

ORCHESTRA-PRÉMAMAN MÈNE LA DANSE AVEC CEGID

ORCHESTRA®

Créateur de mode pour enfant, de la naissance à 14 ans, et expert en maternité et puériculture, le groupe Orchestra-Prémaman est sur tous les fronts. Il poursuit à toute allure le développement de son réseau de magasins mixtes et mégastores en France et à l'étranger accompagné depuis ses débuts par Cegid. Pour répondre aux nouveaux modes de consommation, le groupe déploie aussi des services innovants en boutique comme la mise à disposition d'iPods pour que les clients qui ouvrent des listes de naissance sélectionnent rapidement leurs articles. D'autres projets sont en cours avec les lancements de nouveaux services « web in store ».

Tout comme ses clients, Orchestra-Prémaman n'en finit pas de grandir. Le groupe de puériculture et de mode enfantine qui fête ses vingt ans cette année n'a plus grand-chose à voir avec la petite marque pour enfants créée sous le nom d'Orchestra par Pierre Mestre et son épouse Chantal en 1995 près de Montpellier. Si les façades colorées des magasins accueillent toujours les clients avec un ours qui fait des bulles, Orchestra est devenu en quelques années un leader international sur les marchés du prêt-à-porter pour enfants et de la puériculture. Pour y parvenir, Orchestra a commencé par ouvrir de petites succursales en centre ville, puis s'est développé par le biais de franchises, installant très vite de grands espaces sur le concept « tout sous un même toit » en périphérie pour profiter de l'attractivité des zones commerciales. La conquête de nouveaux territoires à l'international et des acquisitions d'entreprises ont également été menées tambour battant. En 2001, Orchestra rachetait ainsi les enseignes Dipaki et Kazibao puis faisait ses premiers pas sur le marché de la puériculture grâce au rachat du réseau suisse Babycare. En juillet 2012, l'enseigne belge Prémaman, également spécialisée en puériculture rejoignait le giron de la société française pour donner naissance au nouveau temple de la mode enfantine et de la puériculture : Orchestra-Prémaman. Enfin, en 2013 le groupe prenait le contrôle du spécialiste belge de la distribution de produits pour bébés Baby2000 puis de Home Market, filiale belge du groupe Saint Maclou, enrichissant ainsi le réseau d'une trentaine de magasins.

UN PARCOURS « CROSS-UNIVERS »

Aujourd'hui, forte d'une distribution multicanal (soit 600 magasins à l'enseigne en propre et en partenariat, une centaine de multimarques et trois sites de vente en ligne) et multi formats



(de 350 à 3 000 m² de surface de vente en centre ville, centre commercial ou retail park), Orchestra-Prémaman est présent dans 40 pays et continue d'avancer à toute allure. Les ouvertures de magasins se poursuivent, soit en mode grand format de plus de 1 000 m² - et jusqu'à 4 800m² pour des mégastores - qui permettent de découvrir toute l'offre en textile, puériculture et jouets de l'enseigne grâce à un parcours « cross-univers », ou bien sur des surfaces de chalandise plus petites de 450 à 550 m² pour le textile. L'offre renouvelée en permanence y est l'une des plus riches et des plus complètes du marché. Une équipe d'une trentaine de stylistes, de modélistes et quatre bureaux d'achat implantés dans le monde, conçoivent chaque saison 3500 nouveaux modèles avec plus de 100 nouveautés par semaine autour de thèmes différents pour les filles et garçons de 0 à 14 ans, pour les bébés de 6 à 23 mois et nouveaux nés de 0 à 6 mois. Les futures mamans disposent quant à elles d'un

endroit dédié avec la griffe Prémaman. Enfin, pour les articles de puériculture, Orchestra référence 10 000 produits parmi les plus grandes marques mais aussi sa propre MDD. Ce choix énorme favorise le « one stop shopping ». Tous les achats des parents s'effectuent lors d'une promenade, à travers dix secteurs clairement identifiés, et à chaque étape, une surprise est proposée comme la présence d'une vraie voiture utile aux démonstrations des installations de sièges auto ou encore de sols de pavés pour essayer les poussettes.

UNE STRATÉGIE CRM À LA POINTE

La réussite du concept repose aussi sur une stratégie de fidélisation clients très poussée et sur la mise en œuvre d'une politique omnicanal développée notamment avec Yourcegid Retail. Dès 2009, face à la montée en puissance des promotions incessantes et des soldes flottants et à la perte de repère des consommateurs sur le prix juste des produits, Orchestra a décidé de révolutionner le mode de consommation en proposant le Club Orchestra, un système d'avantages permanents pour ses clients. La formule accessible pour seulement 30 euros permet de bénéficier jusqu'à 50 % de remise toute l'année sur toutes les collections textiles. Elle compte actuellement 1,7 million d'adhérents à travers le monde (15 pays dont l'Italie, l'Allemagne, le Canada, l'Ile Maurice, les EAU...). Grâce à cette base de données riche d'enseignements sur les comportements et les parcours clients, Orchestra peut aussi lancer des programmes ambitieux et pertinents de CRM sur tous les canaux de vente. « *Notre stratégie CRM est basée sur l'analyse des achats. Elle s'effectue en mode multicanal. Nous proposons, par exemple, des listes de naissance sur le Web enrichies par des services en magasin. Les destinataires peuvent aller chercher leurs articles commandés en ligne dans les points de vente. La liste accessible depuis le*

site est récupérée en magasin en lien avec la solution Yourcegid Retail », précise Agathe Boidin, Directrice Générale de Orchestra-Prémaman.

