

## Ecp active la commission-affiliation pour ses protégés

**A**VEC le développement en propre, toujours prioritaire, et l'e-commerce, la commission-affiliation figure parmi les leviers privilégiés par le fonds Ecp (*Experienced Capital Partners*) pour doper plusieurs de ses protégés. Soit, en l'occurrence, *Balibaris*, mais aussi *Sœur* (prêt-à-porter pour jeune fille et femme) et *Jimmy Fairly* (lunettes), autant d'enseignes que le fonds accompagne par le biais d'une participation au capital et d'un partage d'expériences.

«*Nous sommes très heureux de l'année 2018 pour ces marques. Du coup, nous pensons qu'il est temps pour elles de se développer en commission-affiliation dans des villes hexagonales de taille intermédiaire, comme Annecy ou Biarritz, ainsi que dans des stations saisonnières comme La Baule ou Deauville, où nous ne serions pas allés en direct*», remarque Emmanuel Pradère, le directeur général délégué d'Ecp. Ces marques ne seraient en effet pas seulement prisées par une clientèle bobo pari-

sienne, car leur désirabilité aurait déjà gagné la totalité du territoire, grâce au canal du e-commerce ou via les magasins propres installés dans les plus importantes agglomérations. «*Elles présentent une belle rentabilité dans nos succursales en région, ce qui nous laisse penser que le modèle de l'affiliation peut fonctionner. C'est d'ailleurs déjà le cas dans les premières unités ouvertes sous ce format*.» L'expérience engrangée par Emmanuel Pradère, Frédéric Biousse et Elie Kouby, les initiateurs d'Ecp, passés par *Comptoir des cotonniers* et surtout *Smcp*, qu'ils ont aussi cofondé, les rend optimistes. «*On sait qu'il y a de la place sur le marché pour l'affiliation, lorsque les détaillants ont de beaux magasins, bien tenus*.»

*Sœur* a déjà commencé à tester la formule. Sur un parc de 36 points de vente en France, la marque compte trois affiliés, à Lyon, à Bordeaux et à Cannes, en plus de ses quinze succursales, de dix-sept corners en grands magasins et de

son magasin d'usine. Depuis un an et demi, *Balibaris* dispose d'un affilié à Biarritz. La formule est aussi étrennée par *Sessùn* (mode féminine), entré dans l'écurie d'Ecp mi-2017. La marque va cependant continuer de privilégier ses partenaires multimarques. Son parc de 41 magasins compte 13 succursales et 27 corners.

L'international sera également un objectif important en 2019 pour les marques d'Ecp, mais essentiellement l'Europe. L'ouverture en propre dans les capitales européennes demeure le levier privilégié dans un premier temps. Jusqu'à présent diffusé exclusivement via le gros à l'export, *Sœur* a inauguré, il y a moins d'un an, une succursale à Bruxelles. Outre un magasin en Allemagne ainsi qu'un corner aux *Galleries Lafayette* de Berlin, *Sessùn* a, quant à lui, démarré récemment un partenariat en Suisse. Deux espaces ont ouvert cet été dans les grands magasins *Manor*.

S.B.E. ●



**La boutique affiliée Sessùn-Balibaris de Biarritz.** Depuis un an, Balibaris teste la formule de l'affiliation dans la ville basque. La marque a été rejointe par le spécialiste de la mode féminine Sessùn, qui est entré dans le giron d'Experienced Capital Partners mi-2017.