

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE LINGERIE

- GROUPE ETAM
- GROUPE CHANTELLE
- BODY ONE
- CANNELLE-ROUGEGORGE
- SOLEIL SUCRE
- VALEGE
- LES DESSOUS D'ANGELE
- .PRINCESSE TAM-TAM
- .GROUPE CALIDA - AUBADE
- .

LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE ETAM

- HISTORIQUE
- LES CHIFFRES CLES
- LES ENSEIGNES
 - 123
 - ETAM
 - UNDIZ
 - WMK

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- **1916** : Max Lindemann, qui dirige les Etablissements Mayer, décide de vendre directement ses produits au public et fonde la première boutique de bas Etam, en Allemagne.
- **Années 1920** : La famille Lindemann fonde des sociétés Etam en Argentine, Belgique, France, Hollande et Grande-Bretagne.
- **1925** : Naissance de la société Setamil (fondée par Martin Milchior) qui développe un réseau de boutiques d'articles de lingerie en Belgique, puis en France (1929).
- **1928** - Ouverture de la 1ère boutique Etam à Paris au 376, rue Saint-Honoré
- **1958** : Pierre Milchior, entré dans l'entreprise familiale en 1955, prend la direction de Setamil au décès de son père.
- **Années 1960** : Rapprochement des sociétés Etam France et Setamil pour développer le commerce de lingerie (49 magasins en 1963) et lancer une activité de prêt-à-porter sous la marque Etam.
- **1963** - Création d'Etam Prêt-à-Porter
- **1965** - Etam met au point ce qui sera appelé par la suite le réassort automatique permanent, à savoir une technique d'approvisionnement en flux tendu pour ajuster en permanence l'offre aux désirs des clientes
- **Années 1970** : Naissance en Grande-Bretagne de la marque Tammy destinée aux adolescentes.
 - Etam innove avec les premiers soutiens-gorge accrochés sur cintre
- **1975** - Etam Lingerie est la première enseigne à utiliser du jersey en Lingerie de Nuit
- **Années 1980** : Le groupe Etam (France) rachète Etam Belgique à la famille Lindemann et s'implante en Espagne et au Luxembourg. En France, il lance la marque 1.2.3 pour une cliente plus classique et haut de gamme. Etam Grande-Bretagne entre au London Stock Exchange.
- **1981** - Le premier slip plié est vendu en boîte en France
- **1983** - Lancement de la marque 1.2.3
- **1985** - Etam crée le soutien-gorge coque non cousu
- **Années 1990** : Le groupe Etam ouvre des boutiques en Allemagne et en Chine. 1.2.3 lance l'enseigne 1.2.3 lingerie.
- **1995** - Ouverture du 1er point de vente en Chine
- **1997** : Etam Développement, société mère du Groupe Etam, entre au Second Marché de la Bourse de Paris. Le Groupe compte environ 650 magasins.

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- **1998** : Etam Développement prend le contrôle de sa cousine Etam Plc (Grande-Bretagne) via une OPA/OPE amicale.
- **1999** : Etam ouvre trois premiers magasins en Italie et se développe en franchise au Liban et en Arabie Saoudite.
- **2000** : Ouverture des premiers magasins au Japon, en Tunisie, au Portugal, à Bahreïn et ouverture des premiers magasins mixtes de grand format. Le Groupe met en place une organisation internationale pour ses collections de prêt-à-porter Etam. Contrairement aux attentes, cette nouvelle organisation n'a pas eu les effets positifs attendus et a entraîné un affaiblissement de la réactivité de l'entreprise ainsi que des résultats négatifs interrompant de très nombreuses années de croissance et de profits. Le Groupe, très rapidement, a pris la décision de revenir à des collections locales.
- **2001** - Ouverture de la Cité de la Femme au 73, rue de Rivoli
- **2001** : Etam et 1.2.3 ouvrent à Paris leurs magasins mixtes de grand format. Le Groupe accueille Jean-Claude Darrouzet nommé Président-Directeur Général d'Etam SA et met en place un plan de redressement afin de retrouver rapidement une situation économique saine ainsi qu'une meilleure réactivité de ses opérations.
- **2002** : Les mesures annoncées dans le cadre du plan de redressement et leur mise en œuvre permettent à Etam Développement de redresser sensiblement ses résultats et de revenir aux profits. Après plusieurs années de pertes, l'équilibre d'exploitation est atteint en Grande-Bretagne. L'avancement rapide du plan permettra au Groupe de renforcer progressivement son développement en Europe et à l'international.
- **2003** : Le Groupe a poursuivi la mise en œuvre des actions entreprises en 2002 pour repositionner ses marques en France, développer la lingerie en Europe et multiplier ses points de vente en Chine et dans les franchises internationales. Il a aussi poursuivi les actions visant à améliorer la réactivité de son cycle d'approvisionnement, maîtriser ses coûts et réduire sa dette. Les objectifs que le Groupe s'était fixés ont été globalement atteints à l'exception du Royaume-Uni où il a de nouveau connu des dysfonctionnements.
- **2004** : Dans un environnement marqué par les pressions déflationnistes en Europe, le Groupe a poursuivi ses efforts pour repositionner la marque Etam Prêt-à-Porter et développer la lingerie. La marque 1.2.3 a confirmé le bien fondé de son repositionnement.
- L'année 2004 a surtout été marquée par les dysfonctionnements de l'activité au Royaume Uni qui ont conduit le Groupe à se désengager de sa filiale anglaise le 7 avril 2005. Cette situation a fortement impacté les comptes de l'exercice 2004.
- **2006** - Implantation Etam en Inde
- **2007** - Lancement de la marque Undiz

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- **2009** - Etam va quitter la Belgique, l'Italie et l'Inde, après avoir réalisé en 2008 un chiffre d'affaires en baisse de 5,1% à 969,4 millions d'euros, a-t-elle annoncé mercredi dans un communiqué. Etam, également propriétaire des magasins de prêt-à-porter féminin 1.2.3, prévoit de fermer ses 39 magasins en Belgique et 10 magasins en Italie. Ils employaient au total 17.000 personnes à fin décembre. En Inde, Etam arrête son partenariat avec la société Pantaloon. Présent dans ce pays depuis 2006, Etam y codétenait 43 points de vente. En revanche, il conserve ses activités en France, en Chine, en Pologne, en Espagne et en Allemagne. Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires s'est élevé à 269,9 millions d'euros, en baisse de 0,9% à surface et taux de change constants mais en hausse de 7,8%, grâce à l'appréciation du yuan face à l'euro.
- Co-gérante et actionnaire à hauteur de près de 12% du capital de l'enseigne textile Etam, la famille Milchior envisage de racheter les 23,25% détenus dans la société par le fonds Fitema Participations. En se basant sur le cours de bourse de jeudi, l'opération devrait coûter 37,4 millions d'euros à la famille Milchior. Etam (1 milliard de CA en 2008) est actuellement co-gérée par trois actionnaires, les Milchior (11,94% du capital), la famille Tarica (10,03%) et le fonds Fitema Participations (23,25%). Les 55% restants sont cotés en Bourse.
- **2010** - Etam Développement a déposé un projet d'offre publique de rachat d'actions (OPRA), au prix unitaire de 35 E, sur 26,5 % du capital environ, soit 100 M E. Si l'opération réussit, le concert des deux actionnaires majoritaires, les familles Milchior et Tarica, qui réservent cette offre aux minoritaires, détiendront 68,5 % du capital (50,3 % aujourd'hui), le solde allant au flottant

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- Créé en 1916, le Groupe Etam est aujourd'hui un acteur international sur le marché de la mode féminine (pret-à-porter, lingerie et accessoires).
- Son activité consiste dans la conception et la distribution de produits de mode adaptés aux attentes de ses clientes.
- D'abord centré sur son activité de lingerie, le Groupe a ouvert ses premiers magasins de prêt-à-porter dans les années 1960. Après plusieurs années de forte croissance et pour préparer ses ambitions de développement, le Groupe entre sur le second marché
- Fin décembre 2005, le Groupe compte plus de 12 000 collaborateurs et anime un réseau de plus de 3 000 points de vente dans plus de 40 pays à travers le monde à l'enseigne de ses différentes marques. Chaque marque conçoit ses collections et fait appel à un styliste
- Le Groupe s'adresse aux femmes au travers de 2 marques distinctes et complémentaires :
 - ETAM - Une mode jeune dans un style féminin et chic Pret-à-Porter et Lingerie
 - 1-2-3- Le haut de gamme accessible
- Il couvre la majeure partie du marché de l'habillement féminin.
- En 2005, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 878,5 millions d'euros (hors UK*).
 - (*) Le groupe rappelle que sa filiale britannique Etam plc a été cédée le 7 avril 2005
- L'action Etam Développement est cotée sur Euronext Paris depuis le 20 juin 1997. Le prix d'introduction était de 51,83 euros. Les actions sont cotées sur le Compartiment B d'Eurolist Valeurs locales. Elles portent le code valeur ISIN FR0000035743.
- Depuis août 2007, Undiz, la nouvelle enseigne du Groupe Etam, fait ses premiers pas dans l'univers de la lingerie. Marque audacieuse, concept novateur, communication insolente, mais qui est Undiz ?
- A l'origine d'Undiz, la volonté de proposer aux filles d'aujourd'hui une lingerie qui leur ressemble. Loin de la femme objet parée d'une lingerie séduction, les filles du troisième millénaire s'assument, sont indépendantes, autonomes et ont envie d'une lingerie dans laquelle elles se reconnaissent.

LE COMMERCE EN FRANCE



LES CHIFFRES CLES

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- Fin décembre 2006, le Groupe compte plus de 16 000 collaborateurs et anime un réseau de plus de 3 400 points de vente dans plus de 40 pays à travers le monde à l'enseigne de ses différentes marques. Chaque marque conçoit ses collections et fait appel à un spécialiste-designer
- Il couvre la majeure partie du marché de l'habillement féminin.
- En 2006, le Groupe Etam a réalisé un CA de 960,2 millions d'euros H.T.
- Le Groupe s'adresse aux femmes au travers de 2 marques distinctes et complémentaires :
 - etam
 - 1,2,3

nombre de magasins groupe ETAM

PAYS 2005	nombre de magasins
Allemagne	46
bénélux	95
France	656
Espagne-Portugal	72
Italie	23
chine	2067
franchises	111
total monde	3070

