

# LE COMMERCE EN FRANCE

## GROUPE ZANNIER

- HISTORIQUE

- LA STRUCTURE

- LES ENSEIGNES TEXTILES ADULTES

- CHIPIE

- IKKS

- ONE STEP

- LES ENSEIGNES TEXTILES ENFANTS

- ABSORBA

- ALPHABET

- CATAMINI

- KENZO KIDS

- DIM JUNIOR

- JEAN BOURGET

- LITTLE MARC JACOBS

- LILI GAUFRETTE

- Z

- 3 POMMES

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LE GROUPE ZANNIER

- Le Groupe Zannier est l'acteur leader, au niveau mondial, de la mode enfantine, avec 20 marques développées en propre ou pour certaines sous licence. Depuis plus de quarante ans (1962), le Groupe a affirmé son positionnement avec une croissance interne soutenue et en réalisant d'importantes opérations d'acquisition. Il détient aujourd'hui un portefeuille de marques qui lui permet de couvrir tous les segments du marché de la mode enfantine et de s'affirmer progressivement avec trois marques sur le marché de la mode adulte.
- L'étendue de l'offre produits et la complémentarité des collections proposées par les différentes marques permettent au Groupe Zannier d'occuper une place unique sur son marché. Sa capacité d'adaptation à l'évolution des tendances de la mode, sa connaissance bien rôdée des comportements et des attentes des enfants et des juniors, son approche spécifique du monde de la layette et du cadeau de naissance font des marques du Groupe des acteurs incontournables de l'univers de la mode enfantine. La notoriété des marques permet le développement de licences dans des domaines variés: bagagerie, chaussures, montres, parfums, ..
- A côté de One Step qui est présente uniquement sur le marché de la mode féminine, Chipie et IKKS, fortes d'un positionnement reconnu, développent également des collections pour l'adulte. Chacune de ces trois marques connaît un succès croissant et s'adresse aussi bien à des clients fidèles, qu'à une clientèle nouvelle sensible au style sportswear de qualité.
- Une présence affirmée à l'international
  - Présent aujourd'hui dans plus de 120 pays, le Groupe réalise près de 50 % de son chiffre d'affaires à l'étranger.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LE GROUPE ZANNIER

- La créativité que chacune des marques du Groupe met en oeuvre dans les collections se retrouve dans la conception des magasins.
  - Les magasins à enseigne sont conçus en parfaite adéquation avec l'esprit de leur marque: Catimini, IKKS, Kid Cool, Z.
  - Les magasins multimarques Groupe répondent à des positionnements bien précis. Leur concept est clairement défini et permet un développement sous affiliation. Enfance pour l'enfant de 2 à 10 ans, Teenfactory, le sportswear du junior et Patchagogo pour les plus jeunes. Seuls les magasins Mon Plus Beau Souvenir, qui distribuent les marques haut de gamme du Groupe et qui sont implantés dans les grandes métropoles européennes sont développés en succursales.
  - Au-delà de ces magasins, les marques du Groupe sont largement représentées dans les magasins multimarques de mode enfantine en France et à l'étranger, ainsi que dans les grands magasins.
  - L'activité grande distribution reste plus ciblée sur la France.
- Le dynamisme des marques et des réseaux du Groupe Zannier est le fruit d' une organisation fédératrice où chacun se concentre sur son savoir-faire. Les équipes de chacune des marques travaillent sur la conception et la commercialisation de leurs collections, alors que les fonctions transversales restent assurées par le Groupe : CAZ (Centrale d'Achats Zannier), département informatique et supply chain, cellule Développement Ressources Humaines,..
- **2007**
  - groupe zannier 120 pays ,13 marques et 731 magasins au monde
  - En 2007, le groupe revend Kickers acheté en 1988 et, en 2009, il met fin à l'enseigne de franchise Kid Cool.
- **2010**
  - Présent aujourd'hui dans plus de 120 pays, le Groupe réalise près de 50 % de son chiffre d'affaires à l'étranger.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LE GROUPE ZANNIER

- LES DIFFERENTES MARQUES DU GROUPE 2007
- absorba, alphabet, bill tornade, bekaro, catimini, confetti, chipie, enfance, floriane, ikks, ikks women, ikks men, ikks private, jean bourget, kenzo, kidcool, kookai, levi's, lili gaufrette, little marc, mon plus beau souvenir, one step, oxbow, patchagogo, teen factory, 3 pommes, z
- 3 500 collaborateurs en Europe créent, animent et commercialisent un portefeuille d'une vingtaine de marques de prêt à porter pour enfants (Absorba, Catimini, Chipie, Ikks, Z ..., licences Kenzo, Levis, Oxbow ...). Zannier s'est engagé dans la mise en œuvre d'une infrastructure de gestion de contenu d'entreprise unique comme base des différentes applications de gestion de documents de l'entreprise.

