

À la peine pendant plusieurs années, l'enseigne du groupe Emova, qui exploite aussi Monceau Fleurs ou Au nom de la rose, revoit sa copie. Une touche de couleur et beaucoup de bouquets à faire soi-même, une tendance qui gagne le secteur de la fleur.

Happy va vers la couleur et le « do-it-yourself »

70 m²

La superficie

350 000 €

Le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année

15 €

Le panier moyen

150 000 €

Le montant de l'investissement (sans le fonds)

Source: Emova

Il y a maintenant douze ans, Happy avait voulu casser les codes des fleuristes avec un écrin tout noir présentant des fleurs à la pièce pas chères. Aujourd'hui, le concept a vieilli, il a fallu assainir le parc de magasins. Depuis le début des années 2010, ce dernier est passé de 90 à 30 points de vente en France. « Nous avons un déséquilibre entre le côté low cost, qui induisait un panier moyen assez faible, et un coût d'aménagement élevé », explique Benjamin Lamblin, franchisé de deux magasins à Maisons-Alfort (94) et directeur des enseignes chez Emova. Adieu donc le low cost dans le nouveau concept testé dans le 5^e arrondissement à Paris.

Les codes du prêt-à-porter

Tout proche de l'église Saint-Médard, entre un Nicolas et une boulangerie, Happy se veut le fleuriste de proximité. Toujours petit (70 m² ici, 30 m² en moyenne), toujours noir, mais moins. Les nouveautés sont perceptibles, avec une ligne de conduite: la référence permanente au prêt-à-porter. D'abord, des pictogrammes de couleur, sous forme de cadeaux, de livres ou

de lèvres symbolisant l'amour, introduisent de la couleur, complétés par des phrases décalées. *Générateur de bonne humeur* - c'est la signature, qui figure en devanture -, le concept est parsemé de « *comme vous, elles vivent d'amour et d'eau fraîche* » ou autres clin d'œil.

Les best-sellers de Happy restent, comme ces carrés de roses entre 10 et 18 €, les « nanobouquets » de 3 à 6 € ou ces bouquets composés, faciles à emporter pour un dîner ou un anniversaire. En revanche, la présentation a changé: des cintres pour les bouquets, du mobilier (noir) qui montre les végétaux de manière verticale et prend moins de place au sol et un « dressing », référence au prêt-à-porter oblige, proposant de faire sa propre composition. Happy surfe sur la tendance du *do-it-yourself* qui, après le pain ou le bricolage, envahit le végétal. Chacun peut choisir une botte, ou deux, ou trois, avec un tarif dégressif, du feuillage, ajouter une touche personnelle (bonbon, sucette...) et fermer le bouquet avec du *masking tape*.

Sur les présentoirs, des étiquettes permettront de prodiguer des conseils et de préciser l'origine des fleurs. Sensible au « cultivé en France » dans l'alimentaire, le consommateur l'est aussi pour les fleurs. « Il y a peu de production en France, notamment pour la rose, qui vient du Kenya ou d'Équateur », précise Benjamin Lamblin. Elle nous coûte moins cher, a une meilleure tenue et respecte plus l'environnement là-bas. » Mais pour répondre à la demande croissante en approvisionnement local, il vient de conclure un contrat de production d'un an avec le sarthois Bigot. Celui-ci lui fournira 1 million de tiges de tulipes. ■

MAGALI PICARD



« Nous avons gardé le noir, très identitaire, mais apporté de la couleur et un côté décalé. Dans le magasin, le client peut emprunter deux parcours, un rapide avec du prêt-à-emporter et un où il peut faire lui-même son bouquet. »

Benjamin Lamblin, directeur commercial des enseignes chez Emova

© EMOVA



▶ **DES MOTS...**
La signature en devanture, *Générateur de bonne humeur*, cultive l'originalité, comme les messages sur le mobilier.



PHOTOS: PIERRE VASSAL/RATHAM

▶ **... ET DES PHOTOS**
Pour rendre l'achat ludique, une machine à selfies permet d'accompagner le bouquet d'une carte.

▶ **VÉGÉTAL TOUTE**
Happy veut profiter de l'engouement pour les plantes vertes et en propose un assortiment assez graphique.



▶ **À PERSONNALISER OU...**
Pour ceux qui se sentent l'âme créatrice, le « dressing » permet de choisir une, deux ou trois bottes pour confectionner son propre bouquet.



▶ **... PRÊT-À-EMPORTER**
Présentés sur cintres, ces bouquets tout faits sont parfaits pour un dîner ou un anniversaire.

