



Le nouveau Morgan repart au combat

Sous l'impulsion du groupe Beaumanoir, son nouveau propriétaire, l'enseigne relance son réseau.

Il y a bien longtemps que *Morgan* n'avait pas connu un tel développement en France. Reprise en mars 2009 à la barre du tribunal de commerce par le groupe *Beaumanoir* (enseignes *Cache Cache*, *Patrice Bréal*, *Scottage*, *Bonobo*), la marque-enseigne rouvre des succursales en France en même temps que des boutiques affiliées. Des surfaces de 100-120 m² (jusqu'à 200 m²). L'Hexagone est présenté comme l'objectif numéro 1 pour 2010 et 2011, même si *Morgan* assure avoir conservé ses nombreuses positions à

l'étranger depuis son changement de mains et même en avoir décroché de nouvelles. Dans un cas comme dans l'autre, la puissance du groupe *Beaumanoir* (1.600 points de vente dans le monde) est déterminante. Le groupe de distribution met bien sûr des moyens financiers et humains et son organisation à disposition de *Morgan*. Mais il en fait aussi la publicité aux détaillants partenaires de ses autres enseignes (180 environ rien qu'en France pour bien plus de magasins), intéressés par la franchise *Morgan*.

y a encore quelques mois, pilotait le développement de *New Look-Benelux* et de *Mim*. Notre rendement en chiffre d'affaires au mètre carré est dans la moyenne de la profession. Nous restons sur de bons résultats en 2009, certes moins élevés que lors de la très bonne année 2007.» Selon Marcel Nakam, qui s'occupait jusque-là des finances de la filiale chinoise de *Beaumanoir*, «le ratio chiffre d'affaires/m² de Morgan est supérieur à ceux des 4 autres enseignes du groupe». Quelques succursales pourraient être déplacées dans leur ville. Trois cas sont à l'étude.

«La France est le principal objectif de Morgan pour 2010 et 2011. Pour 2010, l'objectif est fixé entre 20 et 40 ouvertures de magasins», indique Isabelle Alart, à la manœuvre chez Morgan depuis décembre 2009 en tant que directrice du développement et de l'affiliation. Des magasins en propre ont et vont ouvrir à *Belle Epine*, à *Flins-Carrefour*, à *Brest-Géant*, à *Avignon Cap Sud*, à *Angers*, à *Vannes*, au *Puy-en-Velay*, à *Okabé-Auchan*.

La chaîne vise le centre-ville et le centre commercial. Des points de vente seront aussi inaugurés en commission-affiliation (Troyes, Biarritz, Royan, Lons-le-Sauvier) grâce aux franchisés actuels des enseignes du groupe *Beaumanoir*. «Ce sont les premiers du groupe à le faire», explique Marcel Nakam, bras droit d'Isabelle Alart. «En dessous de 20.000 habitants, on laisse la place aux commerçants multimarques.» Morgan a écrit le début de son histoire avec les multimarques. Mais, c'est un métier que découvre le groupe *Beaumanoir*, qui s'est construit, lui, avec des magasins *Cache Cache* et la franchise.

Nouveau concept

Morgan va devoir aussi rénover son parc existant. Une nouvelle version de son concept magasin est attendue pour fin 2010. Le réseau national actuel ne devrait pas connaître de grande évolution, à l'exception de la fermeture de corners dans les grands magasins *Printemps*. Morgan compte actuellement 42 corners dans le pays (dont ceux au *Printemps*), 23 boutiques affiliées et 53 succursales. Le repreneur avait compté 130 points de vente il y a un an. Un audit est toujours en cours. «Nous n'avons aucune raison de fermer nos succursales dans les villes où nous sommes», affirme Isabelle Alart, qui, il

MODÈLES MORGAN DE L'ÉTÉ 2010.

Animée de nouvelles ambitions, l'enseigne reprise en mains par le groupe *Beaumanoir* vise l'ouverture de 20 à 40 magasins cette année, aussi bien en centre-ville qu'en centre commercial.





A l'étranger aussi, le groupe *Beaumanoir* assure avoir consolidé le réseau *Morgan*. C'est à l'export que la marque a le plus de points de vente (270 début 2009 dans près de 50 pays, selon l'administrateur judiciaire). *Morgan* a toujours des filiales en Espagne (corners chez *El Corte Inglés* surtout), au Portugal, au Benelux (11 boutiques en Belgique, 3 aux Pays-Bas), en Suisse (15 boutiques, dont 1 ouverte en 2009). «*Nous avons installé d'autres filiales en nous appuyant sur celles du groupe Beaumanoir*», ajoute Marcel Nakam. En Italie, 5 magasins ont été ouverts. Et en Pologne (4 ouvertures), pays depuis lequel *Morgan* travaille à son expansion en Europe de l'Est, au moyen de master-franchises. «*Il n'y a pas eu d'arrêt de master-franchises*», souligne Isabelle Alart, en référence aux contrats en cours notamment au Maroc, en Russie, dans les pays baltes, dans les Emirats arabes. «*Il y a même des discussions en cours pour de nouvelles master-franchises.*»

Une ancienne de *Celio*, Amélie Beaupère, vient d'arriver comme directrice de la franchise internationale. En ligne de mire, l'Europe de l'Est, donc, mais également le Moyen-Orient. Cependant *Morgan* pense surtout avoir de grandes perspectives en Asie, où la marque n'est pas une inconnue. «*Nous montons actuellement une filiale propre à Morgan, partagée entre Shanghai pour le développement en Chine et Singapour pour le reste de l'Asie*», explique Marcel Nakam. La Corée avait fermé. La Thaïlande a été redémarrée par le partenaire. Et la Malaisie ouverte. Selon Marcel Nakam, *Morgan* sert là «*d'appui pour le groupe Beaumanoir, notamment pour l'extension du réseau export de Cache Cache*».

VINCENT LEPERCQ ●