enseigne	nombre de magasins		
	France	hors France	total
Z	185	85	270
kid cool		60	60
jean bourget	7	3	10
ikks femme	10		10
ikks general store	8		8
ikks enfants junior			100
floriane	10	4	14
confetti	20	18	38
catamini	95	60	155
bill tornade	2		2
absorba	8	20	28
chipie	4		4
total magasins	349	250	699

# LE COMMERCE EN FRANCE



## LA STRUCTURE

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LE GROUPE ZANNIER

- MAPPING 2007
  - pole luxe
    - kenzo
    - lili grafitti
    - catimini
    - floriane
    - little marc
    - bill tornade
    - mon plus beau souvenir
  - pole kids
    - absorba
    - 3 pommes
    - alphabet
    - confiti
  - marques à enseigne
    - Z
    - kid cool
  - magasin multimarques développés sous affiliation
    - tenn factory
    - enfance
  - pole adultes
    - chipie
    - IKKS
    - one stop
  - pole sportwears
    - chipie
    - lewis
    - IKKS
    - Kookai
    - OXBOW
    - BECKARDS
    - jean bourget B

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LE GROUPE ZANNIER

- MAPPING 2010
- Des collections adultes
  - Fortes d'un positionnement reconnu, IKKS et Chipie développent également des collections adulte. Avec One Step, marque présente exclusivement sur le marché de la mode féminine, le Groupe s'affirme véritablement sur le marché de la mode adulte :
  - Chipie pour ses collections vêtements et sous-vêtements femme
  - IKKS avec ses collections femme, homme et maintenant adolescent
  - One Step avec son positionnement femme.
- Des collections enfants
  - les marques à enseignes
    - Absorba
    - Alphabet
    - Catamini
    - Chipie
    - Ikks junior
    - Z
  - les marques enfants
    - Jean Bourget
    - Lili Gaufrette
    - 3 Pommes
  - les licences enfants
    - Junior Gauthier
    - kenzo kids
    - Lewis kindwear
    - Little marc Jacobs
    - Paul smith Junior

# LE COMMERCE EN FRANCE



CHIPIE



# LE COMMERCE EN FRANCE

## CHIPIE

- 2007

- Un profil de marque unique
- Chipie a une longue histoire fortement inspirée des campus américains et du mode de vie de leurs étudiants.
- C'est la personnalité espiègle de Chipie qui lui donne toute sa dimension affective et son potentiel de séduction.
- Chipie, avec son petit fox, ses écussons, et ses couleurs travaillées s'inscrit progressivement dans l'univers des jeaners.

- Des collections pour la femme et l'enfant

- Des collections conçues pour le bébé, l'enfant et aussi pour la femme\*. Les collections juniors se démarquent vraiment du "Kidsö" en offrant des collections drôles et résolument branchées.
- Les collections layettes sont tout en charme et douceur.

- Licences :

- Bagages et accessoires, bijoux montres, chaussettes, chaussures, linge de maison, lunettes , maroquinerie scolaire, papeterie, papier peint, pantoufle, stylos

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : Paris, Angers, Biarritz, Grenoble
- Magasins multimarques :
- Mon Plus Beau Souvenir : Paris, Anvers et Barcelone
- Multimarques sous affiliation : Teenfactory
- Grands magasins :

# LE COMMERCE EN FRANCE

## CHIPIE

- 2010

- Chipie, fidèle à ses origines renforce à chaque saison ses collections femme
  - Les campus et l'après campus, les premiers pas dans la vie active, l'étudiante change mais Chipie reste l'amie fidèle de la jeune femme.
  - Conformes à leur style originel, créatives, sportives et élitistes, les collections Chipie femme retracent tout un art de vivre. Du manteau, à la jupe de jean, du pull épais à la chemise qui joue la transparence pour s'adapter aux tendances de la mode, Chipie femme retracent tout un art de vivre. Du manteau, à la jupe de jean, du pull épais à la chemise qui joue la transparence pour s'adapter aux tendances de la mode, Chipie reste telle qu'on la connaît pour continuer d'être celle que l'on aime.
- Les sous-vêtements Chipie
  - Prolongement naturel de la collection femme, Chipie joue encore une nouvelle carte avec des lignes de sous-vêtements. Des sous-vêtements sans couture pour le sport et la détente, des sous-vêtements gais et coupés au plus près du corps, des sous-vêtements gais et coupés au plus près du corps, des sous-vêtements qui jouent le dessous-dessus.
- Chipie, un art de vivre au féminin.
  - Licences :
    - Bagages et accessoires ,bijoux montres, chaussettes, chaussures, linge de maison, Lingerie, maillot de bain, Lunettes optiques et solaires , maroquinerie scolaire, papeterie, papier peint, pantoufle, stylos
- DISTRIBUTION
  - Magasins à enseigne : Paris, Angers, Biarritz, Grenoble
  - Magasins multimarques : Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE



IKKS

# LE COMMERCE EN FRANCE

## IKKS

- 2007

- IKKS encore et toujours
- IKKS, un sportswear branché, authentique et original, à forte personnalité. L'ambiance vintage moderne et le côté anglo-saxon qui font penser au quartier de Soho plaisent tant, qu'on en redemande toujours plus. Les vêtements IKKS sont créatifs, plutôt sportswear mais sans excès. Toujours très tendance, ils font partie du quotidien de notre époque et sont européens avant l'heure.