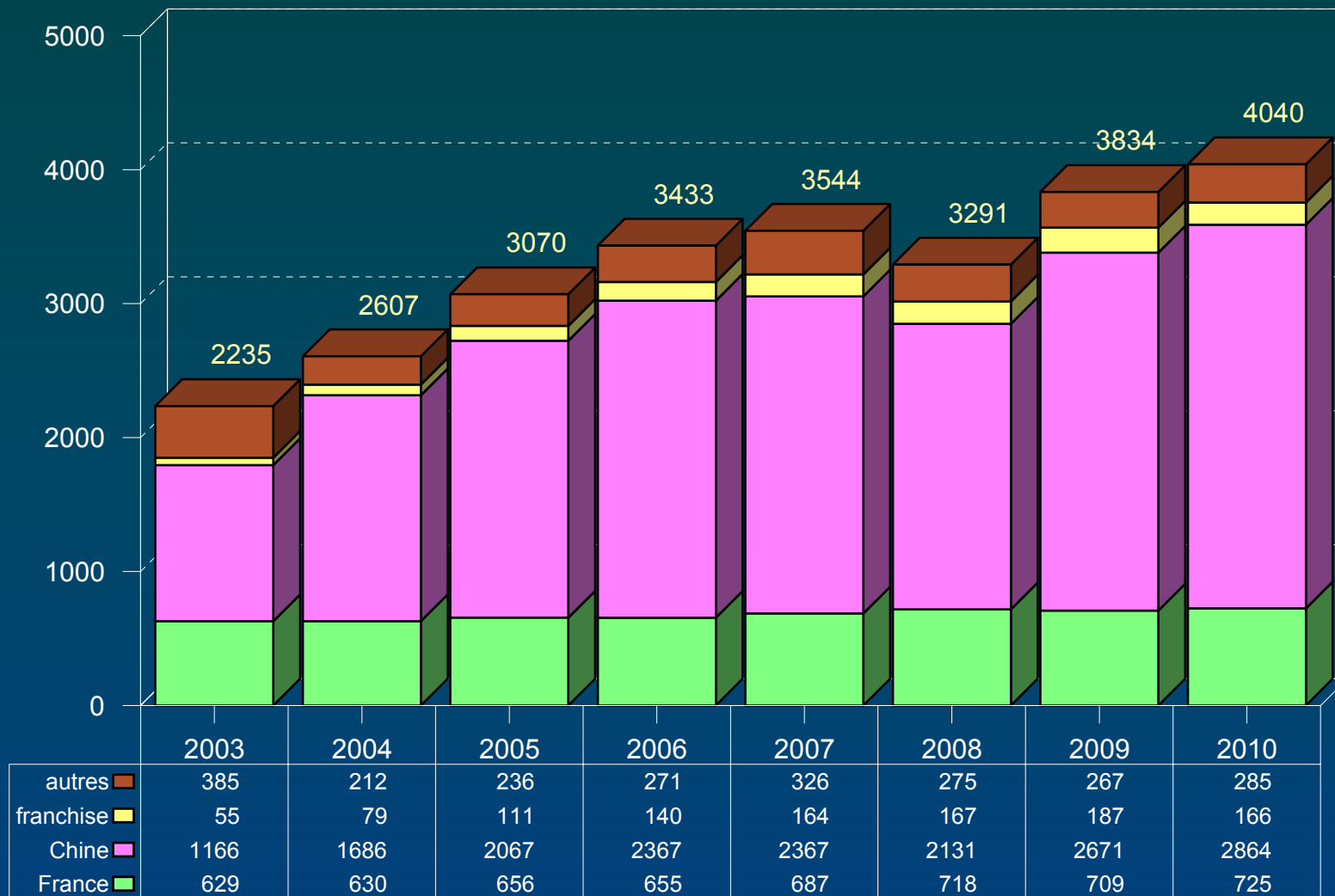
LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE ETAM

- 2009
- Chiffres clés
 - 1020,0 Millions euros de chiffre d'affaires HT en 2009
 - plus de 4 100 points de vente dans le monde
 - plus de 18 000 collaborateurs dans le monde
- Zoom sur la France
 - 718 magasins
 - 4 entrepôts : Etam PAP à Compans, Etam Lingerie à Goussainville, 1.2.3 à Compans et Undiz à Mitry Mory
 - 1 centre technique à Mouvaux
- Le groupe Etam Développement est divisé en cinq départements :
 - Etam Prêt-à-porter,
 - Etam Lingerie,
 - Undiz Lingerie,
 - 1.2.3., une enseigne plus haut de gamme de mode,
 - 1.2.3. Lingerie,

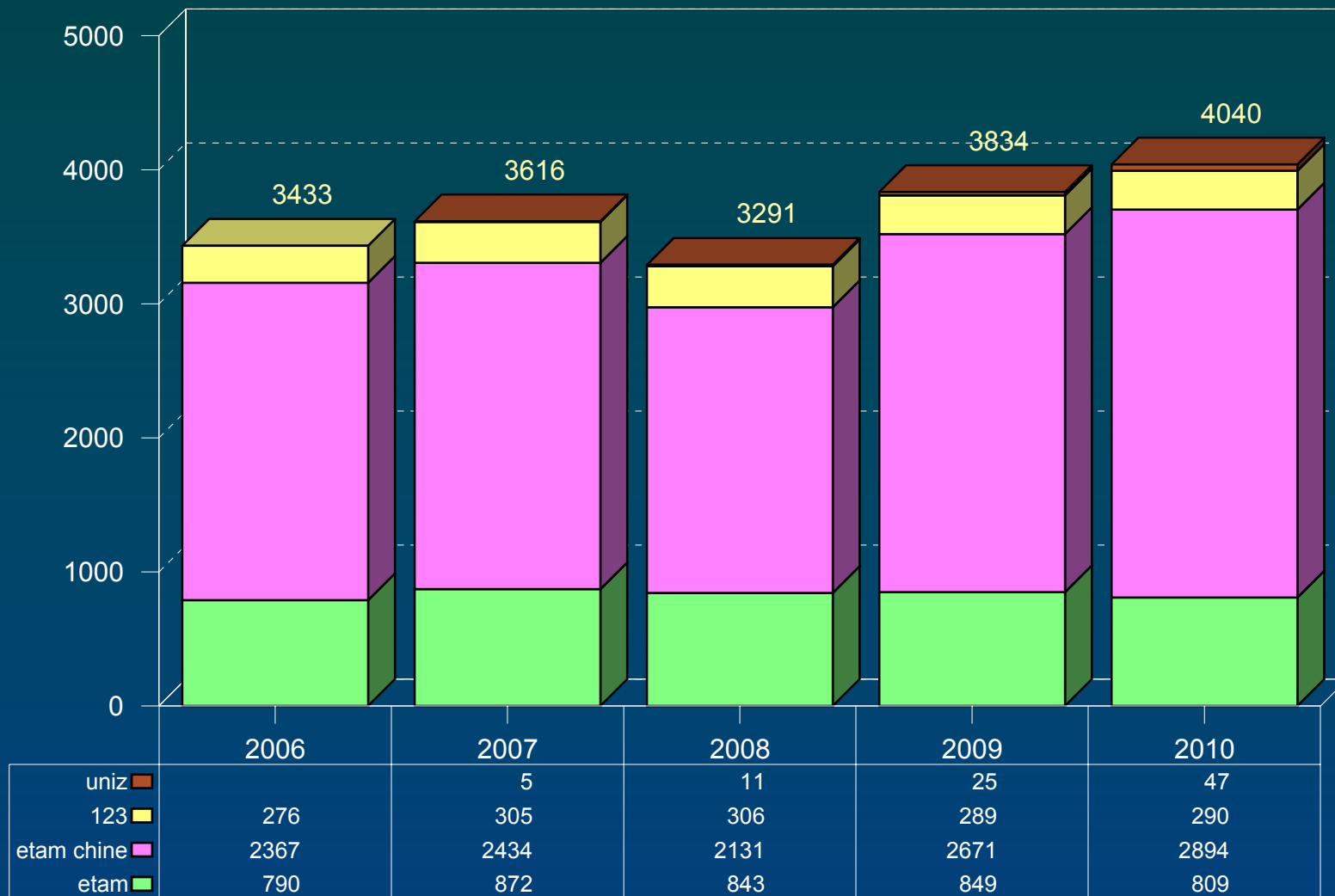
LE COMMERCE EN FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS DU GROUPE ETAM



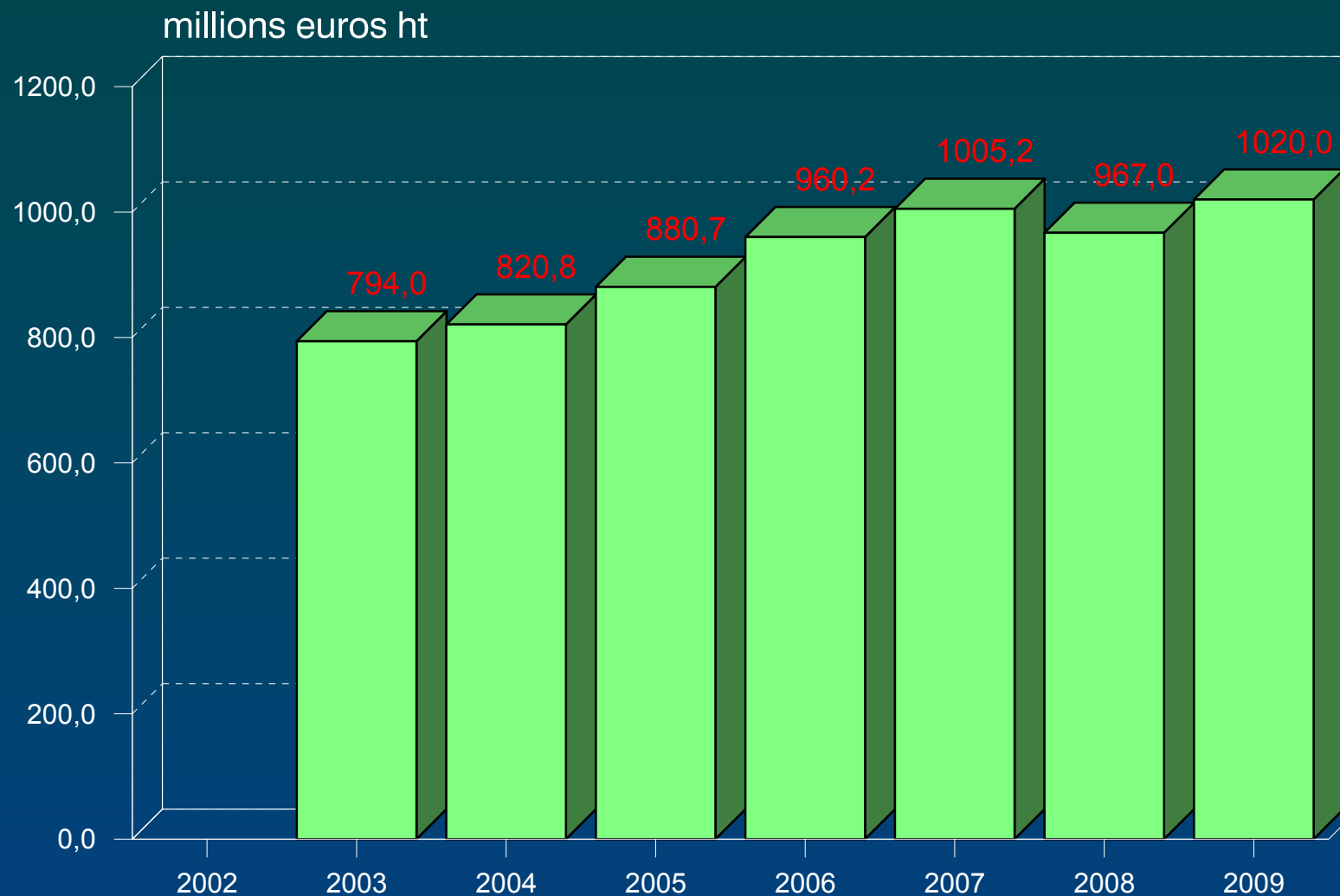
LE COMMERCE EN FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS DU GROUPE ETAM



