

Micromania ouvre un nouveau chapitre de son histoire

Marque emblématique ayant marqué plusieurs générations de Français, le leader du jeu vidéo en France s'ouvre à un nouveau chapitre sous l'impulsion d'entrepreneurs québécois francophones passionnés, réunis par une même ambition : redonner à Micromania tout son rayonnement et renforcer son lien avec la grande communauté des joueurs, collectionneurs et passionnés de pop culture.

Sophia Antipolis, le 16 juillet 2026 — Créée en 1983, Micromania occupe une place unique dans le cœur de plusieurs générations de Français. Pour des millions de passionnés, l'enseigne a été le lieu des premières consoles, des premiers jeux vidéo, des grandes sorties de fin d'année, des rencontres entre joueurs et de la découverte d'univers qui ont marqué durablement la culture populaire.

Aujourd'hui, cette marque emblématique ouvre un nouveau chapitre de son histoire.

Micromania annonce son rachat par un consortium franco-québécois composé de Stephan Tétrault, Jean-François Chenail ainsi que Sandra et Stephen Callahan. Au-delà d'une opération économique, cette acquisition traduit la volonté d'entrepreneurs francophones profondément attachés à la relation historique qui unit le Québec et la France de contribuer à l'avenir d'une enseigne qui fait partie du paysage culturel et commercial français depuis plus de quarante ans.

Pour les repreneurs, ce projet repose sur une conviction simple : la France demeure l'un des marchés les plus dynamiques et les plus passionnants d'Europe pour le gaming, les cartes à collectionner, les produits dérivés et la pop culture. Ils croient profondément au potentiel du marché français, à la force de ses communautés de passionnés et à la capacité de Micromania de redevenir l'une des références incontournables de cet univers.

« C'est un immense privilège d'écrire le prochain chapitre de l'histoire de Micromania. Nous arrivons avec énormément de respect pour les équipes qui ont bâti cette enseigne depuis plus de quarante ans. Notre objectif n'est pas de changer son identité, mais bel et bien de conserver la marque Micromania et lui redonner toute sa force en revenant à ce qui a toujours fait son succès : des passionnés au service des passionnés. Ensemble, avec nos collaborateurs, nos partenaires et nos clients, nous voulons faire de Micromania la plus belle communauté gaming et pop culture en France. Ce projet demandera du travail et du temps, mais nous sommes convaincus que les plus belles réussites se construisent toujours en équipe. » déclare Stephan Tétrault.

Une entreprise construite par ses équipes

Au-delà de la force de sa marque, les repreneurs soulignent la qualité exceptionnelle des femmes et des hommes qui ont construit Micromania depuis plus de quarante ans.

À travers les évolutions du marché, les changements technologiques et les transformations du secteur du jeu vidéo, les équipes de Micromania ont su préserver ce qui fait l'identité de l'enseigne : la passion, le conseil, la proximité avec les clients et la capacité à créer une véritable communauté autour du gaming.

Le projet de reprise repose sur la conviction que le principal actif de Micromania réside dans ses collaborateurs, leur expertise et leur engagement quotidien au service des clients. Le groupe entend s'appuyer sur cette culture unique pour construire les prochaines étapes du développement de l'entreprise.

Jean-François Chenail, actionnaire : *« Entre le Québec et la France existe depuis toujours une relation particulière fondée sur une langue commune, des valeurs partagées et une proximité culturelle unique. En tant qu'entrepreneurs québécois francophones, nous sommes fiers d'investir en France et de participer à l'avenir d'une marque qui a marqué plusieurs générations de joueurs. Les grandes entreprises se construisent toujours autour des femmes et des hommes qui les font vivre au quotidien. Ce qui nous a particulièrement séduits chez Micromania, au-delà de la puissance de sa marque, c'est l'engagement de ses équipes, la fidélité de ses clients et la qualité de son réseau. Nous arrivons avec humilité, avec la volonté d'investir sur le long terme et de donner à l'entreprise les moyens de poursuivre son développement tout en restant fidèle à son ADN. »*

Un consortium entrepreneurial aux expertises complémentaires

Le groupe repreneur réunit des profils expérimentés, disposant d'une forte culture opérationnelle et d'une connaissance approfondie des marchés du gaming, de la pop culture, du licensing, du jouet, des produits dérivés et du retail.

Stephan Tétrault, entrepreneur canadien actif depuis plus de 25 ans, a développé une expertise reconnue dans le jouet, les produits sous licence, les collectibles liés au gaming et à la pop culture, ainsi que dans le retail spécialisé gaming. Le Groupe Tétrault s'organise autour de plusieurs entités complémentaires, parmi lesquelles **McFarlane Toys**, référence internationale des figurines et collectibles, **Electronics Boutique Canada Inc. / EB Games Canada**, chaîne spécialisée gaming dont Stephan Tétrault est actionnaire majoritaire, **Imports Dragon**, acteur canadien majeur des jouets et produits licenciés, ainsi que **FC Supra**, club de football professionnel basé au Québec et évoluant dans la Canadian Premier League et depuis le 11 juin dernier le club de football **FC Chambly** évoluant dans la nouvelle National 1 française.