- Les valeurs IKKS

- Toutes les collections sont fidèles à l'esprit qui fait le succès de la marque : belles matières, coupes dynamiques, lignes confortables. Tout un look pour les petits comme pour les grands.
- IKKS est devenue une marque globale, un véritable style de vie !

- Licences:

- Chaussures, lunettes, montres

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : 100 magasins enfant et junior
  - 8 General Stores IKKS
  - 10 boutiques women
- Magasins multimarques : / Grands magasins
- Mon Plus Beau Souvenir : Paris, Anvers et Barcelone
- Multimarques sous affiliation : Teenfactory

# LE COMMERCE EN FRANCE

## IKKS

- 2010

- Forte de son image et représentative d'un véritable style de vie, IKKS a lancé ses premières collections femme en 1999 avec un succès renouvelé à chaque collection.
- Les femmes ont adopté les collections IKKS délibérément sportswear et confortables.
- Prolongement naturel des collections enfant, les collections femme sont fidèles aux valeurs de IKKS : modernité, authenticité, raffinement, ...

- Les General Stores IKKS

- Dans la logique de ce style de vie, IKKS a créé ses propres General Stores pour diffuser toutes ses collections : l'enfant, la femme, et maintenant l'homme et l'adolescent.

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne
  - France 160
  - Belgique 15
  - Espagne 11
  - Italie 1
- Magasins multimarques
- Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE



ONE STEP

# LE COMMERCE EN FRANCE

## ONE STEP

- One Step propose un style baroque et coloré, aux imprimés et dessins exclusifs. Les matières fluides et confortables, pour la plupart de provenance italienne, et le romantisme des collections charment les femmes modernes. One Step mélange merveilleusement les genres, les rayures à l'ancienne, les rudes étoffes et les motifs cashmere pour mieux distiller sa vision de la féminité : forte et subtile, singulière et contemporaine.
- Harmonies avant tout
  - C'est un regard sur la mode où toutes les silhouettes de la collection se coordonnent et s'harmonisent ; neutres et couleurs, unis et imprimés se mélangent à l'infini.
- DISTRIBUTION
  - Magasins multimarques
  - Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE



ABSORBA



# LE COMMERCE EN FRANCE

## ABSORBA

- DEPUIS 1949, ABSORBA HABILLE LES bébés dans le monde entier par l'intermédiaire de 1300 points de vente.
  - La mode des Bébé
  - Absorba est le leader de la layette dans le monde.
- La ligne Premiers Jours d'Absorba (de la taille prématurée à 6 mois) est intégralement pensée pour assurer le meilleur confort et bien être de votre bébé.
- Mais Absorba n'habille pas que les bébés ! En habillant les enfants de 0 à 8 ans, Absorba s'affirme comme l'un des ténors du marché moyen / haut de gamme.
- Absorba, c'est aussi toute une gamme de sous-vêtement de qualité, alliant confort et sécurité pour les enfants de 0 à 16 ans.
- Chaque saison Absorba crée une collection pour les boutiques et pour la grande distribution. Les collections sont gaies, colorées et de grande qualité.
- Une forte présence nationale et internationale
- Absorba est présente en France dans tous les réseaux de vente et à l'étranger, uniquement en distribution sélective. Absorba habille les enfants du monde entier !
- Avec un développement constant de son chiffre d'affaires qui lui permet de vendre près de 20 millions de sous-vêtements, pyjama et vêtements dans plus de 40 pays, la marque est particulièrement implantée à l'étranger ; elle y réalise 70% de son volume d'affaires
- Vedette en Europe, Absorba est présente dans le Sud-Est Asiatique (Corée du sud, Taïwan, Thaïlande), aux Etats-Unis, au Canada, en Amérique Latine (Mexique et bientôt Argentine), au Moyen-Orient (Egypte et Syrie), et dans les pays du Maghreb.
- **DISTRIBUTION**
  - **2007-2010**
    - Magasins à enseigne : 8 en France, 20 à l'étranger
    - Magasins multimarques : 350 en France
    - Magasins sous affiliation : Patchagogo
    - Grande Distribution



# LE COMMERCE EN FRANCE

## ABSORBA

Pays	Nb de magasins
ABSORBA	2010
Allemagne	4
Andorre	1
Arabie Saoudite	2
Australie	2
Autriche	5
Belgique	3
Bulgarie	1
Corée du sud	1
Cote d'Ivoire	
Dom Tom	8
Egypte	1
Emirats Arabes Unis	1
Espagne	1
France	404
Gabon	1
Géorgie	1
Grande Bretagne	4
Grèce	1
Guatemala	1
Israël	1
Italie	1
Koweït	
Liban	2
Luxembourg	1
Maroc	1
Norvège	10
Pologne	1
Sénégal	1
Singapour	1
Suisse	8
Syrie	1
Taiwan	1
Thaïlande	1
Tunisie	1
USA	1
<b>Total</b>	<b>• 474</b>