LE COMMERCE EN FRANCE

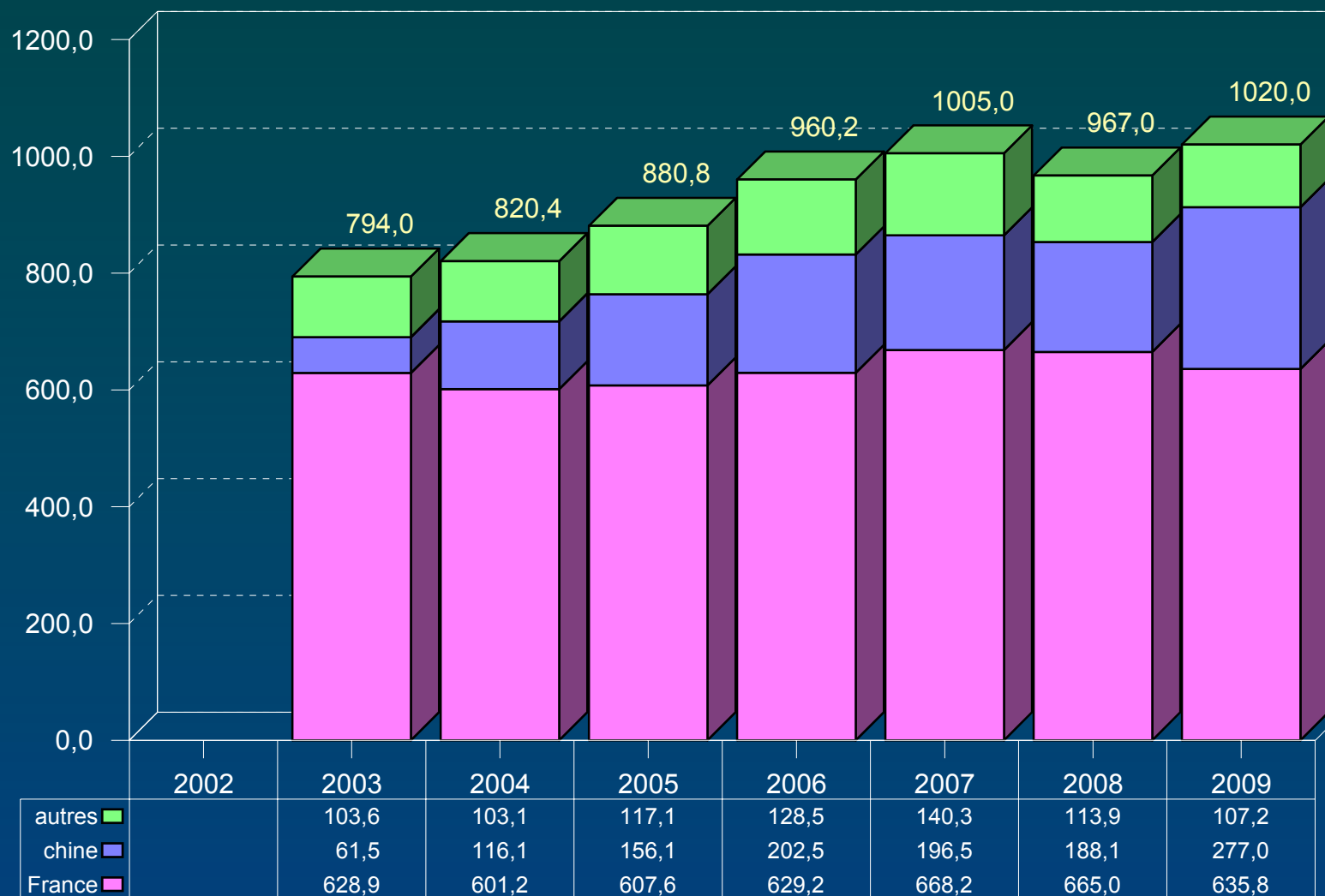
CHIFFRE AFFAIRES DU GROUPE ETAM



LE COMMERCE EN FRANCE

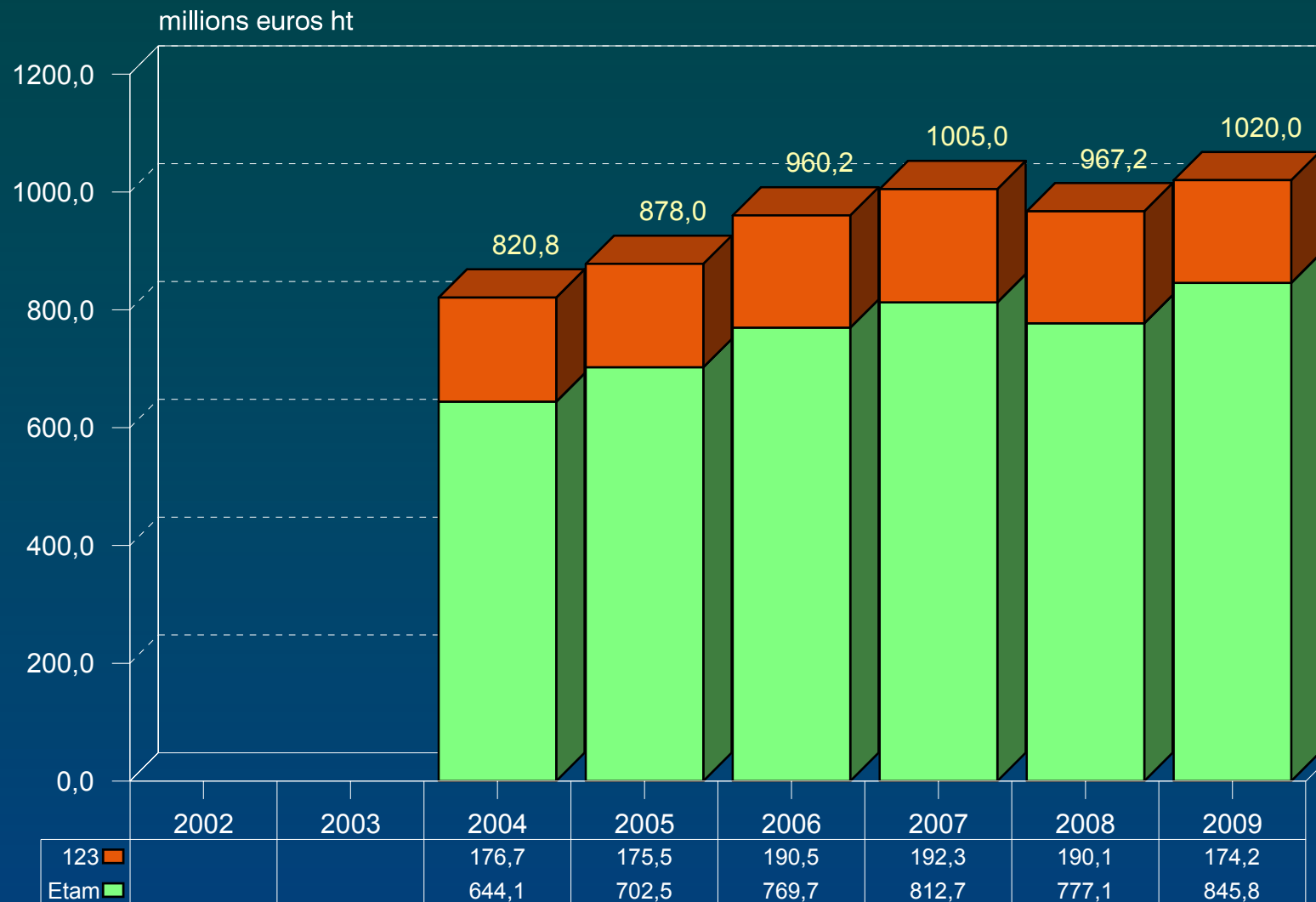
CHIFFRE AFFAIRES GROUPE ETAM

millions euros ht



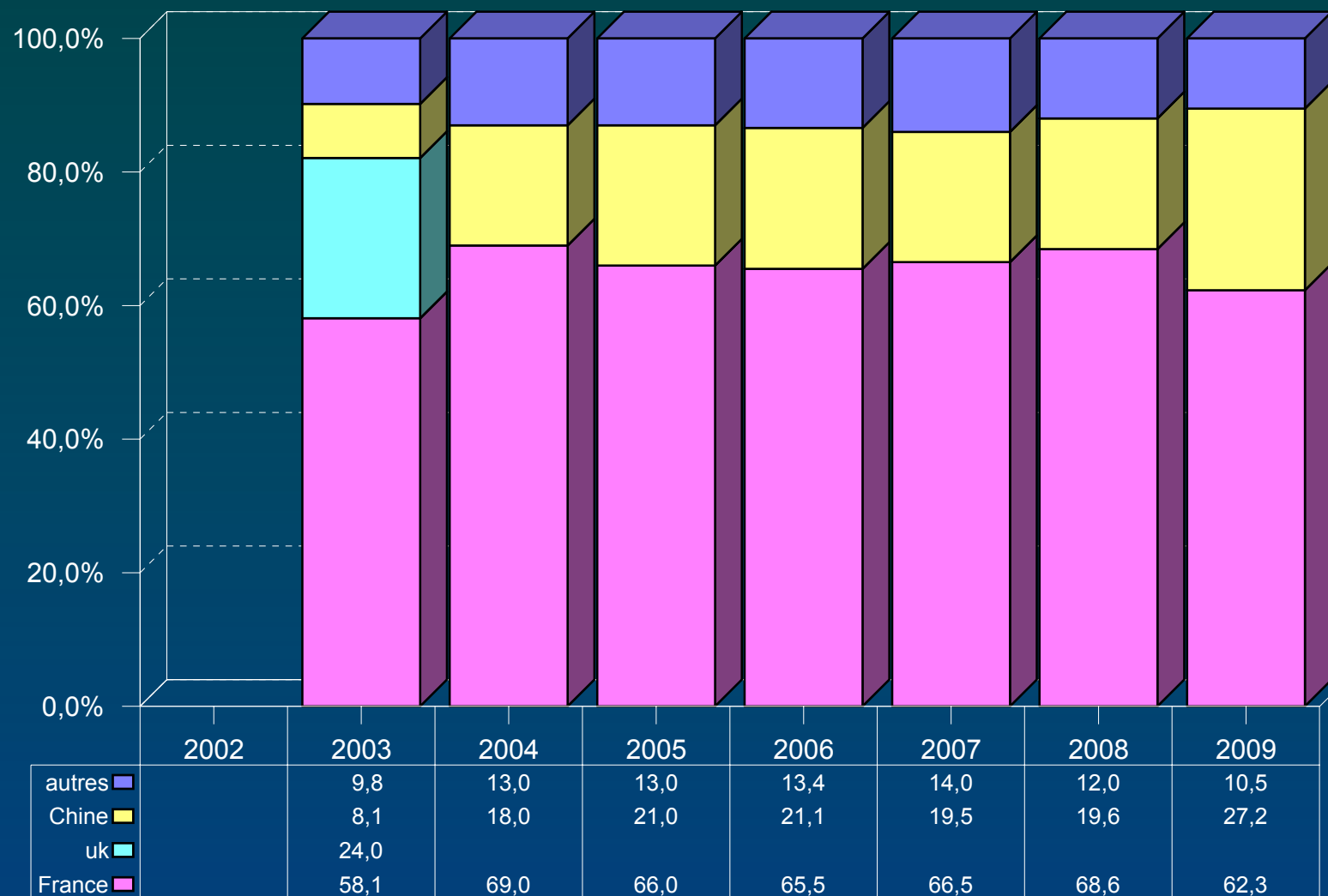
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES GROUPE ETAM



LE COMMERCE EN FRANCE

STRUCTURE DU CHIFFRE AFFAIRES ETAM



LE COMMERCE EN FRANCE



123

LE COMMERCE EN FRANCE

1 2 3

- 1.2.3. prêt-à-porter propose toute une gamme de vêtements et d'accessoires de mode féminins.
- Implantée dans la France entière, l'enseigne conçoit, distribue et commercialise ses vêtements.
- Le style 1.2.3. convient à tous les âges et tous les styles, du classique revisité au chic contemporain.
- L'enseigne propose entre autres tailleurs, pantalons, chemises, et robes, qui, selon les envies, pourront être agrémentés de ceintures, chaussures et sacs à main assortis, et qui permettront de créer un style suivant l'envies. De plus, les magasins offre la possibilité de changer d'avis en échangeant ou en remboursant le produit. Ils réalisent aussi et gratuitement des retouches simples et dans les meilleurs délais.

