

Les franchises mode toujours aussi séduisantes

Comment choisir un réseau de PAP ? Le salon Franchise Expo présente chaque année de nouveaux concepts. Voici également notre sélection d'enseignes « expérimentées » et de nouveaux venus.

Stable : c'est ainsi que les chiffres de la Fédération française de la franchise décrivent le secteur de l'équipement de la personne. En 2014, il comptait 7 572 franchisés (-2,5 % par rapport à l'année précédente) répartis dans 359 réseaux (3 de plus qu'en 2013). Parmi les nouveaux franchiseurs, deux enseignes françaises –cocorico!– ont développé une stratégie cross canal remarquable.

Tailor corner propose des chemises et des costumes sur-mesure (en demi-mesure, plus exactement) à un « tarif qui fait de l'enseigne une alternative au prêt-à-porter, puisque notre offre de costumes démarre à 300€ », explique Mehdi Cheddadi, l'un des cofondateurs. Le premier magasin, ouvert fin 2012 à la Défense, est longtemps resté le seul, pour tester le concept, « car, contrairement à l'Angleterre, nous sommes sur un marché à évangéliser. » Mais en octobre dernier, trois boutiques ont été inaugurées à Lyon et Paris, et les ventes ont atteint 25 000 pièces sur l'année. Les



TAILOR CORNER : LA JEUNE ENSEIGNE DE SUR-MESURE RECHERCHE SES PREMIERS FRANCHISÉS

Le très chic concept boutique de **Tailor corner** (signé par l'agence Generous) peut être déployé dans des boutiques à partir de 30 m². Il est articulé autour d'une grande table avec écrans tactiles connectés permettant aux clients de customiser leurs modèles de chemises et costumes.

commandes sont saisies sur le web ou en magasin au moyen d'une unique plateforme. Pour ne pas désavantager les boutiques après un premier achat chez elles (les clients peuvent y toucher les matières et laisser

leurs mesures), elles perçoivent une commission jusqu'à la troisième commande en ligne. En 2015, l'enseigne souhaite doubler son réseau et vise des emplacements en ville ou en centre commercial

dans des agglomérations de plus de 120 000 habitants. Elle propose un contrat de commission-affiliation avec un taux de commission de 40%. Un investissement de 80 000 à 100 000€ est à prévoir.

BADBOUILLE : UNE NOUVELLE ENSEIGNE POUR LES PETITS

La créatrice de **Badbouille**, Rose-Marie Payet (ici dans son magasin de Caluire), a voulu donner de la lisibilité à ses points de vente, pour venir en aide à « des clients noyés dans les alignements de produits et de marques. »



Badbouille est une enseigne multimarques de vêtements pour bébé et de puériculture créée en 2014 par une ancienne affiliée du réseau **Autour de bébé**. « Nous souhaitons promouvoir trois valeurs : la proximité avec nos clients et fournisseurs, la convivialité avec, par exemple, l'organisation d'ateliers en boutique, et l'innovation, par le choix des produits

PUBLICATION JUDICIAIRE

Par Arrêt du 17 octobre 2014, la Cour d'Appel de Paris, Pôle 5, 2ème chambre, a notamment dit :

Que les sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi que Monsieur Bernard BITTOUN, en détenant, offrant en vente et vendant des bottes référencées AMERICA et AMERICA SAUVAGE ont commis des actes de contrefaçon de droits d'auteur au préjudice de Monsieur Guy RAUTUREAU et de la société RAUTUREAU APPLE SHOES ainsi que de modèle déposé au préjudice de la société RAUTUREAU APPLE SHOES.

Interdit la poursuite de ces agissements aux sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi qu'à Monsieur Bernard BITTOUN sous astreinte de 500 euros par infraction constatée à compter de la signification du présent arrêt.

Condamne in solidum les sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi que Monsieur Bernard BITTOUN à payer à Monsieur Guy RAUTUREAU la somme de 5.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de contrefaçon commis à son encontre.

