

ELLE CIBLE LES FEMMES ET LES FILLES DE 6 À 14 ANS

Prêt-à-porter : l'enseigne française Bel Air s'implante à Casablanca

■ Le franchisé a investi 3 MDH dans sa première boutique ■ Trois autres ouvertures sont programmées à Casablanca, Rabat et Marrakech ■ Le chiffre d'affaires devrait atteindre 2,8 MDH en 2015.

Bel Air, marque française de prêt-à-porter et d'accessoires féminins, ouvre ce vendredi 3 avril son magasin à Casablanca, dans le quartier du Triangle d'Or. L'enseigne

rager les clientes. Au Maroc, la même réduction est appliquée. Les prix vont de 700 à 3 000 DH pour l'habillement. Côté accessoires, Bel Air Casablanca lance en premier lieu des bijoux et des

chaussures d'été. Ces dernières sont commercialisées à 4 700 DH.

Depuis son ouverture test faite il y a une semaine, la boutique a, selon M^{me} Amrani, réalisé «des ventes intéressantes

effectuées globalement par des clientes qui connaissent déjà la marque». Le franchisé de Bel Air table sur un chiffre d'affaires de 2,8 MDH pour sa première année d'activité ■

A.B.



a choisi de s'implanter sous forme de franchise. Un investissement de 3 MDH (hors local) a été engagé pour cette première boutique agencée selon la charte graphique de la marque. Le franchisé, Ilham Amrani, entend ouvrir trois autres boutiques dont une à Casablanca (d'ici fin 2015) et les deux autres à Rabat (au cours de 2016) et Marrakech par la suite.

L'ouverture au Maroc s'inscrit dans le cadre de la stratégie d'internationalisation de la marque qui était jusqu'en 2006 vendue en France dans des magasins multimarques. L'enseigne est présente en Grande-Bretagne, chez Selfridges, et à Predang, en Corée du Sud. Sur le marché français, Bel Air a ouvert, en 2006, ses premières boutiques en nom propre à Paris. Aujourd'hui, son réseau compte 17 points de vente dans l'Hexagone. La marque est aussi présente dans des corners aux Galeries Lafayette et au Printemps.

Une marque à mi-chemin entre Zara et Gucci

Offrant les mêmes collections à la clientèle marocaine, la marque se situe à mi-chemin entre Zara et Gucci. Au Maroc comme en France, Bel Air cible, en plus des fillettes de 6 à 14 ans, la «femme bohème» qui portera des hauts en dentelles et des broderies avec des jupes en jean et la «femme féminine chic» qui est plus à l'aise en smoking masculin et hauts en dentelles. Elle a développé des collections élégantes confectionnées dans des matières nobles comme la soie, le cachemire et le voile de coton. Mais elle n'abandonne pas ses classiques, notamment le jean large, les twinsets et la doudoune. Les mises en boutiques se font simultanément en France et au Maroc. De même, le franchisé marocain adopte la même politique de prix de Bel Air. L'enseigne a dû, en raison de la crise de la consommation sur le marché français, baisser ses prix de vente de 35% pour encou-