

Avec Kidshoes, La Halle veut prendre pied sur la chaussure

Parce que le marché de la chaussure est plutôt porteur. Parce que le groupe Vivarte a, en la matière, un certain savoir-faire. Et, enfin, parce que le groupe mise maintenant beaucoup sur La Halle pour retrouver de l'allant, place donc à cette nouvelle enseigne dédiée aux enfants.

Le groupe Vivarte, important vendeur de chaussures avec ses enseignes André ou Besson, entend bien capitaliser sur ce savoir-faire en signant une nouvelle enseigne, sous la bannière de sa marque phare, La Halle. Place, donc, à La Halle Kidshoes, dont un premier magasin test vient d'ouvrir ce mercredi 10 septembre 2014, à Paris, rue du Commerce, dans le XV^e arrondissement. Un point de vente de 70 m² tout juste, mais qui, si son concept s'avère une réussite, pourrait faire assez vite des petits.

Un îlot de prospérité

Car on se trouve finalement, avec ce marché, sur un segment porteur. Selon une étude du cabinet Xerfi, les ventes de chaussures ont enregistré une progression de 5 % en valeur sur les cinq dernières années, pour atteindre 9,1 milliards d'euros. Et, d'ici à 2015, c'est encore une croissance de 5 % qui est attendue.

Autant dire que l'on a affaire-là à un îlot de prospérité. Surtout, si on le compare au marché du textile, en berne, lui, depuis six années consécutives maintenant - série malheureusement en

70 m²
La surface de vente de ce magasin test

600
Le nombre de références proposées à la vente

Sources : Vivarte

cours, puisque le premier semestre 2014, selon la Fédération française du prêt-à-porter féminin, s'est achevé, pour le «total habillement», sur un recul de 0,6 %. On était à -1,1 % en 2013... Il y a donc du mieux. Disons du moins pire...

L'enseigne reine

Tout cela, donc, pour dire qu'il est pleinement compréhensible que les enseignes du textile veuillent prendre pied au

royaume de la chaussure. Et comme en plus, on l'a dit, Vivarte a en la matière un savoir-faire, autant l'exploiter.

Reste juste à comprendre pourquoi Vivarte avance avec une enseigne sous sa signature La Halle, puisque ce magasin est signé La Halle Kidshoes. C'est le signe, très clair, que l'enseigne reine, chez Vivarte, est désormais La Halle. Logique cela dit, puisque cette dernière, sous ses déclinaisons chaussures et



PHOTOS © OMBRELINÉ LE GENDRE

mode, pèse environ la moitié des 3 milliards d'euros du chiffre d'affaires du groupe.

Surtout, La Halle bénéficie d'un renouveau intéressant désormais. On s'en est ouvert, ici même, dans ces colonnes, au printemps : d'abord en restructurant complètement l'offre de ses deux enseignes, La Halle et La Halle aux chaussures (LSA n° 2314). Ensuite, avec la présentation, en avril, d'un concept mixte regroupant les offres mode et chaussures sous un même toit, mais aussi intégrant des gammes spécifiques, secondes lignes déclinées des marques maison – N by Naf Naf, K by Kookai, A by André, C by Chevignon, etc. (LSA n° 2319).

Ce magasin Kidshoes s'appuie donc fort logiquement sous la bannière La Halle. Il reprend les codes couleurs à dominante blanche de son enseigne mère, en façade. Et s'il ne s'agit que d'un test, le moins que l'on puisse dire est qu'il est bien abouti. Franchement joli, ce magasin s'installe dans un cadre ludique et coloré, qui reflète bien sa volonté de s'adresser aux enfants, et à leur mère, évidemment.

Satisfaire tous les âges

Sur quelque 70 m², on trouve ainsi plus de 600 références de chaussures pour les «bébés», les «kids» et les «ados». La présentation est agréable à l'œil avec un mobilier en bois brut pour

exposer les collections. Et, petit plus qui rappellera des souvenirs à certains, on trouve, en mural, disséminés ici ou là, quelques vieux livres tirés des éditions des bibliothèques verte et rose.

Un mot, encore, des prix. Tout ce qu'il y a de plus attractifs – à tout le moins accessibles –, avec, par exemple, des pantoufles à 8 €, ou des baskets à partir de 25 €. Comptez en revanche 40 € pour une paire d'Adidas.

À noter, également, une bonne idée, qu'on soupçonne efficace commercialement. Celle permettant, pour 1 € de plus, de personnaliser ses baskets, avec des scratches de couleurs adaptables. Malin comme tout. ■■

JEAN-NOËL CAUSSIL

«TEEN

ACHETEURS»

Les «kids», ok, mais pour les ados ? Pas de souci, ces derniers trouveront aisément de quoi briller dans les cages d'escaliers.

MIX DESIGN ▶
Alternance réussie de meubles aux courbes enfantines, à dominante blanche, et d'étagères de présentation noires et plus adultes. Il faut bien plaire aux mères, aussi (et même surtout).



SAVOIR JOUER

Espace de vie autant que magasin, Kidshoes propose, à hauteur d'enfant, quelques tablettes interactives ouvertes sur des jeux.



▲ UNIVERS COLORÉ

Kidshoes, comme son nom l'indique, s'adresse aux enfants. Et adopte donc une décoration ludique et colorée pour plaire à cette clientèle si particulière.