Condamne in solidum les sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi que Monsieur Bernard BITTOUN à payer à la société RAUTUREAU APPLE SHOES la somme de 15.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de contrefaçon commis à son encontre.

Ordonne la publication du présent arrêt dans deux journaux ou revues au choix de Monsieur Guy RAUTUREAU et de la société RAUTUREAU APPLE SHOES dans la limite de 4.000 euros HT par insertion et ce, aux frais in solidum des sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi que de Monsieur Bernard BITTOUN.

Condamne in solidum les sociétés LES PETITES PARISIENNES et SHOW ROOM DES VOSGES ainsi que Monsieur Bernard BITTOUN à payer à la société RAUTUREAU APPLE SHOES la somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi que tous les dépens de l'instance qui seront recouverts conformément à l'article 699 du code de procédure civile.

Pour extraits : Maître Stéphane GUERLAIN - Avocat à la Cour
Cabinet ARMENGAUD - GUERLAIN

Plusieurs enseignes étrangères sont en phase de développement

et notre capacité à en expliquer les points forts», détaille Rose-Marie Payet. L'enseigne offre un « contrat de service » : elle référence des fournisseurs mais chaque magasin compose son assortiment, achète son stock, fixe ses prix et vend indistinctement en boutique comme sur le web, via un site propre. La mise en place du système revient à 25 000€, mais la tête de réseau ne perçoit ensuite ni redevance ni commission. « Il faut disposer de 400 à 1 200 m² pour ouvrir un **Badbouille**. La customisation d'un magasin existant est réalisable pour 15 000€ environ et il faut compter 300 à 400€/m² si l'on part de murs nus. » Le réseau compte quatre magasins à

Rentabilité : réseaux et « sans enseigne » à égalité

Selon l'IFM, les ventes des indépendants multimarques ont baissé de 3,3% entre 2013 et 2014, alors que les chaînes spécialisées limitaient le repli à 0,4%. Dans une étude récente, l'institut Xerfi constate, sur la période 2010-2013, que le chiffre d'affaires moyen des premiers (600 000€) est nettement inférieur à celui des franchisés (1 M€). Mais c'est sans incidence sur les taux de résultat d'exploitation : voisins en 2010-2012 (les franchisés étaient même en retrait de 0,5 point), ils sont identiques en 2013, à 2,1%. Les deux formes d'organisation sont donc à égalité dans la difficulté : en quatre ans, leur rentabilité a chuté de moitié... C'est plutôt entre les segments de marché que des différences apparaissent : le taux de résultat d'exploitation moyen des franchisés de lingerie a ainsi dépassé 8% sur la période, tandis que celui des discounteurs a été très modeste, voire négatif.

Lyon et un à Brest, et souhaite en ouvrir cinq autres en 2015.

Plusieurs enseignes étrangères sont également en phase de développement en France. Pour les vêtements enfants, citons l'italien **Cycleband**

(2 corners actuellement) et l'espagnol **Gocco** (3 magasins). En chaussure, l'espagnol **Callaghan** et **Baldi London** (une marque originaire d'Arménie) souhaitent ouvrir leurs premières boutiques. C'est aussi le cas de la marque espa-

En hausse

Pour poursuivre son développement, notamment dans les villes moyennes, **Eram** souhaite ouvrir des boutiques en franchise. L'enseigne compte actuellement 291 succursales, 35 franchises et 14 affiliés.

En baisse

Vivarte pourrait fermer 220 boutiques **André, La Halle** et **La Halle aux chaussures, Zannier (Catimini, Chipie)** a adopté un plan social concernant 240 postes, dont certains en magasin.

gnole de T-shirt **Pampling**. Les détaillants qui préfèrent jouer la sécurité se tourneront plutôt vers les enseignes bien implantées dans notre pays que nous présentons dans les tableaux des pages suivantes. ■

BENOÎT DELOL