



NEWS

Patrice Bréal confie sa nouvelle « Bréalitude » à Saguez & Partners

La marque-enseigne du groupe **Beaunoir** Patrice Bréal, vient de mandater l'agence Saguez & Partners pour l'élaboration d'un nouveau concept de magasin et la création d'une plateforme d'e-commerce.

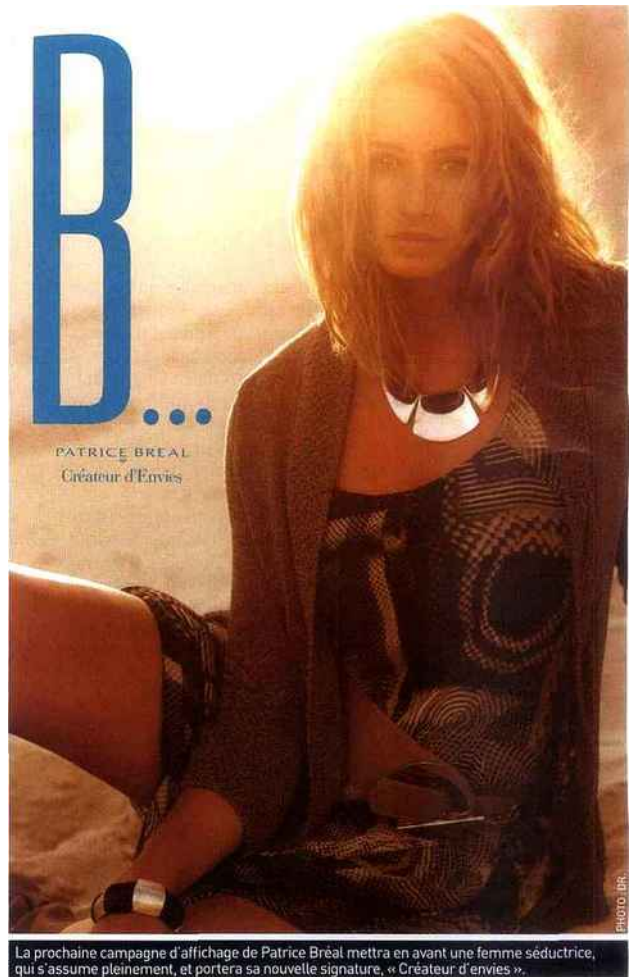
La Bréalitude, vous connaissez ? Non ? Eh bien, Alain Pontin, le directeur de l'enseigne Patrice Bréal, est justement à l'œuvre pour remédier à ce manque de notoriété. « Nous nous sommes rendu compte que nous avons aujourd'hui 264 magasins, soit plus que le réseau Naf-Naf. Que nous avons effectué tout un travail sur le positionnement de notre marque, sur la qualité des produits, sur la proposition d'une silhouette complète à nos clientes. Et pourtant, nous avons un manque de visibilité. » D'où le lancement, en ce début d'année 2010, des gros travaux. En premier lieu d'abord, le développement du parc de magasins. D'ici à 2013, l'enseigne compte atteindre les 500 unités, 390 en France et 110 à l'international. « Pour l'international, nous allons nous appuyer sur l'Italie, où nous avons déjà deux magasins, et sur la structure du groupe Beaunoir en Chine. Nous serons aussi en Géorgie (Ndlr : la première unité

ouvre fin mars à Tbilissi), en Pologne et en Espagne. » Pour la France, l'enseigne compte bien sûr faire les yeux doux à de nouveaux partenaires mais aussi inciter les actuels affiliés à ouvrir une unité supplémentaire. « Nous avons pas mal de partenaires qui arrivent en fin de contrat, nous souhaitons donc leur proposer un nouveau projet ambitieux, leur montrer que nous investissons dans la marque et dans le magasin. » De ce fait, Patrice Bréal a donc décidé de lancer un nouveau concept de magasin dont le projet a été confié à la célèbre agence Saguez & Partners, dernièrement en charge du nouveau concept Yves Rocher. « À l'été 2010, nous ouvrirons les deux unités pilotes. Une en centre-ville et une en centre commercial. Nous leur avons donné carte blanche pour les idées, ils peuvent même aller jusqu'à une évolution du nom dans les projets qu'ils nous soumettront en mars. » Seule contrainte pour Saguez : travailler sur des boutiques dont la taille va de 70 à 130 m²,

de façon à ce que ce concept s'adapte à tout le parc Bréal existant.

Bien dans sa vie

En parallèle du nouveau concept de magasin, l'agence a aussi été mandatée pour donner vie à la plateforme d'e-commerce de la marque. Une plateforme qui devrait voir le jour en même temps que le nouveau concept de la boutique physique. Point commun entre les nouveaux projets virtuels et réels : la mise en avant de la « Bréalitude », cette femme bien dans sa vie, élégante, séductrice qui assume pleinement de faire une taille au-dessus du 38, à la recherche de vêtements pensés pour elle. Cette femme est incarnée par la nouvelle campagne d'affichage de Bréal et par sa nouvelle signature « Créateur d'envies ». Un visuel que l'on verra en maga-



La prochaine campagne d'affichage de Patrice Bréal mettra en avant une femme séductrice, qui s'assume pleinement, et portera sa nouvelle signature, « Créateur d'envies ».

sin dès la mi-février, mais aussi sûrement dans les magazines l'an prochain. « Nous songeons effectivement à faire une campagne de publicité l'an prochain, mais cela reste un projet », glisse le directeur de l'enseigne. L'objectif de tout cela est bien entendu de faire

grimper le chiffre d'affaires de l'enseigne. Jusqu'à combien ? Nous n'en saurons pas plus. Mais pour l'heure, le réseau affiche 150 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009. Soit une hausse de 6 % à périmètre constant. ■

ANNE-LAURE ALLAIN