

Armor·lux

LETTRE D'INFORMATION

N° 3 – JUILLET 2017 – TRIMESTRIEL

© Matthieu Grandel



ÉDITO

Depuis 2010, pour tout le marché des biens de grande consommation, les ventes réalisées sur internet en France ont plus que doublé pour atteindre cette année 72 milliards d'euros⁽¹⁾. La part de marché de l'habillement est de l'ordre de 16 %.

Au sein d'un marché de mode plutôt en berne, ce résultat ouvre des perspectives de développement formidables pour une marque comme la nôtre.

Pour accompagner l'évolution de ces nouveaux modes de consommation, nous disposons d'une stratégie qui repose notamment sur un site e-commerce dont l'ergonomie et le design ont été conçus pour séduire une clientèle familiale attachée à la qualité. Ce site est également une vitrine pour notre marque, nos collections, nos collaborations et nos partenariats. Notre site est devenu aujourd'hui la 1ère boutique du réseau avec près de 5 M€ de chiffre d'affaires.

Ce résultat nous encourage à poursuivre nos efforts pour recruter de nouveaux clients car nous sommes challengés en permanence au niveau mondial. C'est la raison pour laquelle le site est optimisé au quotidien, afin d'offrir aux visiteurs de nouveaux services sur-mesure et une expérience unique. Nous pensons notamment à « Ma marinière » qui permet de créer et de personnaliser sa marinière, ou encore à « Fitle », qui accompagne nos clients pour les aider à choisir leur taille.

La stratégie e-commerce ne se limite pas à l'animation de notre site et à l'élargissement de notre offre produits/services. En effet, nous nous devons aussi d'adopter une vision internationale pour soutenir les ventes à l'export. Cela nécessite d'adapter les stratégies de visibilité et de vente. Dès septembre, nous lançons un site entièrement dédié à notre premier marché à l'export : l'Allemagne.

Nos vêtements et notre savoir-faire bretons méritent d'être connus et vendus bien au-delà de nos frontières et le e-commerce va incontestablement nous y aider.

Michel GUEGUEN
Directeur Général

Thomas GUEGUEN
Directeur e-commerce

SOMMAIRE

COLLABORATIONS

- Breizh Angel
- Faguo
- Sebago
- Jules

RETAIL

- Pointe du Raz
- Plozévet
- Galeries Lafayette

EXPORT

WORKWEAR

- Eiffage
- RATP
- Leroy Merlin

SNCF

- LGV
- "Bossez à l'Ouest"

INNOVEO

PARTENARIATS

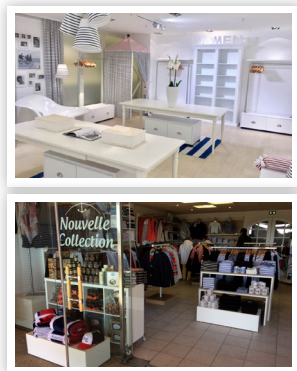
- Astana 2017
- Route du Rhum 2018

AGENDA

⁽¹⁾ FÉDÉRATION E-COMMERCE ET VENTE À DISTANCE – Chiffres clés 2016/2017

COLLABORATIONS

Pour la seconde fois, Armor-lux et Breizh Angel collaborent pour une collection capsule qui revisite l'univers de la marinière. Armor-lux poursuit également ses collaborations avec Faguo, jeune marque de mode créée en 2009, Sebago, la marque premium de souliers, et bientôt avec Jules, la marque de mode masculine.



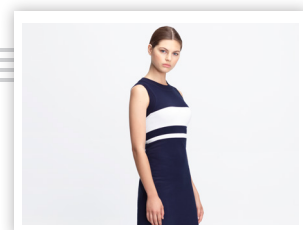
RETAIL

Après Hambourg en avril, Armor-lux a ouvert une boutique à La Pointe du Raz, haut lieu touristique finistérien. Cet été, une nouvelle boutique ouvrira ses portes à Plozévet.

Le Groupe Galeries Lafayette a organisé, en mai dernier, un « pop-up marques responsables » pour promouvoir auprès des salariés du siège les marques particulièrement engagées en matière de RSE.

EXPORT

Tout au long de l'été, Armor-lux présente ses collections export dans plusieurs salons internationaux : PITTU UOMO (Florence), MANN (Paris), SEEK (Berlin), MODEFABRIEK (Amsterdam), MARKET (New-York), JACKET REQUIRED (Londres)...



WORKWEAR

En 2017, Armor-lux a remporté une partie du marché de vêtements de travail EIFFAGE et renouvelé les contrats d'habillement avec RATP et Leroy Merlin.

SNCF

À l'occasion du lancement de la LGV, tous les agents SNCF de Bretagne et Pays-de-la-Loire étaient habillés d'un tee-shirt rayé, fabriqué dans nos ateliers à Quimper. SNCF a également mis en place dans ses gares de Rennes, Saint-Malo, Saint-Brieuc, Vannes et Auray, des boutiques éphémères pour promouvoir des produits régionaux.



Le 26 juin dernier à Quimper, le club TGV Bretagne a lancé la campagne « BOSSEZ A L'OUEST ». À cette occasion, une œuvre de street art monumentale de 300 m², conçue par les équipes communication d'Armor-lux, a été inaugurée sur le site de l'Hippodrome.



INNOVEO

Jean-Guy LE FLOCH est l'ambassadeur du fonds de recherche en santé du CHRU de Brest. Une campagne d'appels aux dons a été lancée cette année pour soutenir la recherche dans les domaines suivants : l'enfance, la médecine de précision et la pathologie vasculaire. Plus d'infos sur : <https://www.fonds-innoveo.bzh>.



PARTENARIATS

Armor-lux a été choisie pour habiller le personnel d'accueil et d'encadrement du Pavillon France à Astana. L'exposition internationale, dont le thème est l'énergie du Futur, se déroule au Kazakhstan jusqu'au 10 septembre 2017.

Armor-lux est également équipementier officiel et licencié exclusif de la Route du Rhum-Destination Guadeloupe 2018. À l'occasion du 40^e anniversaire de la reine des courses, Armor-lux va concevoir une collection de vêtements et accessoires textiles, dont les premiers modèles seront disponibles dès cet été, dans son réseau de boutiques.

AGENDA

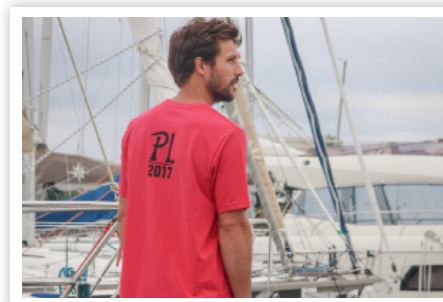
Cet été, Armor-lux vous accompagne sur la route des festivals. La marque sera présente notamment à Crozon pour le Festival du Bout du Monde (du 4 au 6 août 2017), à Lorient pour le Festival Interceltique (du 4 au 13 août 2017) et bien sûr à Paimpol pour le Festival du Chant de Marin (11 au 13 août 2017).



Festival du Bout du Monde



Festival Interceltique



Festival du Chant de Marin

© GILDAS RAFFENEL PLACE CLICHÉ / Archives Armor-lux

Armor-lux

Z.I. de Kerdrioniu, 21-23, rue Louison Bobet - 29556 Quimper Cédex 9

Tél . +33 (0)2 98 90 05 29 • contact@armorlux.com

www.armorlux.com