# LE COMMERCE EN FRANCE



ALPHABET

# LE COMMERCE EN FRANCE

## ALPHABET

- Alphabet évoque le monde de l'enfant et se prononce dans toutes les langues.
- L'univers de la marque se décline en collections mode créatives, à la fois ludiques et colorées, pour une marque facile à porter en toutes circonstances.
- Mais pas seulement : c'est aussi Snoopy, licence riche en couleur, au travers d'un personnage intemporel, et MDP, marque junior fille dans un esprit tendance.
- Notre offre, c'est donc 3 marques pour 3 univers complémentaires qui séduisent les enfants et aussi les parents.
- Notre engagement : concilier des produits créatifs, confortables, alliant qualité et prix attractifs. Alphabet est présent dans plus de 40 pays.
- Signes particuliers :
  - Collections modernes, ludiques ; richesse des imprimés, des sérigraphies, des matières, contraste des couleurs.
- DISTRIBUTION
  - Multimarques
  - Grands magasins
  - Grande et Moyenne Surface

# LE COMMERCE EN FRANCE



CATIMINI

# LE COMMERCE EN FRANCE

## CATAMINI

- 1972 - Catimini voit le jour . La marque est créée par Monique et Paul Salmon
- 1987 - La marque possède 50 boutiques et est représentée dans 40 pays
- 1993 - ouverture du 100 ième magasin
- 1994 - 1998 - Catimini est une marque internationale qui possède 114 magasins dans le monde
- 2000 - le groupe Zannier avec Y2K et devient le leader mondial du vêtement pour enfant

# LE COMMERCE EN FRANCE

## CATAMINI

Pays	Nb de magasins
CATAMINI	2010
Abu Dhabi	1
Afrique du sud	1
Allemagne	10
Arabie Saoudite	5
Autriche	4
Bahrein	1
Belgique	9
Bulgarie	1
Chine	12
Chypre	1
Cote d'Ivoire	1
Egypte	1
Emirats Arabes Unis	3
Espagne	20
Estonie	1
France	189
Grèce	3
Ile Maurice	1
Indonésie	1
Irlande	6
Irlande du Nord	6
Italie	46
Koweït	2
Liban	1
Luxembourg	13
Maroc	2
Mexique	11
Norvège	1
Pologne	1
Roumanie	1
Russie	3
Sénégal	1
Suisse	11
Syrie	1
Taiwan	5
Thaïlande	3
Tunisie	2
Turquie	2
Ukraine	1
USA	15
<b>Total</b>	<b>399</b>



# LE COMMERCE EN FRANCE

## CATIMINI

- Des collections qui reflètent l'enthousiasme des enfants
  - Catimini: une marque qui ne ressemble à aucune autre.
  - Des vêtements haut de gamme créés pour les enfants, avec une très forte créativité, résolument contemporains, des tissus exclusifs aux couleurs tendance et raffinées.
  - C'est un esprit ludique et affectif qui caractérise les collections Catimini, toujours agrémentées de broderies et d'applications; de véritables atouts de séduction pour la mère et l'enfant.
- Catimini : le mariage du rêve et du savoir-faire
  - Catimini exalte l'imagination des petits et des grands !
  - Sa collection "Atelier", reprend toutes les valeurs propres à la marque et développe un esprit couture, élitiste et créateur ; des lignes pour le bébé, la petite fille ou le garçon, tout simplement à croquer !
  - Catimini habille les enfants de 0 à 12 ans.
  - Catimini ce sont aussi des concepts de magasins constamment actualisés.
- Licences:
  - Chaussures, linge de lit, lunettes, papier peint, vaisselle
- DISTRIBUTION
  - Magasins à enseignes : 95 France et 60 à l'étranger
  - Magasins multimarques : 1466 implantés dans 29 pays
  - Multimarques sous affiliation : Enfance