Pays	Nb de magasins	Nb de magasins
123	2005	2010
Allemagne	53	67
Belgique	13	17
Luxembourg	2	2
autres	12	23
France	190	180
TOTAL	270	289



LE COMMERCE EN FRANCE



ETAM

LE COMMERCE EN FRANCE

ETAM

- etam
 - rayons
 - lingerie
 - pret-a-porter
 - accessoires
- etam vente en ligne
 - Nous livrons partout en France (sauf dans les DOM TOM), Açores, Allemagne, Autriche, Belgique, Canaries, Danemark, Espagne, Finlande, Irlande, Italie, Luxembourg, Madère, Norvège, Pays-bas, Portugal, Royaume Uni, Suède et Suisse.



LE COMMERCE EN FRANCE



UNDIZ

LE COMMERCE EN FRANCE

UNDIZ

- UNDIZ diminutif d'underwear, "sous-vêtements" en anglais, propose des sous-vêtements fashion à prix attractifs, destinés aux 15-25 ans. L'enseigne a été lancée dans les centres commerciaux fin 2007.
- Etam rachète 7 magasins Secrets Dessous en 2008. L'objectif est de compléter son réseau de magasins sous les enseignes Etam Lingerie et Undiz. En effet, des 7 points de vente Secret Dessous, 2 seront sous l'enseigne Undiz et 5 sous l'enseigne Etam Lingerie
- 2010
- 50 magasins en France



LE COMMERCE EN FRANCE



WMK

LE COMMERCE EN FRANCE

WMK

- WMK est une enseigne lancée en 1997 par Etam et Celio. Le nom WMK signifie "Women, Men, Kids". L'enseigne propose des vêtements de style basique, décontracté, déclinés dans des couleurs tendances et présentant des coupes faciles à porter, le tout à un très bon rapport qualité/prix. L'offre de vêtements est complétée par celle de bijoux fantaisie, de sacs, de chaussures, ainsi que d'articles de décoration (bougies parfumées, cadres photo..).
- Côté magasins, l'aménagement entend refléter à la fois la chaleur italienne, l'organisation américaine et la délicatesse asiatique. Les magasins WMK sont spacieux (1000 m² en moyenne) et bénéficient d'une décoration aux accents new-yorkais.
- Depuis 1999, WMK a rejoint les deux premiers actionnaires de l'enseigne (Etam et Celio). En l'an 2000, WMK compte 13 magasins en région parisienne et en province ; l'enseigne compte ouvrir rapidement de nouveaux magasins.
- **2010** - Créé par Celio et Etam, WMK a commencé par vendre ses vêtements à petits prix dans les zones commerciales. Aujourd'hui, elle veut trouver sa place en centre-ville.
- L'arrivée de Bernard Arnault dans le capital il y a un an a aidé WMK à opérer sa montée en gamme
- Reste à réussir le pari. Après Bordeaux, dix-sept autres ouvertures sont prévues en France cette année. Les actionnaires ont un objectif de 600millions de francs de chiffre d'affaires d'ici à deux ans.

LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CHANTELE

- HISTORIQUE
- LES CHIFFRES
- LES ENSEIGNES
 - DARJEELING
 - ORCANTA
 - CHANTELE
 - PASSIONATA

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE CHANTELLE

- Le groupe Chantelle propose, à l'échelle internationale, des marques de lingerie qui développe un lien de proximité avec leurs clientes.
- Les valeurs du groupe :
 - Le groupe Chantelle s'appuie sur son expertise de la mise en beauté du corps féminin et sur son savoir-faire dans tous les métiers, allant de la création à la distribution. Le Groupe Chantelle contribue au bien être de la femme.
 - Le Groupe Chantelle croit en un développement continu, maîtrisé et pérenne. Quatre valeurs sont jugées essentielles :
 - Excellence : le sens de l'excellence dans l'ensemble de ses réalisations
 - Ecoute : l'écoute active de l'environnement externe et interne, orientée vers la satisfaction de la cliente
 - Esprit d'entreprise : l'esprit d'entreprise et d'initiative au service du développement du Groupe
 - Ensemble : la capacité de travailler ensemble dans la convivialité et le respect

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE CHANTELLE

- Élégante, contemporaine, la marque Chantelle est connue dans le monde entier. Marque d'origine, elle représente près de la moitié du chiffre d'affaires Groupe. Chantelle a su se renouveler et être à l'écoute des femmes depuis plus de 50 ans.
 - Darjeeling s'adresse aux femmes qui séduisent avec naturel. Cette marque enseigne, née en 1995 compte aujourd'hui plus de 100 points de vente. Les boutiques Darjeeling proposent une large collection de lingerie et de corseterie à prix doux.
 - Orcanta Lingerie est une enseigne de distribution spécialisée en lingerie féminine multimarque, avec un positionnement haut de gamme. L'offre présentée sur cintre en libre accès est composée de produits de marques reconnues notamment Chantelle et Passionata
 - Passionata est la nouvelle marque de lingerie-beauté accessible et moderne. Lancée en 1988, elle affirme sa forte présence européenne dans une distribution large (sélectif et GMS).
- En constante progression, le chiffre d'affaires en 2007 devrait dépasser les 400 millions euros, dont plus de 60% réalisés à l'international.
- Chantelle en quelques chiffres :
 - Le 1er fabricant français de lingerie féminine
 - une équipe managériale jeune avec un âge moyen de 38 ans.
 - Un chiffre d'affaires qui dépasse les 400 millions d'euros, dont plus de 60% sont réalisés à l'étranger.
 - Un effectif de 7000 collaborateurs répartis dans plus de 25 pays.
 - 3000 km de dentelle utilisés par an pour fabriquer 20 millions de sous-vêtements, distribués dans près de 100 pays.

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE CHANTELLE

- 2010

- Le Groupe en chiffres :

- 325 millions euros de chiffre d'affaires
- 50% du chiffre d'affaires hors France
- 15 millions de pièces fabriquées par an
- 15 000 km de broderie et dentelles achetés par an
- 6200 salariés
- 14 filiales commerciales
- 10 établissements industriels
- 4 plateformes logistiques
- 10 000 points de vente environ à travers le monde
- 190 magasins en propre en France et en Allemagne

- Le Groupe Chantelle est le seul groupe de lingerie française ayant une telle ampleur internationale.
- Dès les années 1960, l'entreprise a mis en oeuvre sa volonté d'adaptation aux marchés locaux et à leurs circuits de distribution en ouvrant des filiales commerciales à l'étranger.
- Tant par ses activités commerciales qu'industrielles, le Groupe Chantelle est fier d'avoir développé une très forte dimension multiculturelle.
- Aujourd'hui le groupe est présent dans 23 pays d'Europe, d'Amérique du Nord, d'Afrique du Nord et d'Asie avec ses filiales ou bureaux commerciaux et ses établissements

LE COMMERCE EN FRANCE

DARJEELING

- Darjeeling, la belle enseigne qui grandit.
- Créée en 1995 et destinée aux femmes sensibles à la mode et à une certaine authenticité, qui recherchent la qualité mais à des prix accessibles, la marque Darjeeling a déjà conquis sa cible, tant dans le domaine de la corseterie que du maillot de bain ou de la lingerie de nuit.
- Exploitant aujourd'hui plus de 100 boutiques, toutes situées en centre ville ou en centres commerciaux, avec un rythme d'ouverture de dix nouveaux points de vente par an, Darjeeling est devenu en peu de temps un des acteurs majeurs de la distribution, profitant pour cela de l'appui du Groupe Chantelle, n°1 français sur le marché de la lingerie féminine.
- 2010
 - 110 magasins en France
 - 10 magasins en Italie

LE COMMERCE EN FRANCE

ORCANTA

- Orcanta Lingerie, filiale du groupe CHANTELLE
- Le groupe Chantelle propose, à l'échelle internationale, des marques de lingerie qui développe un lien de proximité avec leurs clientes.
- Historique et perspectives :
- Quelques dates clefs pour Orcanta Lingerie
 - C'est en novembre 1996 que la première boutique Orcanta Lingerie ouvre ses portes dans le Centre Commercial Belle Epine en banlieue parisienne. Presque simultanément, deux autres boutiques s'ouvrent.
 - Le mois de janvier 1997 marque le coup d'envoi d'une politique d'ouverture massive qui donne lieu à l'ouverture de 24 boutiques sur l'année. Orcanta Lingerie reçoit cette année-là le prix de l' "Enseigne d'Or".
 - A compter de 1998, les ouvertures de boutique se succéderont jusqu'à porter à ce jour le nombre des boutiques à 65.
- 2010
 - 65 magasins en France

LE COMMERCE EN FRANCE

CHANTELLE

- Première marque du Groupe, Chantelle est aussi la plus internationale ; ses premiers marchés sont les Etats-unis, la France et l'Allemagne.
- Depuis 2007, retrouvez tout l'univers de la marque dans les boutiques Chantelle Paris en France.

