

## PAROLES DE DIRIGEANT D'ENSEIGNE...

---

### Olivier DRAEGER, Président, Draeger Tie Rack



**DRAEGER**  
PARIS | 1886

**TIE RACK**  
ACCESSOIRES

**Olivier DRAEGER,**  
Président, Draeger Tie Rack

**En qualité de président de Draeger, pouvez-vous nous parler de votre société, son histoire, ses activités historiques ?**

La société Draeger a été fondée à Paris en 1886. Et, le premier métier de Draeger a été l'imprimerie, très vite complété par des activités qui allaient alimenter l'imprimerie : la photographie, la photogravure, les différentes étapes de transformation du papier, une agence de publicité, une maison d'édition, un magazine...

En 1956, Draeger achète les éditions Yvon et au début des années 70, la famille se sépare de l'activité d'imprimerie pour se centrer sur celle des cartes postales et cartes de vœux. Je rejoins l'aventure en 1999 pour compléter les savoir-faire avec les produits d'emballage cadeau, le cadeau personnalisé, les agendas et calendriers. Et, ce avec des développements en propre et la reprise de belles marques comme Hallmark, Nouvelles Images, Toga. Nous avons ainsi constitué un socle d'activités autour d'une mission : ambassadeur d'émotions.

**Vous avez récemment fait deux opérations de croissance externe avec Tie Rack et Accessorize. Pourquoi ces choix ? Quelle est votre stratégie ?**

Au 1<sup>er</sup> juillet 2020, avec le comité de direction, nous avons décidé d'intégrer de nouvelles dimensions au sein du groupe, l'accessoire de mode est un réseau de 27 boutiques sous l'enseigne Tie Rack, toujours dans cette idée de produits dont la vocation est en grande partie le cadeau et l'attention. À la reprise de Tie Rack, le diagnostic faisait apparaître que le réseau était trop petit ; nous avons donc repris Accessorize pour le compléter.

Et, nous avons maintenant décidé de franchir une nouvelle étape dans l'intégration et de basculer progressivement l'ensemble des magasins sous l'enseigne Draeger Paris.

**Vous exploitez des magasins en centres-villes et centres commerciaux. Comment se positionne votre enseigne ? Avec quel merchandising ? Sous quelle marque enseigne ?**

Le réseau est constitué des 27 magasins Tie Rack et de 9 boutiques issues du réseau Accessorize : des magasins de 50 m<sup>2</sup> en moyenne dans des lieux stratégiques.

25 magasins des réseaux Tie Rack et Accessorize France auront basculé sous l'enseigne Draeger Paris durant l'été. Les autres magasins du réseau suivront au fil de l'été 2021. Ils intégreront ainsi le tout nouveau concept de points de vente pensé par les équipes Draeger Paris et nous atteindrons bientôt notre objectif de 40 implantations en emplacements stratégiques.



Les emplacements sont essentiellement n° 1 et n° 1Bis : les Champs Elysées, la gare Saint-Lazare, la gare du Forum des Halles, Caumartin, la Défense, la Part Dieu et des sites touristiques clés. Des localisations qui ont totalisé plus de 600 millions de visiteurs en 2019.

Les prochaines ouvertures dans la gare Montparnasse, le village Disneyland Paris, à Nice, Cap 3000 et Noisy le Grand, conforteront encore cette position.

**2020 et 2021 ont été très difficiles pour les magasins qui ont subi de longues fermetures. Quelle est votre situation ? Quels sont vos enjeux pour les prochains mois ? Avez-vous été bien accompagné par vos bailleurs ?**

Nous avons été particulièrement touchés par la crise. Notre réseau étant constitué essentiellement d'emplacements n° 1, avec des sites très touristiques, gares, aéroports, Paris, la Défense ; ce sont les lieux qui ont été les plus pénalisés.

Les centres commerciaux de la banlieue parisienne ou ceux de la province ont mieux résisté. Mais, ils sont moins contributeurs de notre activité.

Le cœur de notre activité étant représenté par les produits de cérémonies : cravates, nœuds papillons, bibis de cérémonie... Pendant le confinement ou lors des couvre feux, ceux-ci ont été mis de côté.

Depuis début juillet, les ventes repartent. On espère un fort rebond après ces longs mois sans évènement. Quant aux discussions avec les bailleurs, celles-ci sont toujours en cours. Compte tenu de la difficulté de la situation, on aurait souhaité que les bailleurs soient plus volontaristes dans leur démarche de soutien.

**Le rapprochement de plusieurs entreprises est toujours complexe et trois, c'est très ambitieux. Quelles sont les conditions de réussite ? Comment faire adhérer les collaborateurs des trois entreprises ?**

Nous avons développé un savoir-faire sur les reprises et intégrations, nous en avons réalisé sept dans les dix dernières années.

Le contexte de la crise sanitaire a rendu les dernières intégrations plus techniques par la difficulté de passer du temps ensemble, de se rencontrer...

L'écoute, l'écriture du projet commun, une vision fédératrice sont les conditions clés d'une réussite.

Et, la vitesse de conduite du changement représente aussi un élément moteur pour les équipes.

### **Nous allons vers un monde plus RSE. Qu'est-ce que cela signifie pour une entreprise comme la vôtre ?**

Draeger Paris est certifié PME+, certification des PME indépendantes engagées dans une démarche de progrès sur les enjeux du développement durable. Nous sommes très avancés dans nos marchés historiques :

- L'écoconception des produits visant à en faciliter le recyclage, mais aussi à réduire l'utilisation du plastique ;
- L'utilisation de matières premières durables - comme le bambou ou le papier certifié FSC®. Nous avons ainsi préservé 4.200 tonnes de bois depuis dix ans.
- Des processus de production avec un impact minimum et facilitant le recyclage comme les encres végétales.
- La réduction des plastiques à usage unique : la suppression des cellophanes sur une grande partie des produits a déjà permis d'éviter un nombre de déchets équivalents à 3 millions de bouteilles en plastique depuis 2012.
- La réduction des consommations de ressources et des rejets avec des indicateurs dédiés suivis de près par les managers des différents sites.
- Le recyclage des déchets de cartons, plastiques et métaux sur tous les sites du groupe.

Notre principal enjeu est de décliner toutes nos pratiques dans les sites de production des accessoires de mode dans les prochains mois.

### **Quels sont vos principaux enjeux ?**

Nous fêtons tout juste un an dans l'activité du retail. En un an, nous avons fait un chemin incroyable :

- Le réseau est passé de 27 à presque 40 magasins.
- Nous avons fait quatre déménagements pour unifier toutes les activités.
- Déployé de nouvelles caisses dans l'ensemble des points de ventes et digitalisé la gestion des RH.
- Centralisé les stocks et mis en place un système de réapprovisionnements automatiques pour les boutiques.
- Conçu et déployé dans 60 % des points de vente un nouveau concept, des codes graphiques et visuels Draeger Paris : nouvel éclairage, murs sans accastillage, nouveaux sols, nouvelles solutions merchandising...
- Formé l'intégralité des équipes à la vente conseil et tous les managers au management motivationnel.
- Nous cherchons encore des talents pour venir renforcer l'équipe et conduire les prochains projets. ■