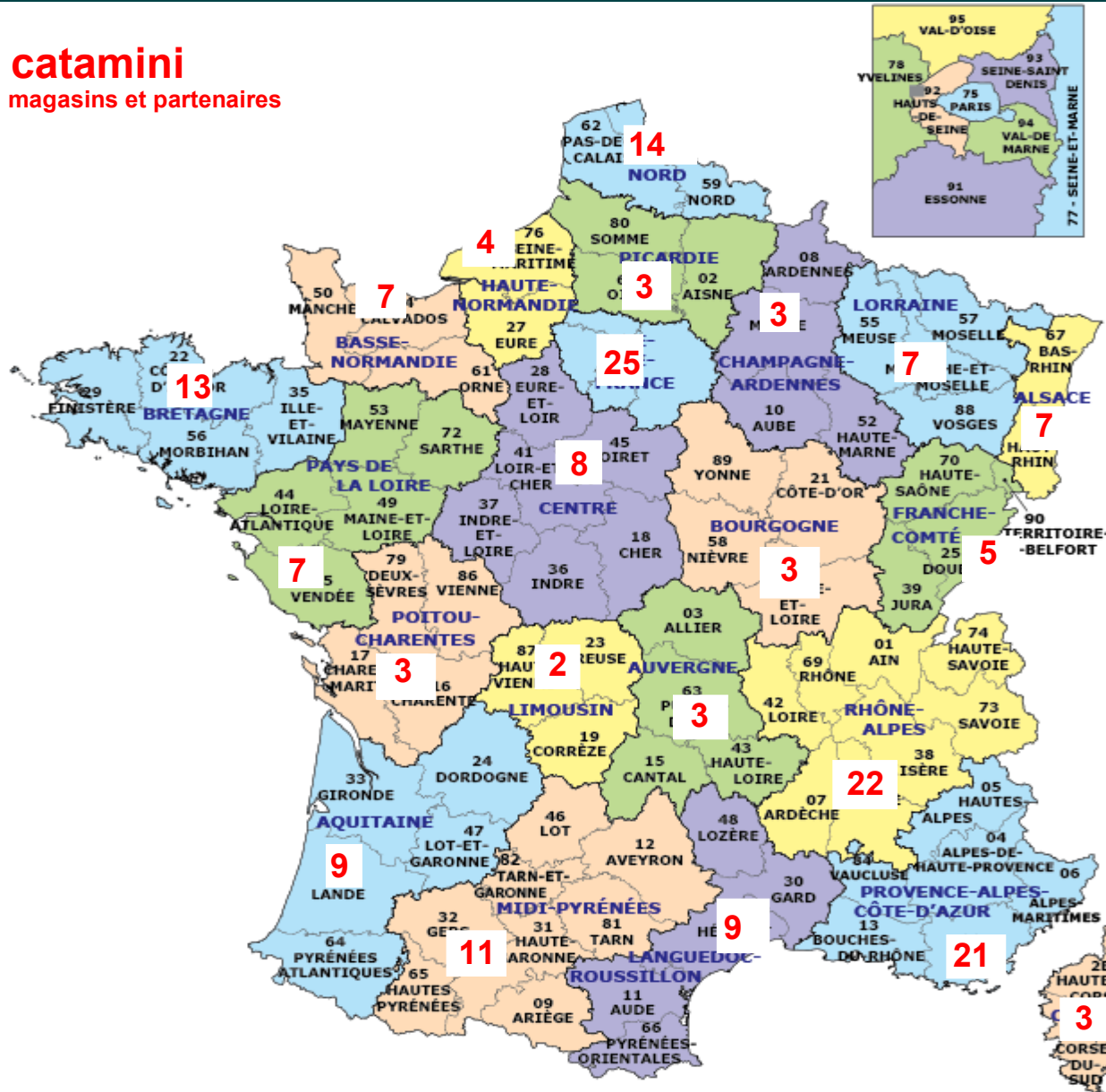
# LE COMMERCE EN FRANCE

## CATIMINI

- 2010
- Des collections qui reflètent l'enthousiasme des enfants
  - Catimini: une marque qui ne ressemble à aucune autre.
  - Des vêtements haut de gamme créés pour les enfants, avec une très forte créativité, résolument contemporains, des tissus exclusifs aux couleurs tendance et raffinées.
  - C'est un esprit ludique et affectif qui caractérise les collections Catimini, toujours agrémentées de broderies et d'applications; de véritables atouts de séduction pour la mère et l'enfant.
- L'enfant évolue d'un monde à l'autre, d'un style à l'autre, il explore, il rêve, il imagine, il s'amuse. Pour lui, Catimini crée des univers généreux, des ambiances très colorées qui changent au gré de ses envies. Du plus grand au tout petit, l'enfance se vit en Catimini
- Catimini ce sont aussi des concepts de magasins constamment actualisés.
- DISTRIBUTION
  - Magasins à enseignes : 95 France et 60 à l'étranger
  - Magasins multimarques : 1466 implantés dans 29 pays
  - Multimarques sous affiliation : Enfance

# LE COMMERCE EN FRANCE

**catamini**  
magasins et partenaires



# LE COMMERCE EN FRANCE



KENZO KIDS

# LE COMMERCE EN FRANCE

## KENZO KIDS

- 2010
- KENZO Kids, c'est l'art du métissage et du dépaysement immédiat, un œil contemporain et averti ouvert sur les richesses du monde et sur l'insolite. C'est aussi pratiquer l'art de la juxtaposition et du télescopage des natures et des cultures de tous pays comme Antonio MARRAS, aime à le faire.
- Les collections KENZO permettent de voyager de manière différente et toujours surprenante. Les thématiques recherchent le mariage de contraires : couleurs chatoyantes associées à des tons plus neutres, matières nobles patchées avec des matières plus tramées, imprimés floraux et dessins plus graphiques.
- \* Marque sous licence
- DISTRIBUTION
  - Magasins multimarques
  - Multimarques sous affiliation :
    - Teenfactory, Enfance, Mon Plus Beau Souvenir
  - Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE



