

Flormar et Carpisa, nouveaux venus chez Beaumanoir

Pour optimiser au mieux l'utilisation de ses plus petites surfaces, plus guère adaptées au prêt-à-porter, le groupe Beaumanoir lance deux nouvelles enseignes, Flormar, sur le maquillage, et Carpisa, sur la maroquinerie.

Carpisa, à Charleville-Mézières, sur le site d'un ancien Bréal. Flormar, à Brive-la-Gaillarde, sur celui d'un ancien Scottage... L'avantage, quand on dispose d'un large panel d'enseignes, est de pouvoir installer au mieux la bonne marque au bon endroit. Une politique que Beaumanoir sait visiblement bien mener. En vérité, une nécessité. La mode change, les habitudes de consommation et les attentes de la clientèle, aussi. Par conséquent, les enseignes également. Sauf que, s'il est possible de rénover les concepts, faire bouger les murs s'avère nettement plus compliqué.

Deux griffes bien affûtées...

Or, comment faire pour s'adapter quand, comme c'est le cas chez Beaumanoir, on est présent sur le territoire depuis plus de trente ans, avec plus de 1 500 boutiques en France? Dans le lot, forcément, quelques-unes qui ne sont plus guère accordées aux mœurs nouvelles...

«La tendance, dans le prêt-à-porter, est de voir les surfaces de vente s'agrandir, précise Claire Emerit, responsable des enseignes Flormar et Carpisa chez Beaumanoir. Nos enseignes historiques de prêt-à-porter libèrent ainsi des

UNE STRATÉGIE D'OPTIMISATION MALIGNE

■ **Les modes de consommation changent.** Savoir installer la bonne marque, au bon endroit, dans les bons murs, devient primordial.

■ **Beaumanoir s'appuie sur des concepts internationaux,** déjà bien rodés et œuvrant sur des secteurs porteurs.

3 Le nombre de magasins Flormar ouverts, à La Rochelle, Brive et Annemasse

1 Le nombre de magasin Carpisa ouvert, à Charleville-Mézières

100 m²

La surface de vente maximale de ces deux concepts
Source : Beaumanoir

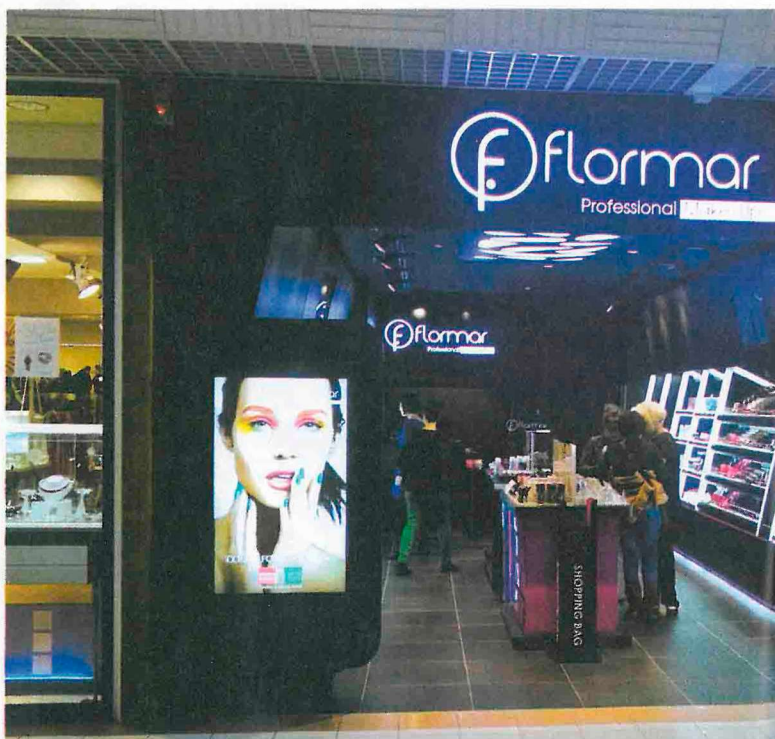
CONCEPT AUTONOME

Après les multistores de Beaumanoir et après des stands implantés au sein de boutiques Cache Cache, Flormar vit désormais sa vie en tant qu'enseigne autonome. Trois « monostores » viennent en effet d'ouvrir à Brive, La Rochelle et Annemasse.