LE COMMERCE EN FRANCE

PASSIONATA

- Née en 1988, Passionata a réaffirmé la féminité des femmes et démocratisé la lingerie fine. Elle affirme sa forte présence européenne avec une distribution large : détaillants, grands magasins, grande distribution et depuis 2008 avec ses propres boutiques Passionata en France et en Allemagne.
- 2010
 - 5 magasins en France
 - 3 magasins en Allemagne

LE COMMERCE EN FRANCE



BODY ONE

LE COMMERCE EN FRANCE

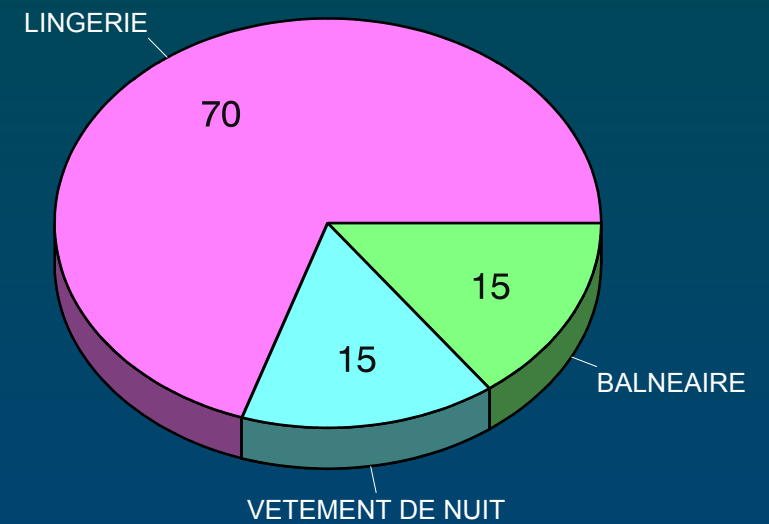
BODY ONE

- Date de création de l'entreprise : Septembre 1998
- Date de création de l'entreprise en franchise : Janvier 2000
- En 1998, le premier magasin Body One voit le jour. C'est le début d'une très belle histoire à laquelle vous allez pouvoir prendre part. Dès sa création, l'entreprise s'appuie sur de vraies compétences, dont celles de son fondateur, Marc Seroussi, qui, fort de ses 25 ans d'expériences dans la distribution, installe un véritable esprit d'entreprise.
- 2005 - introduction en bourse
 - Body One est la 1^{ière} marque de lingerie introduite à la Bourse de Paris. Aujourd'hui, Body One est non seulement synonyme de produits de qualité à des prix abordables, mais aussi un vecteur de bien-être et d'expression corporelle pour toutes les femmes. Notre objectif a toujours été de satisfaire les besoins individuels de notre clientèle et de nos franchisés. Pour l'un comme pour l'autre, nous adaptons et faisons évoluer en permanence nos produits, nos moyens et nos services.
 - BODY ONE est une chaîne de magasins en franchise qui compte 100 magasins en France dont 3 magasins propres
- Les points forts de Body One
 - Une actualisation permanente des modèles tout au long de l'année
 - Des stocks adaptés en boutiques, une disponibilité de réassort immédiate en centrale
 - Une politique de prix étudiée et concurrentielle
 - Une offre de plus de 250 références par an
 - Une palette importante de couleurs et de matières répondant aux tendances du marché de la lingerie.
- 2008 - Placée en procédure de sauvegarde par le tribunal de Bobigny ,lingerie Body One vient d'être reprise par le groupe Ariel, selon une décision du 8 septembre 2009.
- 2010
 - 14 magasins en France

LE COMMERCE EN FRANCE

BODY ONE

STRUCTURE DU CHIFFRE AFFAIRES 2006

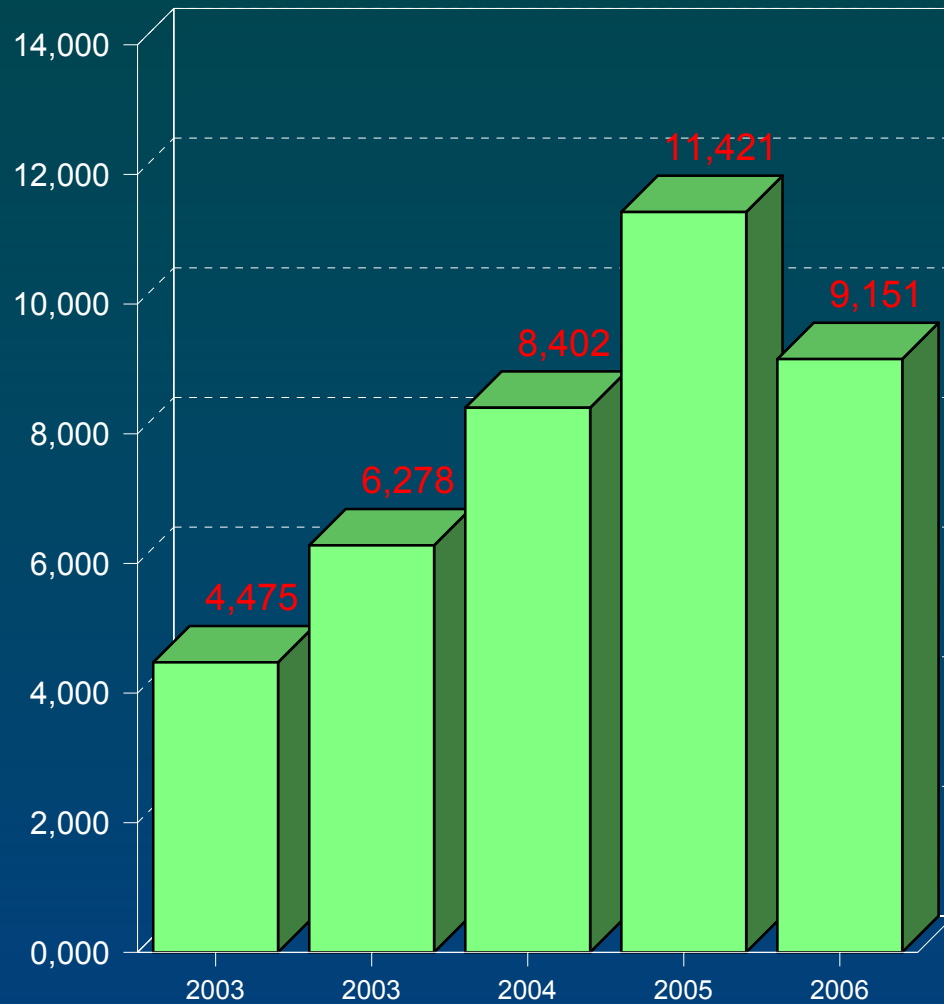


LE COMMERCE EN FRANCE

BODY ONE

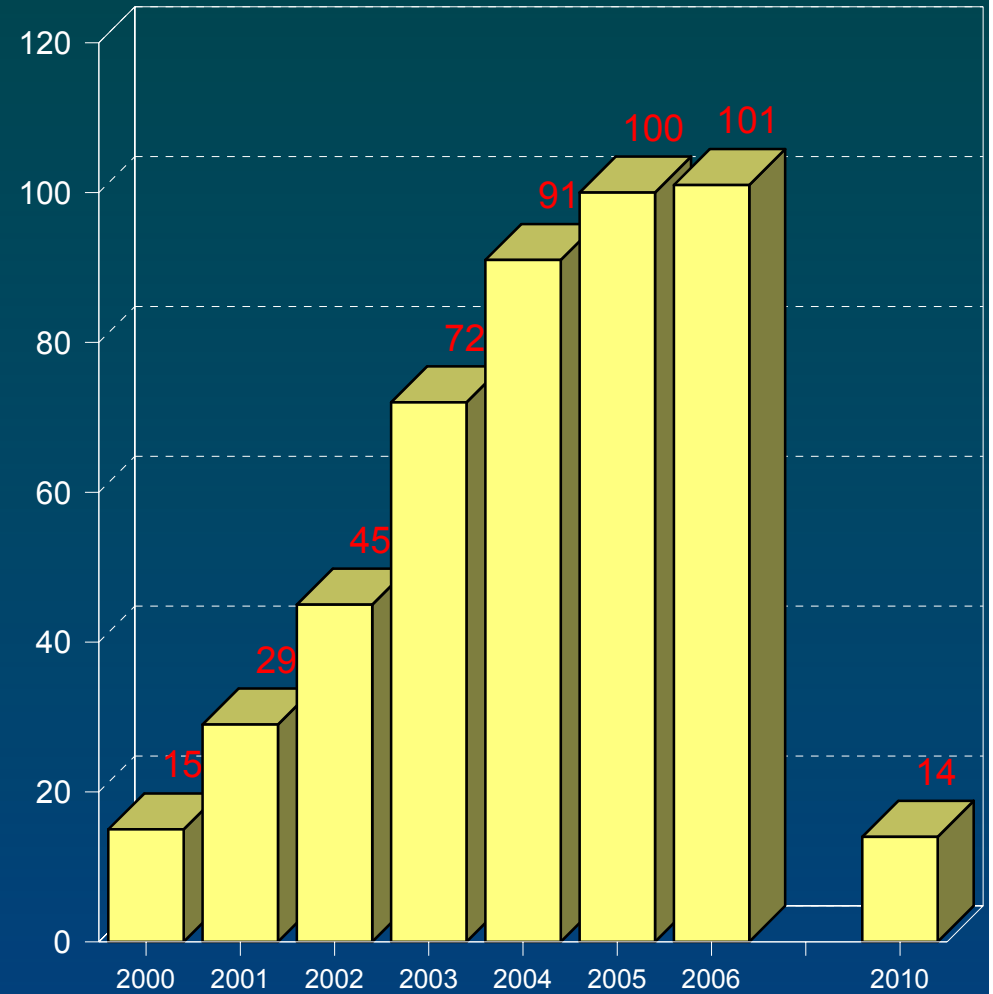
CHIFFRE AFFAIRES

CA EN MILLIONS EUROS



NOMBRE DE MAGASINS

NOMBRE DE MAGASINS



LE COMMERCE EN FRANCE



CANNELLE-ROUGE GORGE

LE COMMERCE EN FRANCE

CANNELLE

- **1992** : Lancement de magasins « Phildar Lingerie »
- **1998** : naissance de Cannelle-Un développement mixte en succursalisme et en Commission Affiliation
- Créée en 1998, par la holding Les Fils de Louis Mulliez, l'enseigne Cannelle développe un concept de distribution de lingerie féminine qui compte aujourd'hui plus de 115 boutiques.
- Le marché de la lingerie féminine :
 - un marché porteur
 - En progression régulière depuis plusieurs années, le marché de la lingerie féminine en France représente près de 18 % des dépenses de l'habillement féminin, soit plus de 2,6 milliards d'euros.
 - Produit très personnel, très technique, dont l'achat demande conseil et assistance, la lingerie féminine reste un produit de spécialistes.
- La cible Cannelle
 - Cannelle conçoit des collections exclusives pour toutes les femmes (cœur de cible 30-40 ans), modernes, soucieuses de leur raffinement, de leur séduction et de leur bien-être.
- Le concept magasin
 - En cohérence avec l'esprit Cannelle, le concept architectural est à la fois chaleureux dans son design, ses formes arrondies, et pratique dans son rangement.
 - Implantations souhaitées : Toute ville dans une zone de chalandise de 30 000 habitants minimum.
 - Surface de Vente : 80 à 100 m². Façade : 6 m minimum.
 - Emplacement : numéro 1 en centre ville ou centre commercial.
 - Zone de chalandise : 30 000 habitants minimum.
- **2006** - ouverture de 25 magasins cannelle
- **2007** - Cannelle est aujourd'hui la 2ème chaîne de lingerie en France avec 122 boutiques et poursuit son développement au rythme de 20 ouvertures par an.
- **2010** - Cannelle Lingerie est une marque de lingerie milieu-de-gamme qui touche la femme de 25 à 45 ans, avec un cœur de cible autour de 35 ans.
 - Depuis trois ans, l'enseigne ouvre entre 15 et 20 boutiques chaque année. A ce jour, le réseau compte 130 points de vente, dont 58 franchises.
- **2010** : Cannelle est devenue RougeGorge Lingerie

LE COMMERCE EN FRANCE

ROUGE GORGE LINGERIE

• 2010

- Après avoir racheté 17 magasins sous enseigne " Granita" en Belgique, le réseau de lingerie Cannelle change de nom et devient RougeGorge Lingerie . Propriété du groupe Mulliez, Cannelle Lingerie a vu le jour en 1992 et comptait au 1er janvier 2010 128 magasins en France, dont 56 en franchise ainsi que deux points de vente en Belgique. Dans ce pays, le réseau s'est enrichi de 17 points de vente début août suite au rachat du réseau " Granita".
- Avec ce changement de nom, l'enseigne compte devenir un acteur majeur de la lingerie féminine, multicanal, en France comme à l'étranger. Le changement d'enseigne des boutiques Cannelle devrait progressivement s'opérer d'ici la deuxième quinzaine du mois d'octobre.
- fin novembre, les 130 boutiques auront changé d'enseigne.
- le changement de nom ne constitue que la partie émergée de l'iceberg. Il va s'accompagner d'un changement de communication et d'une évolution du concept intérieur qui sera finalisé en septembre 2011.