DIM JUNIOR

# LE COMMERCE EN FRANCE

## DIM JUNIOR

- 2010

- DIM sort sa première collection de sous vêtements pour enfant du 2 au 16 ans. Inspirée des modèles adultes, les lignes Dim Girl et Dim Boy sont une déclinaison réussie de l'esprit Dim à prix très doux.

- Une collection Kid et Junior Fille déclinée en deux lignes fortes.

- Les Pockets (du 2 au 16 ans)

- Incontournable chez la femme, se révèle aussi ludique, confortable et bien coupée pour les jeunes filles.

- Jolie gamme de culottes, boxers, brassières, soutien-gorge développés dans des teintes toniques du bleu très marin aux couleurs plus pastel pour jeunes filles en fleurs.

- Des tops faciles à porter, fines bretelles viennent compléter cette ligne.

- Les Dim's (du 10 au 16 ans)

- Une collection plus moderne, toujours créative et colorée. Les soutiens-gorge mousse à armatures, en microfibre ou coton stretch sont à assortir avec des shorty rayés rafraichissants.

- Une collection Dim Boy déclinée en 3 lignes.

- Les Essentiels (2 - 16 ans)

- Une ligne " Dynamic" en coton stretch, marquée par des ceintures jacquard élastiquées, des basics incontournables comme les tee-shirts col V ou col rond, blanc et noir 100% coton.

- Fashion (10-16 ans)

- Une ligne ultra tendance ; des tee-shirts et des boxers assortis bicolores marine ou noir ou des mini boxers aux imprimés urbains super craquants.

- Sport (10-16 ans)

- Allure très sportive pour des débardeurs et des boxers en coton modal pour encore plus de confort.

- Disponible depuis l'été 2010 dans les grands magasins et la grande distribution en France, au Benelux, en Italie et en Espagne.

- La collection NUIT " DimBoy et DimGirl Nightwear", construite en synergie avec les collections du sous-vêtement est également disponible en magasins dès l'été 10 (tailles disponibles : 6 à 16 ans).

- DISTRIBUTION

- Grande Distribution, Grands Magasins, Magasins à enseigne, Magasins multimarques : en France, au Benelux, en Italie et en Espagne.

# LE COMMERCE EN FRANCE



JEAN BOURGET



# LE COMMERCE EN FRANCE

## JEAN BOURGET

- 2007

- Pour les enfants d'aujourd'hui

- Jean Bourget détourne les matières nobles, crée des associations insolites pour faire du luxe le quotidien de nos enfants.

- Jean Bourget c'est un style, une qualité, une originalité. C'est aussi une collection sportswear ultra chic, développant un style créateur à la fois riche et épuré.

- Avec une gamme de 0 à 14 ans, Jean Bourget est présent dans plus de 2000 magasins et boutiques spécialisés à travers le monde. Jean Bourget crée des vêtements depuis plus de 60 ans et réalise 300 nouveaux modèles par saison.

- La force de l'imaginaire

- Chapardant les codes des grands, Jean Bourget réinvente les nouvelles collections de Jean Bourget et invite à l'imaginaire.

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : 7 en France et 3 à l'étranger

- Magasins multimarques : 1700 dont 130 clients partenaires

- Mon Plus Beau Souvenir : Paris, Anvers et Barcelone

- Multimarques sous affiliation : Enfance

# LE COMMERCE EN FRANCE

## JEAN BOURGET

- 2010

- Jean Bourget confectionne avec passion depuis plus de 50 ans des vêtements pour enfants.

- Des vêtements qui bougent avec eux, bien coupés, avec des détails chics ou rigolos pour des silhouettes créatives.
- Des vêtements avec des matières bien choisies et des finitions tout terrain.
- Des vêtements pour les accompagner dans chaque moment de leur vie d'enfant, aujourd'hui et demain.

- Jean Bourget signe une mode facile à vivre, avec toujours un zeste d'élégance qui fait la différence.

- La belle histoire :

- En 1918, Emile Bourget, grand-père de Jean Bourget, crée un petit atelier de trois personnes à La Chaussaire, dans le Maine et Loire, orienté vers le vêtement tailleur.
- En 1954, fort de son savoir-faire en vêtements confortables et solides, Bourget se spécialise dans la fabrication de vêtements pour enfants.
  - Grâce à la qualité du modélisme, des coupes et des matières, ce lancement remporte très vite un grand succès.
- En 1993, Jean Bourget ouvre ses premières boutiques à son nom.
- En 2010, avec presque 1000 points de vente et une présence dans environ 50 pays, l'aventure extraordinaire de Jean Bourget continue avec toujours la même passion : créer des vêtements pour enfants créatifs, confortables et pour autant élégants, avec un constant souci de qualité.