SERVICES DIGITAUX EN BOUTIQUE

Orchestra mise aussi sur le digital en boutique. Depuis plus de deux ans, l'enseigne propose à ses clients de créer eux-mêmes ou avec l'aide d'un vendeur leur liste de naissance en magasin en scannant les articles grâce des iPods. En caisse, le contenu de la liste se synchronise automatiquement sur Internet avec le logiciel de gestion magasin de Cegid et le catalogue produits est directement mis à jour. D'autres projets sont en cours. Alors que 70% des ventes internet sont déjà effectuées en click & collect le groupe s'apprête ainsi à mettre en œuvre ce service avec une gestion des stocks centralisée (en mode « click & reserve) pour les articles de puériculture. Le déploiement de services « web in store » avec l'équipement des vendeuses et vendeurs en tablettes électroniques et le paiement mobile en magasin sont aussi en ligne de mire.

Enfin, Orchestra-Prémaman continue d'étendre son réseau à l'international, en Europe, mais aussi en Amérique du Nord (Montréal) ou en Asie (Shanghai) et en Russie (Moscou). Pour cette expansion, le groupe est accompagné depuis ses débuts par Cegid et sa solution Yourcegid Retail qui lui permet d'avoir une vision de son chiffre d'affaires et de ses clients en temps réel et de piloter précisément ses stocks et ses assortiments dans un contexte de volumétrie très forte. « *Nous finalisons le déploiement de Yourcegid Retail dans tous les pays. Nous avons commencé par la France, l'Espagne, la Belgique, la Grèce et l'Arabie Saoudite, et continuons sur d'autres pays comme le Maroc ou la Suisse », conclue Agathe Boidin.*

ORCHESTRA-PRÉMAMAN EN BREF

Créée en juillet 1995 par Chantal et Pierre Mestre et distribuée à ses débuts dans de petits magasins en succursales, la marque Orchestra est devenue Orchestra-Prémaman après le rachat de l'enseigne de puériculture belge Prémaman en 2010. Après avoir réalisé de nombreuses opérations de croissance externe, le groupe dont l'offre est dédiée aux futurs parents, aux bébés et aux enfants s'appuie aujourd'hui sur un réseau de 600 magasins à l'enseigne, de formats multiples jusqu'à 4 800m² pour les mégastores, et sur une centaine de multimarques. Le groupe continue de développer activement son parc de magasins en France comme à l'étranger, en partenariat principalement (commission-affiliation et franchise). Présent dans 40 pays, avec un effectif de 2 500 salariés, il enregistre un chiffre d'affaires de plus de 513 millions d'euros (en 2014) et sa carte Club a séduit 1,7 million d'adhérents.

<http://fr.shop-orchestra.com>

YOURCEGID RETAIL

SOFTWARE FOR CONNECTED COMMERCE

- Pilotage Omnicommerce
- Clienteling & CRM
- Référentiel Produit & Gestion de Stock
- Gestion des Points de Vente
- Gestion du Personnel
- Budget & Prévisions
- Achats & Sourcing
- Finance & Contrôle de Gestion
- Localisations
- Retail Intelligence

À propos de Cegid

Akteur majeur de la transformation numérique des entreprises, Cegid propose aux entreprises et au secteur Public des services cloud et des logiciels de gestion. Le Groupe répond aux besoins de gestion financière, fiscale et ressources humaines des entreprises et organismes publics de toutes tailles et apporte des solutions métiers aux entreprises des secteurs manufacturing, trade, services et retail, et aux professions comptables. Autour de son concept technologique MoBiClo™ qui allie Mobilité, Business intelligence et Cloud, Cegid intègre les nouveaux usages au cœur de sa politique d'innovation.

Groupe international, avec plus de 2 250 collaborateurs, 30 implantations en France et 15 filiales ou bureaux dans le monde, Cegid équipe plus de 120 000 clients et 430 000 utilisateurs, dont plus de 150 000 en mode SaaS, pour un chiffre d'affaires de 282 M€ en 2015.

Retrouvez toutes les offres Cegid sur notre site : www.cecigid.fr - Pour en savoir plus sur le groupe Cegid : www.cecigid.com