• 2011

- MAGASINS
- 123 en France
- 19 en Belgique

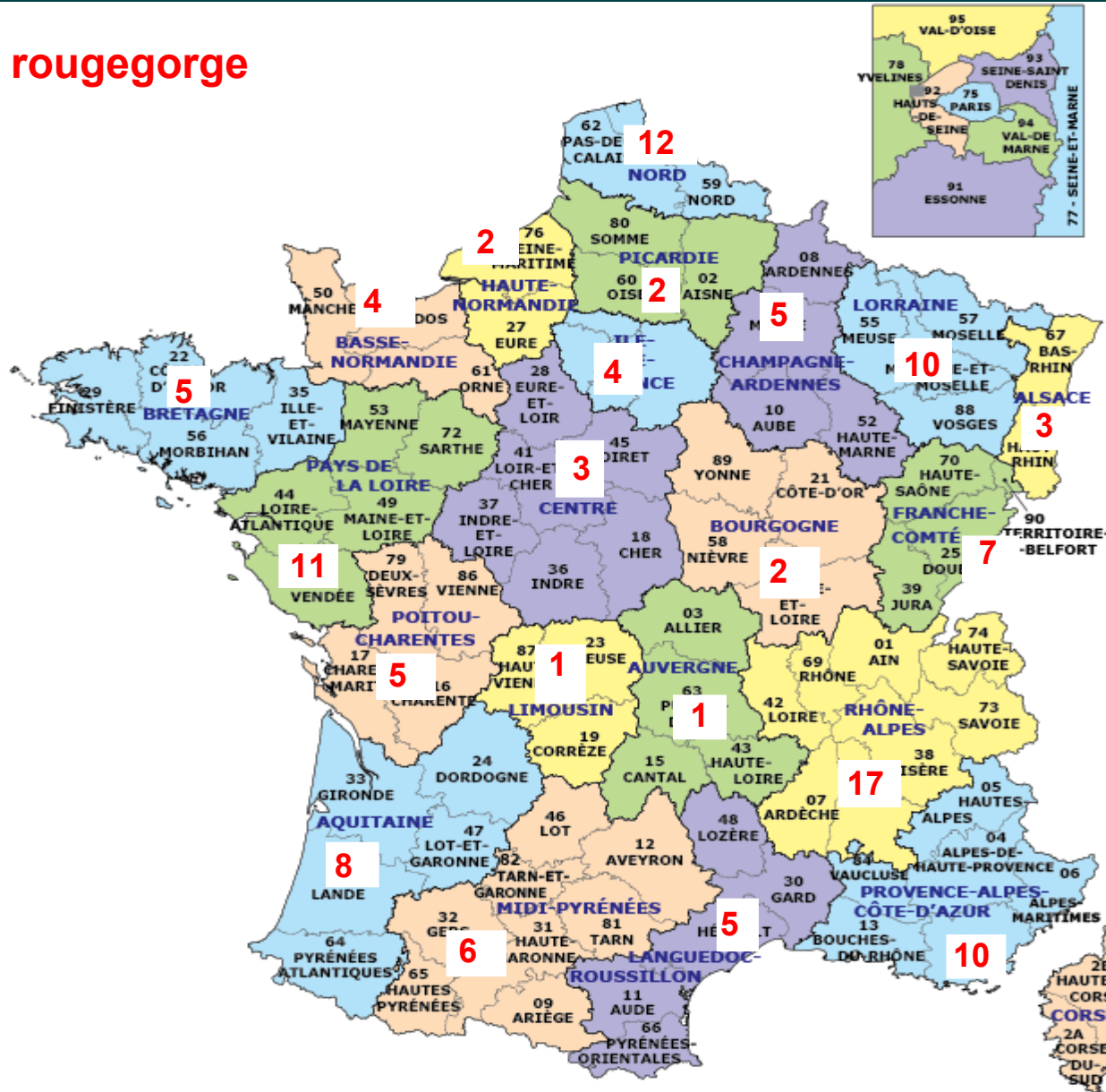
LE COMMERCE EN FRANCE

CANNELLE - ROUGEGERGE LINGERIE



LE COMMERCE EN FRANCE

rougegorge



LE COMMERCE EN FRANCE



SOLEIL SUCRE

LE COMMERCE EN FRANCE

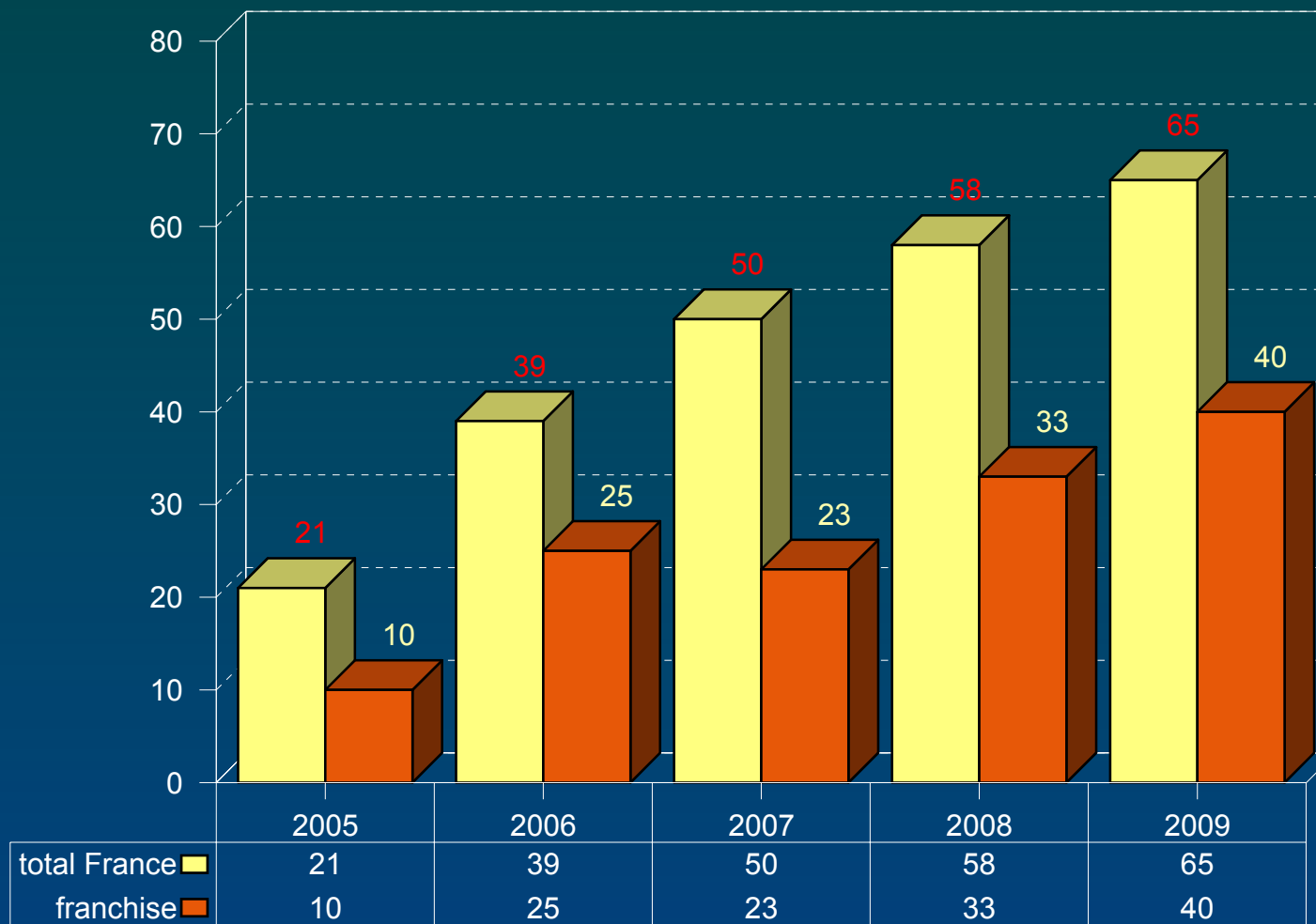
SOLEIL SUCRE

- Créée en 1999, l'enseigne Soleil Sucré
- Nombre d'implantations : 48 unités soit 14 succursales, 12 commission affiliation et 22 franchises en France hexagonale, dont 5 franchises hors Hexagone (Guadeloupe, La Réunion, Genève, Charleroi et Casablanca)
- Surface moyenne : 50 m²
- Emplacement : centre ville numéro 1 et centre commercial
- **En 2007**, une trentaine d'ouvertures sont prévues.
 - L'enseigne Soleil Sucré Lingerie , spécialisée dans la lingerie féminine, vient d'ouvrir son deuxième magasin au Maarif à Casablanca ainsi qu'au Brésil sur Terraço.
- **2008** - Soleil Sucré choisit Aquitem pour la gestion de son programme de fidélisation...
 - 120 magasins, dont une douzaine hors Hexagone.
- **2009** - Marque du Groupe DSCS, Soleil Sucré propose des produits mode, sexy, à petits prix que l'on retrouve dans des boutiques baroques, chaleureuses, féminines et hors du temps.
 - Soleil Sucré compte plus de 100 points de vente et a ouvert plus de 35 boutiques en 2009. L'international progresse avec des ouvertures en Espagne et un premier point de vente en Chine ouvert en mai dernier
- **2010** - 150 points de vente en succursale et en franchise. Rien que cette année, Soleil Sucré a ouvert 15 magasins franchisés et presque autant de succursales. La marque est aussi présente à l'étranger ou elle totalise 25 points de vente.