magasins de petites surfaces sur lesquelles Flormar et Carpisa peuvent, elles, s'exprimer. »

La première, Flormar, œuvre sur le maquillage et la beauté, tandis que la seconde, Carpisa, propose de la maroquinerie. Elles sont, à elles deux, les nou-

velles venues dans le catalogue Beaumanoir, en complément de Cache Cache, Bonobo, Bréal, Scottage, Morgan et La City. Deux concepts déjà bien rodés dans les multistores du groupe (lire LSA n° 2307), puisqu'on trouve Carpisa dans huit d'entre eux et Flormar dans dix-huit, auxquels s'ajoutent une trentaine de corners de 4 m² dans des boutiques Cache Cache. Et pas que dans ces multistores d'ailleurs, puisque, dans les deux cas, on a affaire à des enseignes internationales, développant



leur savoir-faire depuis des années déjà. Carpisa est solidement implantée en Italie, son pays d'origine, avec plus de 450 points de vente, et Flormar, entreprise turque, essaime partout en Europe. « C'était notre volonté de nous appuyer sur des marques déjà existantes et expérimentées, en déployant le concept et les gammes internationales dans un premier temps », explique Claire Emerit.

... « En phase d'optimisation »

En somme, du clés-en-main pour pouvoir aller vite? Oui et non, en fait... Oui, dans le sens où c'est toujours plus simple quand on sait pouvoir compter sur des idées bien ficelées. Mais non, si l'on entend par là que l'objectif est, demain, de voir fleurir partout ces nouvelles enseignes. « Notre priorité est à leur déve-

« La tendance, dans le prêt-à-porter, est à l'accroissement des surfaces de vente. Nos enseignes historiques libèrent ainsi des petites surfaces où Flormar et Carpisa peuvent s'exprimer. »

Claire Emerit, responsable des enseignes Flormar et Carpisa chez Beaumanoir



PHOTOS : GROUPE BEAUMANOIR

loppement en shop-in-the-shop dans nos multistores, sur lesquels nous misons beaucoup, avance Claire Emerit. Ces quatre monostores, trois pour Flormar et un pour Carpisa, sont en

SACS ET BAGAGES

Carpisa, concept italien, a besoin de 80 à 100 m² de surface en moyenne pour s'exprimer.



ANCIEN BRÉAL, NOUVEAU CARPISA

Le premier magasin Carpisa a ouvert à Charleville-Mézières le 13 mai 2015, sur le site d'un ancien magasin Bréal.



MAQUILLAGE ET ACCESSOIRES BEAUTÉ

Flormar propose plus de 1 500 références en maquillage et accessoires dans ses boutiques, aussi bien en multistores qu'en monostores.



phase d'optimisation. » Cela laisse augurer, en revanche, de jolies perspectives si la greffe prend : Flormar et Carpisa incarnent, en effet, une excellente manière d'occuper ces petites surfaces de 40 m², pour Flormar, et de 80 à 100 m², pour Carpisa, désormais plus adaptées au prêt-à-porter.

Flormar, créée en Italie dans les années 70, compte aujourd'hui 350 magasins dans le monde. La marque est présente en France depuis 2013 au sein de Beaumanoir et y propose environ 1 500 références en maquillage et accessoires. Quant à Carpisa, elle est également positionnée sur le créneau « cœur de cible » de Beaumanoir : à savoir que le maroquinier et bagagier italien offre de la qualité à petits prix. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL



EN FRANCE DEPUIS 2013

Flormar, concept international, est arrivé en France, au sein de Beaumanoir dès 2013. Et notamment via des ministands de 4 m² implantés dans les boutiques Cache Cache. Une manière de tester et valider le concept.