

Comment C&A, l'enseigne de mode familiale et bon marché, compte reconquérir le marché français

13/06/2024



Comment C&A, l'enseigne de mode familiale et bon marché, compte reconquérir le marché français

Après avoir fermé 30 boutiques depuis 2017, C&A rouvre ce jeudi 13 juin un magasin en région parisienne. Le groupe veut se développer à nouveau en s'appuyant sur une modernisation de ses collections et en proposant des produits exclusifs pour la France.

L'enseigne C&A inaugure une nouvelle boutique en France ce jeudi 13 juin, dans un centre commercial de Plaisir (Yvelines). C'est un événement pour la chaîne néerlandaise dont l'activité en France semblait s'essouffler ces dernières années. *« Il s'agit de la première ouverture d'un magasin C&A en France depuis 11 ans. Cette boutique illustre le renouveau*

de la marque de mode à destination de la famille » , précise Nadia Bothorel, directrice générale de C&A France, à *Capital* .

30 boutiques C&A en moins depuis 2017

Depuis 2017, l'enseigne a fermé 30 boutiques dont celles de la rue de Rivoli et du boulevard Haussmann, à Paris, en février 2023. Comme tout le secteur de d'habillement, C&A a subi la crise sanitaire puis l'inflation qui a plombé le pouvoir d'achat des consommateurs. Elle a aussi payé un modèle vieillissant avec des magasins immenses et des articles plus vraiment à la pointe de la mode, reconnaît Nadia Bothorel.

Difficile de connaître la santé financière du groupe en France. Le montant du chiffre d'affaires atteindrait 540 millions en 2021 selon le bureau d'analyses Businesscoot. La France serait ainsi le deuxième marché du groupe après l'Allemagne.

Des collections uniques pour le marché français

La direction veut moderniser l'image de la marque dans l'Hexagone pour relancer l'activité. « *Nous avons également choisi de réduire la taille de l'assortiment de 30 % pour proposer au maximum 17 000 articles à nos consommateurs* » , souligne la responsable. Les Français pourront bénéficier de collections uniques. C&A compte également poursuivre une politique de prix abordables. « *Nous avons un positionnement prix proche de H&M, soit entre Kiabi et Zara* » , précise Nadia Bothorel.

Cette ouverture en appelle d'autres. Nadia Bothorel prévoit « *une dizaine d'inaugurations chaque année* » . Actuellement, le groupe compte 168 magasins, dont 67 corners installés dans des hypermarchés. A terme, il pourrait y avoir 200 magasins.