

New Look : le début de la fin ? Ça gronde chez New Look France qui décrète un plan de sauvegarde de l'emploi. Sud Commerce dénonce cette décision qui entraîne de nombreux licenciements et la fermeture d'ici à 2021 des deux tiers du réseau de 30 boutiques (500 m² de centre-ville et centre commercial). Quelques jolis sites parmi les adresses devant baisser le rideau : Les Quatre Temps, rue du Faubourg-Saint-Antoine (Paris), Place des Halles (Strasbourg), Promenade Sainte-Catherine, Muse, Amiens, Toulon, Cap Sud, Jaude, Grand'Place, Rives d'Arcins, Espace Saint-Georges, Espace Jaurès, Toison d'Or, Grand Littoral, Côte Seine, *(suite p. 2)*

ITALIE : DIMANCHE EN MARCHÉ ARRIÈRE

Le gouvernement italien veut revenir sur la loi Monti permettant l'ouverture illimitée des commerces le dimanche et les jours fériés. Le parti majoritaire est soutenu par les artisans, petits commerçants et fournisseurs – les plus pénalisés par ces libéralités. Pour sa part, la grande distribution estime que cette tolérance lancée en 2012 est à l'origine de la création de quarante mille emplois, tandis que le jour du Seigneur et autres jours fériés représentent 10 % de leur chiffre d'affaires. Une dizaine de projets de loi sont actuellement au Parlement. Le plus restrictif ne prévoit que... huit dimanches par an.

BESSON : UN PAS VERS LES CENTRES

Tout juste repris par Philippe Ginestet (Gifi) et Weinberg Capital pour un peu plus de 200 millions, Besson va accélérer son développement. Le chausseur, désormais développé en externe par Gfre (Philippe Godbert et Pascal Franceschi), avançait jusqu'ici au rythme de 4 à 5 inaugurations annuelles : il vise 50 à 60 ouvertures dans quatre à cinq ans sur des 1 200 m² de périphérie à partir de 80 000 habitants ; mais pas que. Il prépare son arrivée en centre-ville et en centre commercial avec des modules de 600 à 800 m². Un premier test verra le jour courant 2019, précise François Gireau, son président. La chaîne, positionnée sur la chaussure en cuir, pépite du groupe Vivarte jusqu'à cet été, compte 135 magasins sous forme de mandats de gérance, réalisant 2,5 millions de chiffre d'affaires en moyenne pour 45 € de panier : le haut de l'entrée de gamme pour la famille (du premier au quatrième âge). Elle vient d'ouvrir dans le Nord à Leers, à l'Atoll d'Angers et s'installera bientôt à Riom, Alençon et Quimper.

VENG HOUR FAIT ROULER SES TUK-TUK

En avant chauffeur ! L'enseigne de restauration asiatique Veng Hour lance Tuk-Tuk, son nouveau concept de restauration fast casual. Exotique, il emprunte son nom aux triporteur couverts et colorés, taxis low cost que l'on utilise en Asie. Destiné aux centres commerciaux, le développement est assuré par Ak Consulting. L'enseigne proposera une cuisine du Sud-Est asiatique (Cambodge, Vietnam, Thaïlande...) pour un ticket de 12 € et des objectifs de chiffre d'affaires de 1,2 à 1,8 million sur des 200 à 250 m² de grands centres régionaux. Premières signatures : Les Quatre Temps et Plaisir. Veng Hour, crée en 73 à Nancy (20 établissements dans les malls majeurs) ouvrira prochainement à So Ouest. Ses chiffres d'affaires oscillent de 1,3 million à Rosny 2, à 2,5 à Val d'Europe et... 5 aux Quatre Temps (La Défense).

Mini Ikea à Milan

La branche italienne d'Ikea ouvre à l'Il Centro d'Arese (Milan), 30 m² à l'enseigne Progetta&Arreda (projet et meuble). Tenue par des designers qui conseillent et guident le consommateur, elle doit l'inciter à la commande par Internet ; le service de livraison étant garanti par un dense réseau de transporteurs couvrant toute la Botte. Ce mini Ikea est le quatrième de l'enseigne au-delà des Alpes après Bolzano, Venise et Palerme. Il ne sera sûrement pas le dernier. En Italie, le géant suédois, exploite 21 hypermarchés et 2 drives à Rome et Cagliari.

Women'Secret, priorité France

La rue Montmartre voit arriver Women'Secret (Tendam, ex-Grupo Cortefiel) sur 200 m². Cette troisième boutique parisienne (après le boulevard Saint-Germain il y a quinze ans et la rue de Passy au printemps) confirme la France comme marché prioritaire pour l'enseigne espagnole de lingerie. Bordeaux et Nantes sont maintenant au programme. Il s'agit de quadrupler la présence dans le pays d'ici à 2021. Objectif : 20 emplacements et un chiffre d'affaires de 15 millions. En Espagne, l'enseigne, qui aligne 750 magasins dans le monde et réalise 300 millions de chiffres d'affaires, est leader devant Etam et Oysho (Inditex) avec 200 points de vente et près de 10 % du marché.

Sézane : la boutique, c'est pas mal non plus

Après une première vie de pure player, puis l'ouverture d'un showroom rue Saint-Fiacre, à Paris, Sézane se paye une boutique, une vraie ! Convaincue par son test en précaire de la rue Papassaudi à Aix (Les Petites, Ba&Sh, Majestic Filatures...), la marque de mode va désormais occuper en 3x6x9 les 160 m² longés par 10 m de façade. Installée par Les Allées *(suite p. 2)*