

Jml aide les enseignes françaises à s'implanter à Dubaï

Le groupe d'investissement, spécialiste de la distribution de marques d'habillement mise sur les offres de milieu de gamme.

JML exporte les enseignes françaises à Dubaï. Né en 2002 dans cet émirat, ce tout jeune groupe d'investissement (22 millions d'€ de chiffre d'affaires au total), dont une branche est spécialisée dans la distribution de marques d'habillement européennes (6,5 millions d'€), présente la particularité d'être l'un des rares, sinon le seul, groupes franco-dubaïotes du genre : «Le capital est détenu à 51% par un actionnaire local, une personne physique, et à 49% par moi-même», explique Marc Fleshen, le vice-président.

Autre particularité, ce spécialiste des master-franchises de droit dubaïote s'est délibérément positionné sur les marques milieu-haut de gamme, dans un marché où le luxe est surreprésenté : «Il y a de réelles opportunités pour les marques situées sur le créneau "bridge", souligne Marc Fleshen. Dans le luxe, le marché tend à se saturer, du point de vue du distributeur. Or il y a une forte demande de prêt-à-porter milieu-haut de gamme, de la part notamment d'une importante clientèle locale constituée d'expatriés. Souvent des cadres supérieurs, ces consommateurs sont demandeurs de produits qualitatifs sans avoir forcément les moyens et l'envie de s'offrir des griffes de luxe. Ils ont

aussi envie de vêtements qui vont avec leur style de vie, soit des produits de loisirs chic», dit-il.

C'est sur ce concept simple que s'est construit le groupe Jml, désormais master-franchisé exclusif à Dubaï de marques «intermédiaires» telles qu'Oxbow (3 boutiques), Ventilo et Ikks (2 boutiques), Petit Bateau (4), Sergent Major (3), ainsi que la marque de nautisme Offshore Legend (5 points de vente). Le spécialiste, qui dispose de 2.000 m² d'espace de stockage à Dubaï, s'appuie sur une logistique intégrée, prend en charge de A à Z le processus d'implantation d'une boutique, de la proposition de l'emplacement à la construction et l'aménagement de la boutique au concept de la marque, en passant par l'achat des stocks, du transport, etc. «Nous sommes le seul interlocuteur, ce qui simplifie grandement la donne aux sociétés européennes soucieuses d'implanter leur réseau à Dubaï», souligne le dirigeant.

Prochainement, Jml ouvrira pour ses clients 7 nouveaux points de vente dans Dubai Mall, le plus grand centre commercial au monde (prévu pour accueillir 1.400 magasins), qui sera inauguré le 28 août prochain. Parmi ses autres projets en cours, le jeune groupe cherche à élargir son périmètre d'action. A commencer par la capitale administrative des Emirats arabes unis, Abu Dhabi, qui «commence à être fortement dans la course», selon Marc Fleshen.

ODILE MOPIN ●

Support : JOURNAL DU TEXTILE

Date : 22 avril 2008

Audience : 75 000

Journal du Textile

Page 2/2



MARC FLESCHEN,
VICE-PRESIDENT
DE JML.

"Il y a une forte
demande à Dubai
de marques-
enseignes
françaises
de milieu-haut
de gamme"