), le 25 avril
- Avignon (Vaucluse), le 19 juin

Chaque point de vente développera entre 600 et 1 000 m² en zones équipement de la maison.

Avec près de 50 magasins déjà implantés, un chiffre d'affaires prévisionnel proche de 60 M€ et un rythme de 4 à 6 ouvertures annuelles, l'enseigne poursuit un développement sélectif et rentable.

« Nous avons fait le choix d'un développement structuré. Dans un contexte de marché exigeant, nous privilégions la solidité des projets, la qualité d'emplacement et l'engagement entrepreneurial. » — Xavier

Rondeau, dirigeant de STORY

Stéphane Thébaut : nouvel ambassadeur STORY

Pour accompagner son développement et renforcer sa visibilité nationale, STORY annonce la nomination de **Stéphane Thébaut en tant qu'ambassadeur de marque.**

Journaliste et animateur reconnu du paysage audiovisuel français (Maison France 5, M comme Maison sur T18), spécialiste de l'habitat et de la décoration depuis plus de vingt ans, Stéphane Thébaut incarne une vision exigeante, pédagogique et accessible de l'aménagement intérieur — en parfaite adéquation avec l'ADN de STORY.

À travers ce rôle d'ambassadeur, il contribue à :

- Valoriser l'expertise design et la fabrication européenne
- Mettre en lumière l'ultra-personnalisation
- Renforcer la visibilité nationale du réseau

- Accompagner l'attractivité auprès de futurs franchisés
- Démontrer la puissance des outils 3D STORY

Vidéo officielle du partenariat à découvrir sur la chaîne YouTube de STORY :

<https://youtu.be/NthyKYbOtZ4?si=gA0kTlfhfkduMGqk>

« J'ai souhaité m'associer à STORY pour la cohérence de son positionnement : un design contemporain accessible, une fabrication 100 % européenne et une véritable culture de la personnalisation. C'est une enseigne qui place le projet client au cœur de son approche. »

— Stéphane Thébaut

Ce partenariat s'inscrit dans une stratégie de notoriété nationale destinée à soutenir à la fois la performance des magasins existants et le développement du réseau.

Un modèle franchise structuré

Ces ouvertures s'appuient sur un modèle économique éprouvé :

- Apport personnel : 80 à 100 000 €
- Investissement global : 350 000 à 400 000 € HT
- CA moyen par magasin : 1 à 3 M€
- Environ 40 territoires disponibles

Le réseau compte environ 200 collaborateurs via ses franchisés et vise 60 à 80 magasins à moyen terme.

Pour toute demande d'interview ou de visuels :

Contact presse

Agence Comme ils disent

Chloé Méhat – c.mehat@agence-cid.fr - 06 89 57 84 63

À propos de STORY : Depuis sa création dans les années 90, l'enseigne indépendante française de mobilier STORY ne cesse d'évoluer, suivant de près les dernières tendances et développant ses magasins sur tout le territoire français. Dirigée par Xavier Rondeau, qui a donné un second souffle à l'enseigne au début des années 2000 en misant sur des collections contemporaines et européennes, elle est aujourd'hui forte d'un réseau de près de 50 magasins franchisés. Produits exclusifs, collaborations avec des designers et fabricants français et européens, large panel de produits d'ameublement et de décoration personnalisable et sur-mesure font les atouts de cette enseigne qui a pour objectif d'ouvrir 4 à 6 nouveaux magasins par an. Pour en savoir plus : www.story.fr.