LE COMMERCE EN FRANCE

SOLEIL SUCRE

NOMBRE DE MAGASINS



LE COMMERCE EN FRANCE

SOLEIL SUCRE

Pays soleil sucré	Nb de magasins 2006	Nb de magasins 2010
Belgique	1	
Allemagne	1	
Chypre		3
Espagne		5
Suisse	1	3
dom tom	3	1
France	47	64
Paris		8
Région Parisienne	11	12
province	36	44
europe	51	76
Congo		2
Maroc	1	4
Qatar	1	
Liban	1	
Sénégal		2
Cote d'ivoire		1
divers	3	9
total magasins	54	85

LE COMMERCE EN FRANCE



VALEGE

LE COMMERCE EN FRANCE

VALEGE

- Valège est une filiale du groupe RAFCO, créé en 1947, qui commercialise en France et dans le monde entier la marque Valège.
- C'est en 1996 que la famille Perez a décidé le projet d'ouverture de boutiques à l'enseigne Valège. Le premier point de vente, a ouvert dans le quartier des Halles. Ensuite, pour lancer le réseau, Valège a racheté une chaîne de magasins afin être présent sur les principaux axes commerçants de Paris. Devant les demandes régulières des clients intéressés par ce concept de magasins, la décision a été prise de le proposer par le biais de la commission affiliation en France et de la Franchise à l'export.
- L'enseigne distribue 300.000 pièces de lingerie féminine vendues mensuellement avec 2 collections annuelles de plus de 150 références.
- **2006**
 - Date de création de l'entreprise : 1947
 - Date de création de l'entreprise en franchise : 1996
 - Nombre d'implantations : 53
 - dont 9 à Paris
 - dont 4 en région parisienne
- **2010**
 - 48 magasins
 - 10 magasins à Paris
 - 13 magasins en région parisienne
 - 22 magasins en Province
 - 2 magasins dom tom
 - 1 magasin à Dubai

LE COMMERCE EN FRANCE



LES DESSOUS D'ANGELE

LE COMMERCE EN FRANCE

LES DESSOUS D'ANGEL

- Face à une demande de plus en plus croissante, l'enseigne " Les Dessous d'Angel" se crée en 2001.
- Dans un secteur divisé en 2 marchés bien distincts (entre le " haut de gamme cher" et la " basse qualité bon marché"), l'enseigne Les Dessous d'Angel se positionne très vite sur le créneau encore inexistant de la lingerie de qualité à prix légers. Les femmes peuvent désormais profiter d'une lingerie tendance et raffinée, et en changer au rythme de leurs envies.
- Le concept de magasin, élégant et raffiné, est lui-même étudié pour développer cette sensation de légèreté
- Elaboré fin 2004, il se révèle très attractif : Douceur, chaleur, modernité et intimité.. la boutique devient un véritable cocon, un instant privilégié, l'on peut se permettre de tout oublier.
- MAGASINS
 - 1 en suisse
 - 9 en France



LE COMMERCE EN FRANCE



PRINCESSE TAM-TAM

LE COMMERCE EN FRANCE

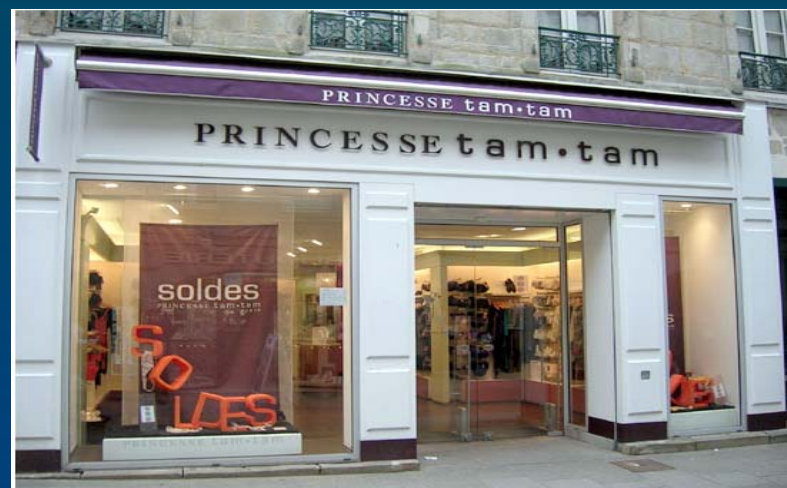
PRINCESSE TAM-TAM

- Princesse Tam-Tam est une société fondée en avril 1985 par Loumia et Shama Hiridjee.
- Le nom Princesse Tam-Tam vient du nom d'un film d'Edmond T. Gréville, dans lequel Joséphine Baker s'exhibe en sous-vêtements.
- Spécialisée dans la lingerie et maillots de bain, l'enseigne est aujourd'hui la troisième chaîne de distribution française.
- Princesse Tam Tam est distribuée surtout en Europe avec plus de 1 500 points de vente, et compte en France 140 magasins dont 92 en propre, 23 en partenariat et le reste en boutique et corners dans les grands magasins.
- D'ici 2011, l'enseigne va ouvrir de nouveaux magasins en Allemagne, au Royaume Uni, à plus long terme au Japon, et en Russie ou 2 boutiques sont déjà implantées.
- L'enseigne appartient au groupe japonais Fast retailing, fondé en 1963 par Tadashi Yanai. En 2005, Fast Retailing devient le septième groupe de prêt-à-porter au monde.
- Le groupe détient les marques :
 - Uniqlo,
 - Foot Park,
 - Comptoir des Cotonniers,
 - Princesse Tam Tam,
 - g.u.,
 - Zazie,
 - enraciné,
 - Aspesi.

LE COMMERCE EN FRANCE

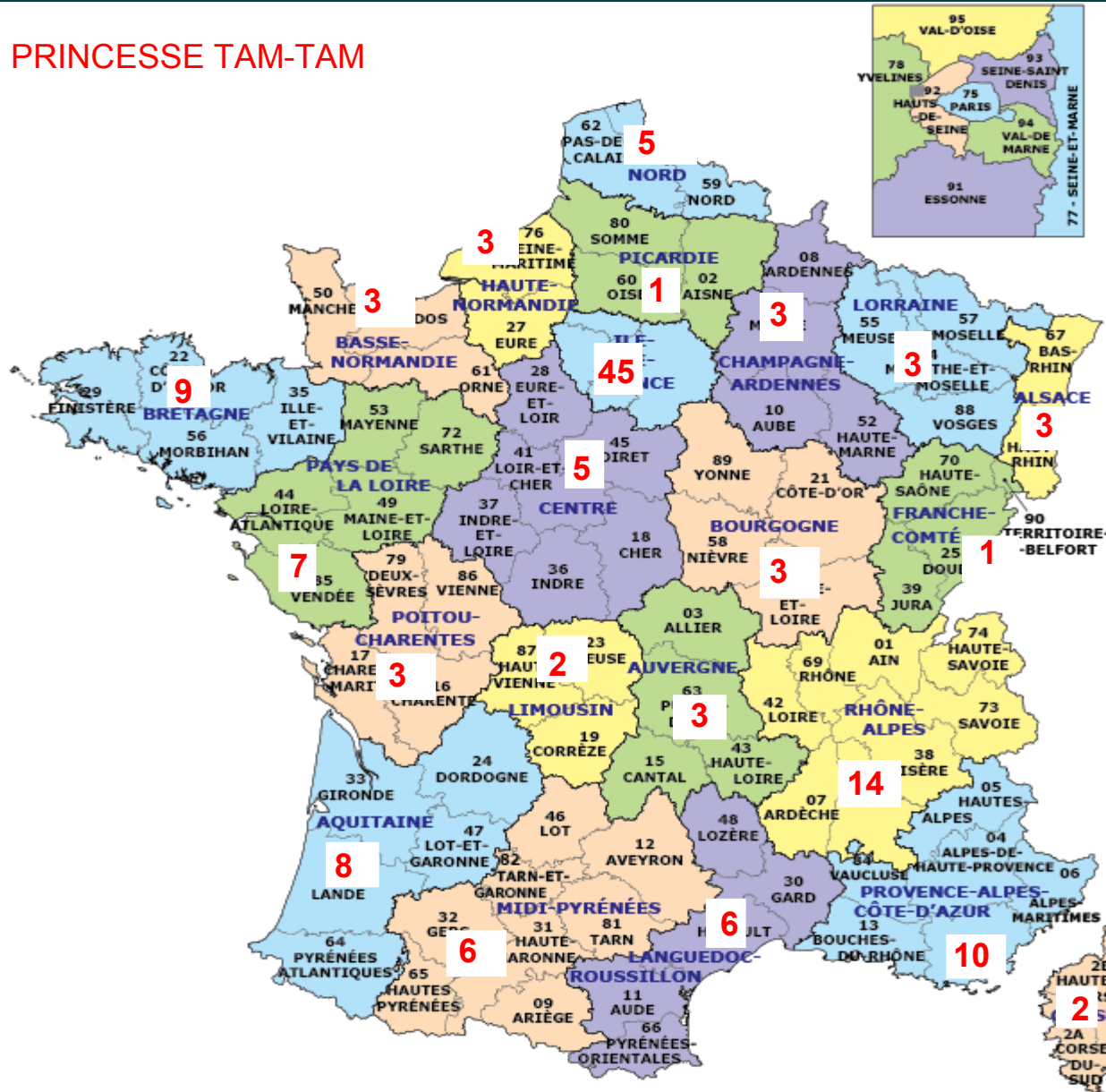
PRINCESSE TAM-TAM

Pays	Nb de magasins
Princesse tam-tam	2010
Belgique	8
Allemagne	4
Monaco	1
France	145
Paris	26
Région Parisienne	19
province	100
Magasins usine	5
total magasins	163



