

REGARD

GROUPE
**SALMON
ARC EN CIEL**

Xavier Cunaud

Groupe Salmon Arc en Ciel (G.S.A.), Villedieu-La-Blouère

Sucre d'Orge & Cie : un « nouvel écrin » pour les marques du Groupe

G.S.A. déploie sa stratégie et prend un nouveau cap. Afin d'affirmer davantage son positionnement de spécialiste du cadeau de naissance (adopté depuis le baby-boom), l'entreprise lance un concept store d'un genre nouveau : Sucre d'Orge & Cie. Elle développe aussi son réseau de distribution.

**GROUPE SALMON
ARC EN CIEL**

49, rue de Vendée
49450 Villedieu-la-Blouère
02 41 64 51 00
www.gsa.fr

www.sucreorange.com
www.berlingot.com

PRÉSIDENT
Xavier Cunaud

ACTIVITÉ
Vêtements et accessoires
pour les plus petits

CRÉATION 1912
EFFECTIF 150

Départements : Sucre d'Orge®,
Berlingot® et Arc en Ciel diffusion
(travail à façon sous marque
distributeur ou sous licence pour
la distribution alimentaire ou
spécialisée)

Contraint de réduire ses effectifs en février et assurer sa mutation, le groupe entend bien rebondir en innovant et redynamisant l'univers du cadeau pour les tout-petits sur lequel il est depuis toujours positionné avec ses marques, Sucre d'Orge et Berlingot (la première vendue en grande surface, la seconde en boutiques multimarques et grands magasins). GSA est spécialisée dans la création, la conception et la pré-industrialisation de vêtements de jour et de nuit, d'articles pour le lit, le repas, le bain, les jouets et peluches, les coffrets et les emballages cadeaux. Il déploie actuellement un concept store innovant « Sucre d'Orge & Cie », évoluant ainsi de plus en plus vers le métier de distributeur. « Ce nouvel univers réunit le meilleur de nos deux marques pour les offreurs de cadeaux naissance ainsi que des accessoires et produits complémentaires de marques réputées dans leur domaine... Il se distingue aussi par ses services avec dans chaque magasin un atelier « confection du cadeau » pour composer un cadeau unique et original avec un large choix de rubans, papiers de soie... L'objectif est de sublimer nos produits, de leur procurer un écrin, une mise en situation et, élément aussi important et différenciant, apporter aux offreurs de cadeau une expérience d'achat unique, créer du lien et du sens », détaille Xavier Cunaud, qui préside GSA depuis 2008. Car l'innovation n'est pas seulement produit ou technologique, elle peut être organisation-

nelle, d'usage... ou même liée à la distribution⁽¹⁾.

Développement de son réseau de distribution...

Tout en conservant sa position de leader dans le domaine du cadeau de naissance en grande surface, le groupe souhaite développer son réseau de distribution. « Pour donner une nouvelle force à nos marques et accélérer leur diffusion, nous avons opté pour la création de boutiques propres : « Sucre d'Orge & Cie ». Cette nouvelle enseigne, GSA a choisi de l'implanter dans les centres-villes et certaines galeries commerciales. « D'abord décliné à Paris en février 2012, à Angers et à Nantes début 2013, ce concept store se développera d'ici à 2015, en France ou à l'étranger, avec une dizaine de nouvelles boutiques par an. Un magasin à La Rochelle est à l'étude et nous prévoyons de passer en commission affiliation fin 2013 ». Un projet de développement hors du commun qui a permis à la société « Arc en Ciel Boutique » de bénéficier du soutien de la Région par un dispositif de prêt à remboursement différé de 3 ans dénommé « P2RI offensif ». « Deux millions d'euros ont ainsi été levés auprès de la Région et 4 partenaires financiers ; Oséo apportant notamment la garantie financière aux banques. Nous avons également investi début 2012 dans un logiciel Retail type ERP, adapté au pilotage et à l'animation de franchises ».

... de l'export et de la vente sur Internet

Avec ce nouveau concept, GSA espère également s'agrandir à l'export (25 % de son CA dans des boutiques multimarques à ce jour) en ajustant sa stratégie : « Nous étions pour l'instant majoritairement présents en Europe. Mais la crise frappant durement cette zone, nous avons commencé à travailler avec les pays comme la Russie ou le Moyen-Orient. Ces marchés sont plus prometteurs et les investisseurs sont friands de concepts avec une histoire à raconter, une richesse immatérielle permettant de se distinguer des autres commerces plus traditionnels. Autre raison de développer l'international : les centrales d'achats de la grande distribution sont désormais gérées au niveau européen où nos marques ne sont pas suffisamment connues ». Le groupe qui vend aussi sur Internet depuis 1999 avec ses sites marchands⁽²⁾ et avec de nombreux sites partenaires souhaite s'engouffrer dans l'omni-canal avec un site « Sucre d'Orge & Cie » ce qui permettra de retrouver le concept à la maison et en magasin.

Isabelle Baudry



(1) La dématérialisation de ce concept bénéficie d'une subvention OSEO. Dossier réalisé par Nova Child dont GSA est membre fondateur.

(2) www.sucreorange.com et www.berlingot.com