

QUESTIONS À...

Thomas BEAUMANOIR

Directeur Général Délégué, Groupe Beaumanoir



Thomas BEAUMANOIR
Directeur Général Délégué, Groupe Beaumanoir

Thomas, vous êtes directeur général délégué du groupe Beaumanoir. Pouvez-vous nous rappeler le périmètre des enseignes du groupe et le nombre de points de vente par enseigne, en France ?

Le Groupe Beaumanoir est un groupe familial composé de 6 marques (Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan, Caroll et La Halle). Nous avons 2.000 magasins principalement en France dont 50% sont opérés par des partenaires affiliés.

Quel est votre périmètre d'action au sein du groupe ?

Au quotidien, je pilote le pôle développement dont dépend l'expansion, l'immobilier, l'affiliation et l'aménagement. En parallèle, je suis de près nos marques historiques ainsi que nos dernières acquisitions à savoir, La Halle, Caroll et la plateforme digitale Sarenza.

Le commerce vient d'être confronté à plusieurs crises majeures qui ont fortement compliqué son fonctionnement (Gilets jaunes, Covid). Qu'est-ce que cela a changé pour les enseignes du groupe Beaumanoir ?

Malheureusement, nous sommes habitués à gérer des crises... pour le Groupe Beaumanoir. La période Covid a été une période assez « sportive » ! Certaines relations ont été altérées avec nos partenaires bailleurs mais nous nous efforçons de retrouver une relation de confiance. Plus globalement, cette période a pleinement validé notre stratégie et les investissements de transformation engagés depuis plusieurs années maintenant. Cette transformation est toujours en cours et doit continuer dans un environnement extrêmement complexe, incertain, un véritable challenge.

En termes de maillage de magasins et de développement, quelles sont les priorités de vos enseignes pour les prochaines années ?

Nous avons des réseaux mûres, c'est pourquoi nous allons entrer dans une phase de gestion... Sans oublier de rester agiles. En ce qui concerne La Halle, nous préparons le terrain pour nous remettre dès que possible en reconquête.

L'international est-il une priorité pour le groupe et ses enseignes ?

Pour le Groupe Beaumanoir, l'international se résume à la Belgique, l'Espagne, le Portugal et la Suisse ainsi qu'un développement à travers des plateformes digitales. L'objectif est de bien faire notre métier là où nous sommes implantés sans nous disperser.

De nombreuses enseignes de l'habillement sont en graves difficultés. Est-ce selon vous, un cycle normal dans la vie d'un secteur d'activité, avec des acteurs qui disparaissent et d'autres qui prennent leur place ? Ou les fondamentaux sont-ils menacés plus largement ? Soit en termes de consommation soit de coûts d'exploitation ?

Ce qui se passe était prévisible tant l'équation du retail est complexe et nécessite de l'abnégation et de l'humilité. Juste pour illustrer mon propos voici l'équation :

- Nous sommes sur des marchés baissiers, 15% de baisse par an depuis dix ans.
- Les surfaces commerciales ont augmenté d'autant sur la même période.
- Les charges d'exploitation ne font qu'augmenter (Loyers, masse salariale, omnicanalité).
- Les ventes sur le digital ont connu une augmentation à deux chiffres depuis dix ans.
- Les règles et normes d'exploitation ne font que se complexifier et se durcir.

Avec cette équation, nous voyons bien que le commerce se complexifie, qu'il ne faut rater aucun virage.

Par rapport à votre question, je préfère mettre en avant l'actionariat familial... Nous avons une vision long terme. Nous faisons constamment évoluer notre façon de faire du commerce au service de nos client.e.s. Maintenant, nous ne sommes pas infaillibles et restons vigilants quant aux charges.

En France, qu'est-ce qu'il faudrait changer selon vous, pour que le commerce de détail continue d'assurer ses fonctions économiques, d'employeurs mais aussi de présence et de lien dans les différentes de territoire français ?

Pour que le commerce continue d'assurer ses fonctions économiques et sa présence dans les territoires, il doit être compris. Les Assises du commerce ont eu lieu et il ne s'est rien passé depuis. Laissant bailleurs et preneurs au milieu du gué, dos à dos. Il y a un manque de cohérence. On souhaite préserver les centres-villes mais en même temps, on chasse la voiture de la ville.



On souhaite transformer les entreprises pour autant il y a toujours plus de contraintes administratives. Les entreprises doivent aller vite et notre système juridique s'engorge tout seul et est incapable de rendre des décisions dans un délai court.

Nous sommes dans une marche forcée de transformation des entreprises mais les objectifs ne peuvent être atteints que si les enseignes retrouvent des respirations.

Pour moi, la financiarisation à outrance du commerce est dangereuse, les équilibres doivent être préservés. Un propriétaire immobilier doit être capable d'offrir à un locataire un magasin aux dernières normes en contrepartie d'un loyer couvrant ses investissements et dans le respect du marché et de la commercialité. Un commerçant doit être capable d'avoir un beau magasin avec une présence digitale (vitrine ou marchande). Son exploitation doit être maîtrisée et garantie sur le long terme (a minima la durée d'un bail).

Selon moi, les axes de réflexion pour favoriser le commerce sont les suivants :

- Les enseignes doivent retrouver des marges de manœuvre pour investir et se transformer.
 - Baisse de Charges
Refonte des charges immobilières/locatives refacturables (taxe foncière, ...etc.),

- Indexation des loyers, Indice des loyers commerciaux,
Le mécanisme doit être lié à des investissements sur un bien immobilier et doit s'arrêter quand le bien est amorti.
- Valorisation des loyers,
Il faut prendre en considération la vacance commerciale dans le calcul de la valeur locative.
- Réduire les dépôts de garantie à un mois de loyer,
- Paiement mensuel des loyers et charges locatives,
- Mener des études de baisse de TVA.
- Afin de gagner en agilité,
 - Les procédures judiciaires prennent beaucoup trop de temps et doivent être accélérées. Le système doit être désengorgé et donc dissuasif pour ceux qui en abusent.
 - Réduction des délais d'instruction des dossiers pour ouvrir ou rénover un point de vente (permis de construire, déclaration de travaux ...). ■