LE COMMERCE EN FRANCE

PRINCESSE TAM-TAM



LE COMMERCE EN FRANCE



GROUPE CALIDA -AUBADE

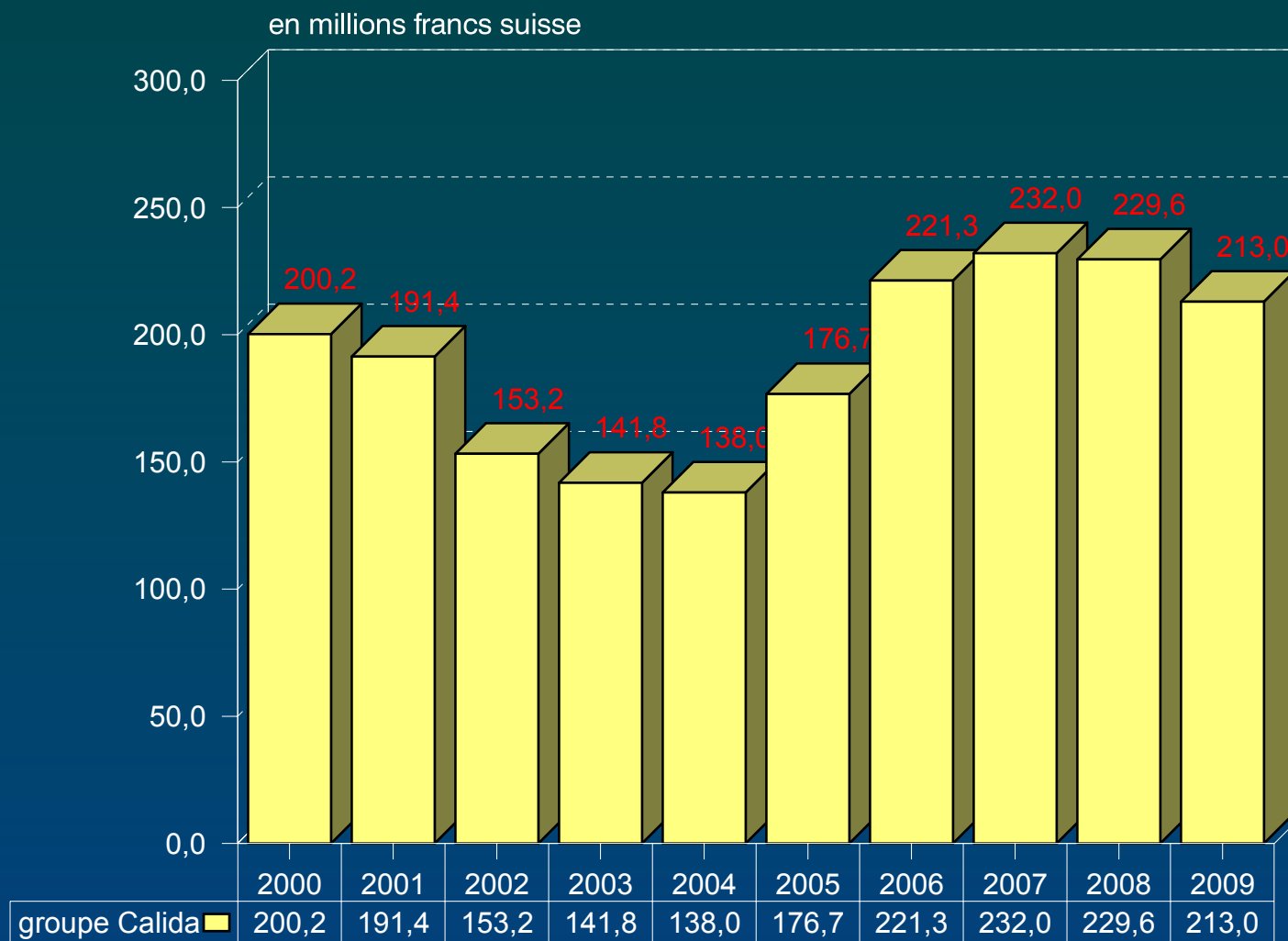
LE COMMERCE EN FRANCE

AUBADE

- 1875 - Création par le Dr Bernard d'une entreprise de gaines et de corsets
- 1958 - Rachat de Bernard et Cie et création de la marque Aubade par la famille Pasquier.
- 1963 - Apparition de la couleur, des premiers coordonnés et imprimés aux motifs originaux.
- 1972 - 1er soutien-gorge Sans Bretelle et 1er soutien-gorge Dos Nu.
- 1974 - Aubade crée l'Agrafe Cœur : soutien-gorge à agrafage devant.
- 1976 - Aubade utilise les premières broderies anglaises en lingerie
- 1992 - Début de la saga des «Leçons de Séduction».
- 1998 - 1er Calendrier Aubade
- 2001 - 1er Agenda Aubade.
- 2005 - La société suisse Calida devient propriétaire de la marque Aubade
- 2006 - Ouverture des premières boutiques Aubade, L'Art d'Aimer
- 2009 - Anniversaire des Leçons de Séduction: Lancement de la 100ème
- 2010 - Lancement de la collection prêt-à-porter Prêt-à-séduire. Lancement du site frenchartofloving.com.

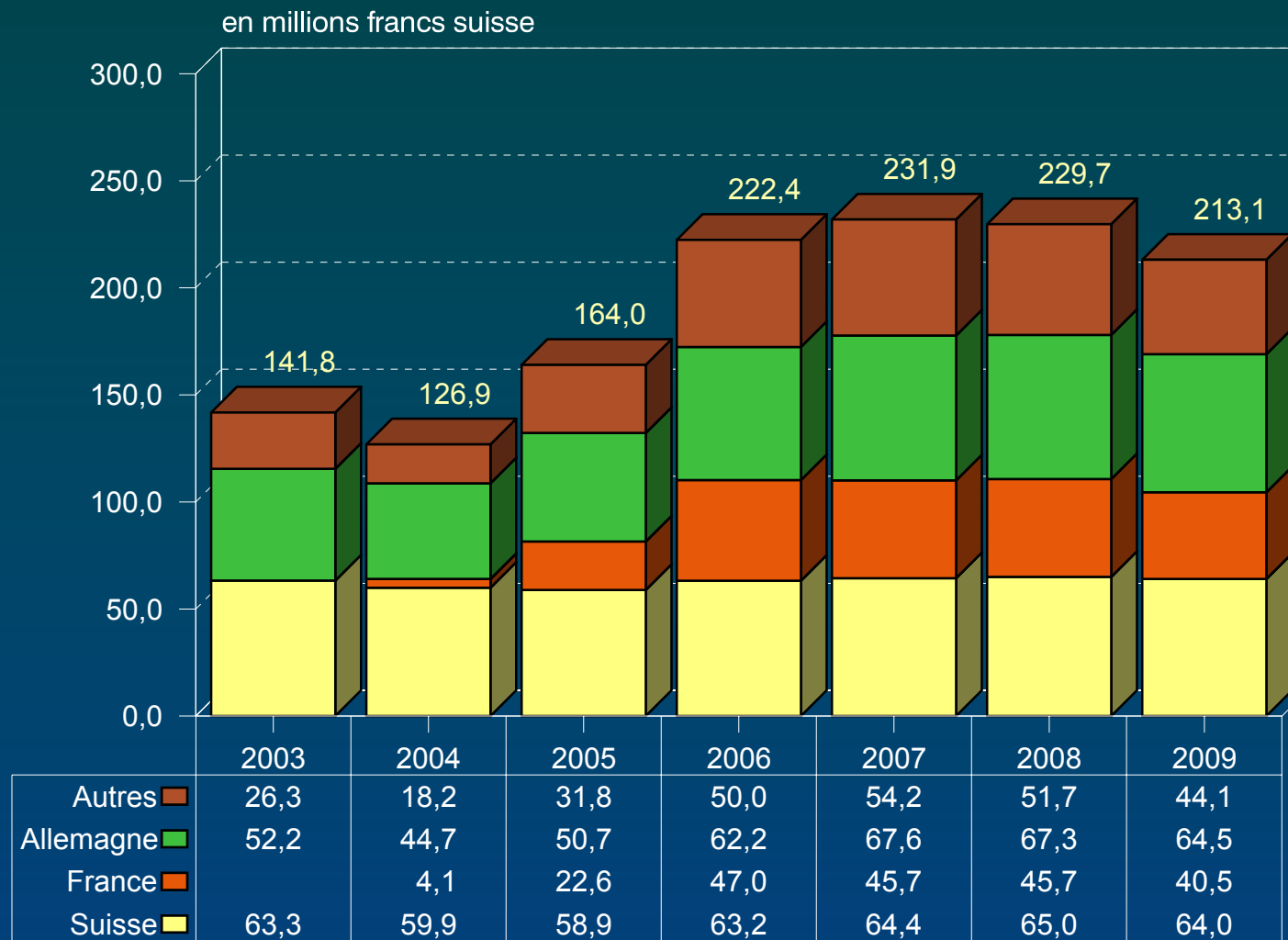
LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CALIDA



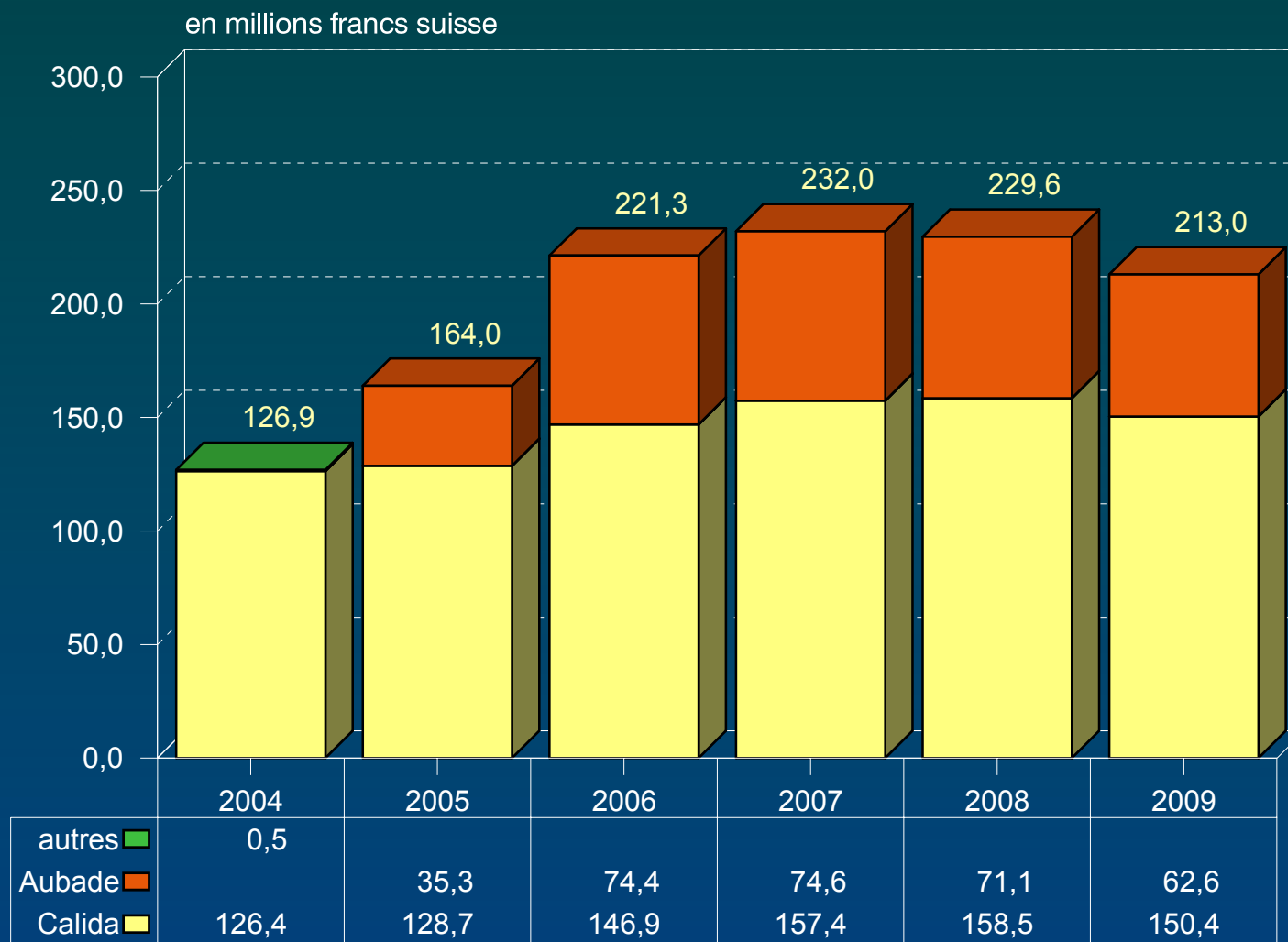
LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CALIDA



LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CALIDA



LE COMMERCE EN FRANCE

AUBADE

- La lingerie signée Aubade est le fruit d'une délicate alchimie combinant notre exigence de qualité, notre savoir-faire de corsetier, une recherche constante de nouvelles matières, de nouvelles formes, de nouveaux coloris, une analyse pointue des tendances de la mode et notre longue passion pour la femme et son pouvoir de séduction.
- Les boutiques Aubade l'Art d'Aimer ont vu le jour en 2006. Un concept de boutique intimiste et sensuel, comme un écrin, dédié à la Femme et à sa Séduction.
- Dans ces concepts-boutiques cocoons, l'ensemble de nos lignes de lingerie, de balnéaire, d'accessoires et d'ouvrages collectors y est présenté.
- 2010
 - 30 magasins en france
 - 5 magasins à l'étranger