Jean-François Chenail, à travers **JAMS Venture Capital Inc.**, apporte une expérience entrepreneuriale et financière significative. La société est active au Canada dans la création, le développement et la gestion d'entreprises dans les secteurs de la distribution, de la logistique, de l'immobilier, de l'investissement et du retail. Au cours de sa carrière, Jean-François Chenail a notamment fondé et exploité **Chenail Import-Export**, entreprise spécialisée dans l'importation et la distribution de fruits et légumes frais, approvisionnant quotidiennement plusieurs centaines de clients au Canada. Jean-François Chenail est également actionnaire d'**EB Games Canada** et co-proprétaire des clubs professionnels **FC Supra** et **FC Chambly**.

Cobico International SAS, créée en 2002 et dirigée par **Sandra et Stephen Callahan**, complète ce consortium. Cobico International est propriétaire de **Gipsy Toys SAS**, société spécialisée dans la fabrication et la distribution de peluches de qualité en France et dans plus de 40 pays. Gipsy Toys est aujourd'hui l'acteur numéro deux de la peluche en France et bénéficie de la confiance des principaux retailers.

Forte d'une parfaite connaissance du licensing — Gipsy Toys ayant été élue **Licencié de l'année en 2024** — la société dispose d'une capacité reconnue en développement produits, achats, importation et distribution à grande échelle. Elle a notamment été lauréate du **Grand Prix du Jouet** dans la catégorie peluche en 2018 et 2023, et a réalisé **les mascottes Phryges des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024** en plusieurs millions d'exemplaires. Cobico International dispose également d'une solide expérience dans le développement de peluches sous marque propre, ainsi que dans la conception de programmes merchandising et événementiels en magasins.

Sandra et Stephen Callahan, actionnaires minoritaires : « Notre décision d'investir dans Micromania repose avant tout sur une conviction forte et une relation de confiance construite avec Stephan Tétrault depuis près de quinze ans. Au-delà de notre parcours biculturel commun, nous partageons la même passion pour les grandes licences et les univers qui rassemblent les communautés de fans. Micromania est une enseigne emblématique, qui occupe une place singulière dans le paysage français grâce à son lien privilégié avec les passionnés de jeux vidéo, de pop culture et de produits dérivés. Nous sommes particulièrement heureux de mettre notre expertise au service de cette nouvelle étape de développement et d'accompagner Stephan et l'ensemble des équipes dans l'écriture de ce nouveau chapitre de l'histoire de l'enseigne. »

Relancer Micromania sur une trajectoire de croissance rentable

L'objectif du groupe repreneur est clair : **relancer Micromania sous une gouvernance entrepreneuriale**, en s'appuyant sur un modèle déjà éprouvé au Canada avec EB Games, tout en capitalisant sur les forces historiques de la marque : sa communauté, son expertise en magasin, sa proximité avec les fournisseurs et son maillage territorial.

Micromania bénéficie d'une marque forte et appréciée d'une communauté de plus de **6 millions de clients fidèles**, d'un réseau national unique, d'une notoriété construite depuis plus de quatre décennies auprès des joueurs français ainsi que d'un moteur de croissance déjà engagé autour du jeu vidéo, des cartes à jouer et à collectionner (Trading Card Game), des Produits Dérivés dont les ventes et la marge progressent.

Le groupe identifie toutefois plusieurs leviers de création de valeur pouvant être renforcés, notamment le potentiel des Produits dérivés et des Cartes à jouer et à collectionner (TCG) en magasin : optimisation de l'espace, mise en avant renforcée, programmes d'événements, allocations produits et animation des communautés de joueurs et de collectionneurs.

Dans le cadre de sa stratégie de développement, une analyse approfondie du réseau de magasins sera réalisée afin d'évaluer les opportunités d'optimisation de sa couverture géographique. Les réflexions pourront notamment porter sur des relocalisations ciblées dans des emplacements de meilleure qualité, des agrandissements potentiels ou encore l'identification de nouvelles zones d'implantation.

Première concrétisation de l'ambition de développement de l'enseigne, **un premier magasin Flagship ouvrira dès octobre 2026.**

Un modèle inspiré de la relance d'EB Games Canada

Le projet de relance de Micromania s'appuie sur l'expérience récente menée au Canada autour d'EB Games. Dans un contexte de transformation profonde — déconnexion de GameStop USA, changement d'enseigne et projets systèmes — les équipes ont mis en œuvre une stratégie combinant accélération Produits Dérivés/TCG, activation média, animation en magasin et discipline opérationnelle.