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : 4 en France
- Magasins multimarques : 850 clients dont 65 partenaires
- Multimarques sous affiliation : Enfance; Teen Factory

# LE COMMERCE EN FRANCE



LITTLE MARC JACOBS

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LITTLE MARC JACOBS

- 2010
- Marc Jacobs, emblématique créateur New Yorkais est une référence absolue dans l'univers du luxe. Directeur artistique de Louis Vuitton, il a choisi le Groupe Zannier pour développer sa ligne enfant Little Marc Jacobs. Son souhait, vendre un style de vie « MARC JACOBS » dès le plus jeune âge. Ses collections déclinent les plus jolis succès de la ligne adulte Marc by Marc avec un accent plus affirmé sur les silhouettes filles et des récurrents chaque saison comme la célèbre ballerine souris ou l'incontournable chausson de naissance inspiré du même esprit.
- Aujourd'hui la marque s'enrichit d'une " Fashion Line", extrait choisi des meilleures partitions du créateur qui cible les véritables amateurs de mode.
- DISTRIBUTION
  - Magasins à enseigne
  - Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LITTLE MARC JACOBS

Pays	Nb de magasins
Marc Jacob	2010
Arabie Saoudite	1
Bahrein	1
Brésil	1
Chine	1
Corée du sud	1
Danemark	1
Emirats Arabes Unis	1
Espagne	1
France	2
Grande Bretagne	1
Grèce	1
Guam	1
Italie	1
Japon	1
Koweït	1
Liban	1
Malaisie	1
Mexique	1
Phillipines	1
Portugal	1
Qatar	1
Singapour	1
Suède	1
Taiwan	1
Thaïlande	1
Turquie	1
USA	10
Vietnam	1
<b>Total</b>	<b>38</b>

# LE COMMERCE EN FRANCE



PAUL SMITH

# LE COMMERCE EN FRANCE

## PAUL SMITH

- 2010
- Le bouillonnant créateur, designer et styliste Paul Smith, reconnu pour ses lignes aux couleurs flamboyantes donne l'impulsion pour une collection à son image, décalé, gaie et ludique. Le style Paul Smith est un style classique facile à porter avec cette touche d'excentricité anglaise qui fait toute la différence. Le sens du détail, dans les doublures toujours surprenantes, les rayures multicolores qui sont l'empreinte de la marque, les imprimés pleins d'humour sur les tee shirts, les boutons de couleurs, l'univers de Paul Smith est riche, insolite et malicieux. La ligne enfant traduit joliment cette douce folie made in London.

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne :
- Magasins multimarques :
- Grands magasins

Pays paul Smith	Nb de magasins 2010
Afrique du sud	2
Arabie Saoudite	2
Belgique	1
Canada	1
Corée du sud	17
Emirats Arabes Unis	6
France	3
Grande Bretagne	20
Honk Kong	4
Inde	2
Irlande	1
Italie	2
Japon	2
Koweït	1
Liban	1
Norvège	
Phillippines	2
Russie	2
Singapor	2
Taiwan	4
Thalainde	3
USA	9
<b>Total</b>	<b>87</b>

# LE COMMERCE EN FRANCE



LILI GAUFRETTE



# LE COMMERCE EN FRANCE

## LILI GAUFRETTE

- 2007

- Chic certes mais tendance
- Très tôt le matin, très tard le soir Une autre façon de voir la vie !
- Lili Gaufrette, une collection chic et branchée de vêtements et d'accessoires, pour les bébés et les juniors de 0 à 12 ans, entre mode et tradition revisitée, associant belles matières naturelles et richesse des détails. Une marque très fille, un style sobre ou travaillé, confortable et raffiné. Qualité, créativité, une mode facile à porter, de l'école à la fête, pour être simplement jolie en Lili !

- Pour les garçons aussi !

- Les p'tits frères de Lili Gaufrette !
- Les hommes ne comptent pas pour des prunes !...
- Eux aussi ont droit à la qualité, au confort, aux belles matières naturelles, avec les collections Marcel et Léon.
- Et pour eux, les maîtres mots sont authenticité, sobriété, décontraction chic. Du sportswear stylé, que papa aimerait bien leur chiper !

