



stratégies

groupe **Chalhoub**

ANTHONY ET PATRICK CHALHOUB



Ils règnent sur la distribution de produits de luxe au Moyen-Orient, comme représentants de marques et propriétaires de magasins. Un business familial créé par leurs parents il y a 60 ans.

Dans le groupe Chalhoub, la langue officielle est l'anglais. Mais dans les couloirs du siège social à Dubaï, on peut entendre parler français, italien, arabe... Plusieurs nationalités sont réunies pour leur connaissance du retail et des marques de luxe. Leur terrain de jeu : le Moyen-Orient, où la famille Chalhoub distribue et vend, depuis les années 50, des articles de mode, de beauté et d'art de vivre. Michel Chalhoub, dont le père était avocat, s'appretait à devenir juriste quand un ami lui propose de venir l'aider à commercialiser des montres Omega. Le jeune homme se découvre alors des talents de ven-

indique Patrick Chalhoub, PDG du groupe au côté de son frère Anthony. Et cette activité devrait croître dans les prochaines années : « Les enseignes cherchent de plus en plus à se différencier par des produits inédits. Les consommateurs sont à l'affût des nouveautés (lire p. 70). Par ailleurs, des marques veulent s'implanter dans la région mais elles n'ont pas les moyens de financer la formation des équipes en magasin, de recruter des category managers. Nous assurons ces services ».

Une offre adaptée au Golfe

Parallèlement à la représentation de marques de luxe, le groupe Chalhoub ouvre des magasins en propre ou en partenariat avec des enseignes internationales. En 1980, il inaugure au Koweït Tanagra, un point de vente multimarque d'art de vivre (15 aujourd'hui) puis, dix ans plus tard, les parfumeries Faces. Ces dernières, au nombre de 75, ont fait l'objet d'un lifting en septembre. « L'ancien concept datait de 2005. Très axé sur l'expertise et le conseil, il ne répondait pas aux attentes de consommateurs plus jeunes », explique Patrick Chalhoub. L'enseigne a également troqué son nom anglophone pour une dénomination plus locale : Wojoo et vient de lancer sa propre gamme de maquillage Wow, « dont les textures et les couleurs sont davantage adaptées à la clientèle des pays du Golfe », précise le PDG, qui est aussi partenaire de Sephora dans la région depuis

Le groupe pèse entre 30% et 50% de la distribution des produits de beauté au Moyen-Orient.

deur. Il entre en négociation avec la maison Christofle pour la diffuser en Syrie. Une première boutique ouvre à Damas. Puis, dès 1958, il part à la conquête du Koweït et de l'Arabie saoudite, où il vend les articles d'art de la table directement aux grandes familles, faute de réseau de commerce de détail. Le portefeuille de marques s'élargit à la mode et à la beauté.

En 1983, le groupe signe avec Louis Vuitton, en 1999 avec Puig, cinq ans après avec Coty, puis avec les Parfums Christian Dior, Chanel, L'Oréal. « Aujourd'hui, nous pesons entre 30% et 50% de la distribution des produits de beauté au Moyen-Orient »,



Patrick et Anthony Chalhoub. Les deux frères ont rejoint l'entreprise familiale respectivement en 1975 et 1979.

2006. La joint-venture est maintenant à la tête d'une trentaine de Sephora.

Spécialiste du retail, le groupe Chalhoub exploite aussi des duty-free. « Nous avons signé en 2003 un accord avec le ministère du Transport aérien égyptien pour exploiter des boutiques dans les deux terminaux de l'aéroport du Caire. Nous avons également des concessions sur les ventes à bord de certaines compagnies aériennes. Nous avons répondu à des appels d'offres d'aéroports du Moyen-Orient. Mais ce marché du duty-free est très bataillé. Nous ne sommes pas prêts à nous développer à tout prix », déclare Anthony Chalhoub. La priorité reste l'extension du portefeuille des marques de luxe distribuées et la consolidation du réseau en propre, dont les parfumeries.

MARYLINE LE THEUF

Leur parcours

Michel Chalhoub se destinait à une carrière d'avocat quand il décide, avec sa femme Widad, d'ouvrir une boutique Christofle à Damas, en 1955. Il déploie son activité de représentant de marques de luxe au Moyen-Orient. Il est rejoint en 1975 par son fils Anthony, aujourd'hui PDG du groupe Chalhoub au côté de son frère Patrick, entré en 1979 après une licence en économie-finance et en sciences politiques ■