

REBONDIR

1 RUE DES ENTREPRENEURS
93400 SAINT OUVEN

Tel: 01 40 11 44 44
JUIN 2006

(Mensuel)
YP -0021918704-



COPIE INTERDITE SANS AUTORISATION DU CFC

RENDRE ► REUSSIR

ENTREPRENDRE

La franchise habille les enfants

Sur le marché tendu et concurrentiel du textile, le prêt-à-porter enfants en commerce organisé tire son épingle du jeu. Un secteur, marqué à la fois par une tendance à la segmentation et par des mouvements de restructuration, qui séduit les enseignes étrangères. De même que ses concepts s'épanouissent à l'international.

Réseaux en commerce organisé, succursalistes, chaînes dont le développement est mixte, enseignes discount : le choix qu'opèrent dans leur stratégie d'expansion les acteurs du prêt-à-porter pour les enfants est aussi diversifié que leur approche du marché à travers l'offre qu'ils déclinent. Si certains optent pour la commercialisation d'un produit donné, d'autres affirment leur positionnement sur une offre généraliste (du premier âge à l'adolescence), quand d'autres encore enrichissent leur gamme de textile de produits complémentaires comme les chaussures ou les accessoires.

Et parce qu'elles interviennent sur un marché concurrentiel, les chaînes de prêt-à-porter pour adultes trouvent dans l'offre pour les juniors un créneau à investir : des enseignes de notoriété élargissent leur gamme. Autant d'approches qui inspirent le commerce organisé. Les enseignes en réseau de franchise - et plus particulièrement dans ce secteur du prêt-à-porter, en commission-affiliation - ou encore dans une expression en groupement, résistent bien dans le marché globalement tendu du textile.

UNE PROGRESSION RÉGULIÈRE

L'équipement de la personne confirme sa place de poids lourd dans l'univers du commerce associé. Il totalise 246 réseaux sur les 929 (26,5 %) que dénombre la Fédération française de la franchise dans la photographie

des secteurs qu'elle établit à fin 2005.

Le secteur connaît une avancée régulière du nombre des enseignes depuis plusieurs années. Ce sont 22 chaînes supplémentaires qui sont apparues sur le marché en 2004 pour le porter à 227 réseaux, restaurant la progression du secteur après la baisse enregistrée en 2003. Celle-ci intervenant après deux ans stables (197 en

LA COMPAGNIE DES PETITS, DE ZÉRO À DIX ANS

Positionnée sur les vêtements pour les enfants jusqu'à dix ans, La Compagnie des Petits fête ses quinze ans cette année. Après l'ouverture de la première boutique en 1992, le lancement du réseau de franchise deux ans plus tard, l'enseigne a ouvert sa centième unité en France en 2001.

La chaîne, qui a procédé au déploiement de son nouveau concept l'an passé, se donne comme priorité son développement en France et à l'interna-



tional avec une prévision d'ouverture de vingt-cinq unités pour cette année. La Compagnie des Petits est présente dans une zone de chalandise (l'au moins 30 000 habitants. Elle exprime son concept sur une surface moyenne du point de vente de 70 mètres carrés (plus 15 mètres carrés de réserve). Elle recherche des candidats possédant le sens du contact et du commerce, attirés par le produit et présentant des qualités de gestionnaires.