Selon les données communiquées par le groupe, les rapports hebdomadaires canadiens font apparaître une croissance des produits dérivés et cartes à jouer et à collectionner de **+74,69%** par rapport à la période précédant l'acquisition.

L'expérience canadienne a aussi démontré la capacité à monétiser l'audience via des offres de retail media et de marketing en magasin, ainsi qu'à restaurer la rentabilité d'un réseau spécialisé. L'entité canadienne, déficitaire depuis plusieurs années, est devenue bénéficiaire en 2025, alors que le Groupe Tétrault n'avait finalisé son acquisition qu'en mai 2025. En 2025, **97 % des magasins** seraient bénéficiaires, contre **77 % en 2024**.

« Lorsque nous avons acquis EB Games Canada, notre première décision a été de redonner à l'entreprise une identité qui lui ressemblait davantage en ramenant la bannière EB Games. Nous croyons que les grandes marques possèdent une histoire, une personnalité et une relation particulière avec leurs communautés. C'est cette même philosophie qui nous anime aujourd'hui avec Micromania. » Stephan Tétrault et Jean-François Chenail.

Une feuille de route articulée autour de huit piliers

La stratégie de développement de Micromania reposera sur huit axes prioritaires :

1. Accélérer le mix produits et la marge à travers le développement des catégories Produits dérivés et carte à jouer et à collectionner (TCG) ;
2. Réinventer l'expérience magasin avec notamment l'ouverture de magasins Flagship de plus grande dimension et apportant une nouvelle expérience pour les clients ;
3. Optimiser le parc de magasins pour améliorer le maillage du territoire et la qualité des emplacements ;
4. Développer le marketing, les médias et le retail media à travers une régie intégrée, des régies externes et le développement de partenariats avec des marques à forte notoriété ;
5. Renforcer la culture d'entreprise et la formation des équipes en lien avec l'évolution de la proposition commerciale autour des produits dérivés et des TCG ;
6. Accélérer l'usage de la data et du reporting pour améliorer l'efficacité et l'excellence opérationnelle ;
7. Développer l'omnicanalité en s'appuyant sur un site internet déjà fortement positionné renforcé par le développement de nouveaux outils digitaux notamment en lien avec le développement des cartes à collectionner ;
8. Créer une division événements pour développer des animations fortes dans les magasins, notamment les Flagships, participer à de nombreux salons grand public ou communautaires mais aussi créer nos propres événements.

Cette feuille de route vise à repositionner Micromania comme une plateforme de référence pour les communautés gaming, TCG, collectibles et pop culture, tout en renforçant sa performance opérationnelle et financière.

« L'ensemble du Comité de Direction et des équipes sont d'ores et déjà en ordre de marche pour mettre en œuvre la feuille de route définie avec nos nouveaux actionnaires : un premier magasin flagship est en cours de réalisation proche de Paris pour une ouverture en octobre, l'implantation de distributeurs TCG dans une trentaine de centres commerciaux, la participation à des événements majeurs comme la Japan expo le week-end dernier, la création de nouveaux bundles et produits exclusifs déjà disponibles... Nous sommes également ravis d'accompagner le club du FC Chambly en tant que partenaire avec dès le samedi 18 juillet, au stade Walter Luzy, la mise en place d'une grande bourse d'échange de stickers Panini Coupe du Monde de la FIFA 2026. » Philippe Renaudin
Directeur Marketing & Communication.

Une ambition de long terme

Avec ce rachat, Micromania entre dans une nouvelle phase de son histoire.

Le consortium franco-qubécois ne souhaite pas simplement accompagner l'évolution de l'enseigne ; il entend contribuer à la renaissance d'une marque emblématique du paysage français. L'ambition est de bâtir un modèle durable, rentable et innovant, capable de transmettre à une nouvelle génération de passionnés l'expérience que Micromania a offerte à leurs aînés depuis plus de quarante ans.

Porté par des entrepreneurs francophones convaincus du potentiel de la France, ce projet s'inscrit dans une vision de long terme fondée sur l'investissement, la confiance dans les équipes, la proximité avec les communautés de joueurs et la volonté de faire rayonner encore davantage une marque qui appartient au patrimoine du gaming français.

Parce que certaines entreprises dépassent leur simple activité commerciale pour devenir des marques générationnelles, Micromania mérite d'écrire un nouveau chapitre à la hauteur de son histoire.

À propos de Micromania

Fondée en 1983, Micromania est l'enseigne de référence du jeu vidéo en France. Avec plus de 300 magasins, plusieurs millions de clients fidèles et plus de quarante ans d'histoire, l'entreprise est aujourd'hui l'un des acteurs majeurs du jeu vidéo, des cartes à collectionner, des produits dérivés et de la pop culture en France.

Contact presse

Marie MARQUET- Responsable Média & Influence
marie.marquet@thestories.fr
+33 6 76 29 63 85

Philippe RENAUDIN - Directeur Marketing & Communication
prenaudin@micromania.fr
+33 6 26 55 51 75