- DISTRIBUTION

- Magasins multimarques : 350 en France, 850 à l'étranger
- Mon Plus Beau Souvenir : Paris, Anvers et Barcelone
- Multimarques sous affiliation : Enfance

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LILI GAUFRETTE

### • 2010

- Depuis 10 ans Lili Gaufrette trace un chemin impertinent entre confort et élégance, chic et décontraction. Les détails féminissimes font craquer
- les parents autant que les petites filles, broderies, volants, ruchés, paillettes, dentelle, écussons, sérigraphies. Les collections sont toujours travaillées avec des matières naturelles sous le signe de l'authenticité, de la sobriété et du chic décontracté.
- Lili Gaufrette innove chaque saison, en mélangeant des matières différentes (comme le twill et le chevron, le tulle ou la côte 2/2 et le mohair, la microfibre et le coton), et en jouant avec les broderies, les volants, les ruchés, les paillettes, la dentelle, les boutons, les écussons, les sérigraphies, tous les détails qui font Lili.
- On craque littéralement !
- Pour les garçons aussi !
  - Les p'tits frères de Lili Gaufrette !
  - Les hommes ne comptent pas pour des prunes !...
  - Eux aussi ont droit à la qualité, au confort, aux belles matières naturelles, avec les collections Marcel et Léon.
  - Et pour eux, les maîtres mots sont authenticité, sobriété, décontraction chic. Du sportswear stylé, que papa aimerait bien leur chiper !
- DISTRIBUTION
  - Magasins multimarques : 350 en France, 850 à l'étranger
  - Mon Plus Beau Souvenir : Paris, Anvers et Barcelone
  - Multimarques sous affiliation : Enfance
  - Grands magasins

# LE COMMERCE EN FRANCE



Z

# LE COMMERCE EN FRANCE

## Z

- 2007

- Z ne cesse d'évoluer
- Marque historique du Groupe, Z ne cesse d'évoluer. Les 270 magasins Z offrent à tous les enfants de 0 à 16 ans un large choix de vêtements. Les collections Z sont toujours fidèles à leur principe : proposer un vrai rapport qualité-prix, tout en jouant la diversité et la créativité...
- Le concept des magasins est renouvelé tous les cinq ans pour s'adapter aux tendances de la mode.

- tout en jouant la diversité et la créativité...

- Et maintenant les collections de la chanteuse LORIE

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : 270 dans le monde

# LE COMMERCE EN FRANCE

## Z

- 2010

- Des styles en constante évolution, un large choix, des vêtements de qualité, un prix toujours juste, des concepts de magasin renouvelés tous les 5 ans et aujourd'hui une boutique en ligne ! On y retrouve vos marques préférées pour le garçon et la fille de 0 à 14 ans.
- Diversité et créativité sont les maîtres mots des collections, les vêtements sont dessinés pour être en harmonie avec les enfants et leur environnement. Et pour faciliter la vie des mamans, Z propose plein de petits accessoires à associer aux vêtements : chaussures, chapeaux, bijoux .... pour réveiller les silhouettes.
- Marque historique du groupe Zannier, Z c'est aussi une marque qui s'est imposée à l'international avec 480 boutiques (en France, Italie, Espagne, Portugal, Belgique, ...).

- DISTRIBUTION

- Magasins à enseigne : 270 dans le monde

# LE COMMERCE EN FRANCE



3 POMMES

# LE COMMERCE EN FRANCE

## 3 POMMES

- 2007
- Naturelle, ludique, facile à porter, et pourtant si différente des autres, qu'en France comme à l'étranger, 3 Pommes est très rapidement adoptée.
- Avec des coupes et des matières originales, comme la fausse fourrure pour l'hiver ou les superpositions et les transparences pour l'été, 3 Pommes s'adressent aussi bien au bébé qu'à l'enfant.
- La nouvelle ligne Naissance, toute brodée de douceur, accompagne les enfants de leur "Premier Sourire" à leurs "Premières escapades" en passant par leurs "Premiers Pas".
- 3 Pommes : on a tous envie d'en croquer !
  - WARNER BROS, sensible à la créativité de 3 Pommes, a confié à la marque toute une ligne de licences.
  - La notoriété de Bugs Bunny, de Titi et de leurs amis, associée à l'esprit 3 Pommes font depuis 1998 un cocktail des plus attachants.
  - Et plus récemment, c'est 3 Pommes que 14 magasins du Printemps ont choisi pour leurs collections layette ... Reflet de son époque, Pommes fait l'unanimité !
- DISTRIBUTION
  - magasins multimarques
  - magasins sous affiliation PATCHAGOGO
  - grands magasins
  - GSS

# LE COMMERCE EN FRANCE

## 3 POMMES

- 2010
- Née de l'expression "haut comme trois pommes", 3 Pommes a pour ambition, aujourd'hui réussie, de rendre la mode et la qualité accessible à tous.
- Large palette de couleurs et de matières, imprimés originaux, coupes branchées, 3 Pommes reste fidèle à son leitmotiv : créativité maxi, prix mini. Dans le même esprit, la marque prolonge son offre avec Beckaro. Entre urban et sportswear, la ligne suit les tendances majeures des juniors. Les coupes, les traitements et les détails graphiques très soignés donnent aux ados, un look branché et original.
- **DISTRIBUTION**
  - Magasins multimarques :
  - Multimarques sous affiliation
  - Grands magasins
  - Grandes Surfaces Spécialisées