

Chaussea poursuit à grands pas son maillage commercial

by La Tribune - jeudi, avril 15, 2010

<http://correspondances.fr/chaussea-poursuit-a-grands-pas-son-maillage-commercial/>

Écoulant 10 millions de paires par an, la chaîne de distribution de chaussures lance la vente en ligne ainsi que le réagencement de ses boutiques.

Des marchés de Lorraine à la boutique en ligne, il aura fallu vingt-cinq ans aux frères Grieco pour faire entrer leur enseigne Chaussea dans le club très sélect des cinq premiers distributeurs de chaussures de France. Le groupe, basé à Valleroy (Meurthe-et-Moselle), compte aujourd'hui 215 magasins et 950 salariés pour 125 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009. Promettant « *la mode, le choix et le prix à vos pieds* » ses points de vente de 1.000 m² s'implantent dans les zones commerciales de périphérie au rythme de 20 ouvertures par an, essentiellement dans le sud et l'ouest de la France.

Nouvelle signalétique

À l'occasion de ses 25 ans, l'entreprise familiale renouvelle sa signalétique et renforce sa communication en vue du lancement, cet été de sa première boutique en ligne.

Les points de vente physiques restent cependant au coeur de la stratégie de Chaussea, qui lance une campagne de réagencement pour harmoniser un parc hétéroclite issu d'une décennie de croissance externe. Fondé par Michel Grieco, le groupe a prospéré dans la vente ambulante de stocks italiens, avant de constituer un réseau de magasins en Lorraine, souvent en centre-ville. En 2000, l'enseigne, alors dénommée Chausseria rachète son concurrent Reno, qui détient 11 surfaces en périphérie. Le développement s'oriente dès lors vers les abords des grandes villes avec le rachat, en 2003, des 20 magasins du groupe Fallay, puis, en 2008, des 83 points de vente Multichaussures du groupe belge Euroshoes.

Au cours des vingt-cinq dernières années, Chaussea a diversifié ses achats au fil des mutations de l'industrie européenne de la chaussure. L'enseigne se fournit aujourd'hui essentiellement en Chine et en Inde, mais aussi au Portugal et en Europe de l'Est. à chaque nouvelle collection, elle conclut un « new deal » avec ses quelque 150 fournisseurs qui lui permettent de distribuer chaque année 10 millions de paires de chaussures.

Visant en priorité la clientèle des femmes de 15 à 35 ans, Chaussea propose ses propres marques, ainsi que des chaussures de sport de marque et des produits sous licence pour les enfants. Dans une entreprise où le personnel a une moyenne d'âge 25 ans, les idées circulent et se concrétisent vite. À Noël dernier par exemple, l'enseigne a monté en quelques semaines une opération « pochette cadeau » au bénéfice de l'association Handicap International. Reprise sur tous les supports commerciaux du groupe, la campagne a permis de vendre 500.000 pochettes.