

Didier Parakian développe sa chaîne

La marque mise sur l'affiliation en France et la franchise à l'étranger.

DIDIER PARAKIAN ouvre tous azimuts. Sans se tromper de formule. A l'international, la marque marseillaise de mode féminine, qui aligne 8 franchises, à Marbella (Espagne), à Koweït City (deux), à Doha (Katar), à Dubaï (Émirats arabes unis), à Beyrouth (Liban), à Casablanca (Maroc) et à Tunis (Tunisie), ouvre en avril à Moscou, à Odessa (Ukraine), à Saint-Pétersbourg, à Rostov et à Makhachkala. «L'affiliation est beaucoup trop compliquée à l'étranger. Nous préférons le système de la franchise», explique le fondateur, Didier Parakian. La société provençale, qui diffuse ses produits dans 1.000 points de vente à l'étranger et 300 en France, réalise 85% de son chiffre d'affaires à l'exportation. Le marché russe arrive en tête, devant l'Espagne et l'Italie.

«Pour pénétrer un nouveau marché, nous commençons à diffuser dans des points de vente multimarques», poursuit Didier Parakian. «Nous n'avons pas de programme défini en matière de franchise. Nous décidons de passer en franchise quand le partenaire est assez mature pour le devenir. Nous attendons qu'il soit demandeur.» L'enseigne s'attaque actuellement à de nouveaux territoires tels que les Etats-Unis, délaissés depuis 2001, la Pologne et la Tchéquie.

Sur le marché français, Didier Parakian mixte développement en propre et affiliation. L'enseigne, qui possède des succursales à Marseille, à Paris, à Lyon et à Cannes, ouvre en propre à la mi-mars dans le carré d'or de Nice, rue Paradis, sur 100 m². Présent aussi en affiliation à Saint-Etienne et à Nîmes, la marque s'installe ce mois-ci avec un partenaire à Agen. «Les détaillants sont actuellement très friands du

système de l'affiliation», explique Didier Parakian. *La formule convient en effet à tout le monde. Elle allège financièrement le partenaire, qui n'achète pas le stock et peut ainsi investir dans l'aménagement de la boutique et recruter du personnel.* Côté aménagement, l'ensemble du réseau se met progressivement au nouveau concept, réalisé il y a deux ans à Marseille : décor minimaliste avec murs blancs, penderies en inox, faux plafonds en forme de vague, chemin de galets au sol et lumière bleutée. Toutes les boutiques – décoration et offre – se ressemblent. Excepté dans les pays du Moyen-Orient, où les produits diffèrent, surtout en ce qui concerne la longueur des robes et la profondeur des décolletés.

Pour accompagner son développement, Didier Parakian a débloqué pour le premier semestre 2007 un budget communication de 500.000 € qui démarre en France fin mars, avec un affichage 4x3 dans les villes où l'enseigne est présente. En Italie, la société a communiqué sur l'ouverture, début mars, d'un show-room dans le carré d'or de Milan, rue Manzotti. «Il était important d'avoir une vitrine à Milan», précise le fondateur. *C'est une ville très courtisée par les détaillants russes, japonais et américains.* En Espagne, en Russie et en Ukraine, la campagne s'est concentrée sur la presse féminine.

La société, qui, en avril 2006, a fait entrer dans son capital le groupe de maroquinerie Auguste Thomas à

hauteur de 37,22%, reste sur le chemin de la croissance. Au 30 juin 2006, Didier Parakian a bouclé son exercice avec un chiffre d'affaires de 24 millions d'€ et annonce un prévisionnel 2007 de 28 millions d'€. L'objectif est d'atteindre un chiffre d'affaires de 45 millions en 2010. L'entreprise marseillaise se donne les moyens d'atteindre ses ambitions. Elle vient d'agrandir son siège de 2.000 à 3.000 m² (show-room et bureaux). L'effectif est passé de 30 à 48 personnes, avec des créations de postes tels que directeur du marketing, directeur financier, directrice de réseau ainsi que de nouveaux commerciaux à l'international. Didier Parakian, qui veut également faire de la croissance externe, planche actuellement sur l'acquisition d'une marque française de prêt-à-porter féminin.

CORINE TONARELLI ●

BOUTIQUE DIDIER PARAKIAN.

La marque de prêt-à-porter féminin développe activement son réseau, aussi bien en France qu'à l'étranger.

