

PHILIPPE GEORGES, PRÉSIDENT DE BEAUTY SUCCESS GROUP RETAILER DE L'ANNÉE

Cosmétiquemag attribue l'Oscar du retailer à Philippe Georges. En vingt ans, il a fait de Beauty Success un groupe de distribution de six enseignes dans la parfumerie, l'esthétique et la parapharmacie. Il est l'un des rares réseaux d'indépendants(*) à s'être développé sur un marché dominé par les chaînes.

Il y a moins d'un an, Philippe Georges inaugurerait la Maison Nicole Georges à Périgueux, inspirée de la première parfumerie ouverte en 1973 par sa mère dans la même ville de Dordogne. Un bel hommage à celle qui s'apprête à recevoir dans quelques jours la médaille de Chevalier de la Légion d'honneur au titre de la promotion du travail, et qui a donné le goût de la parfumerie à ses fils, Christophe, responsable de la conception des points de vente et Philippe, président d'un groupe de distribution de 520 magasins qui pèse 300 M€. Il faut aussi voir dans cette réussite familiale, celle de commerçants indépendants dans le top cinq de la distribution en parfumerie sélective en France(*) dominée par les mastodontes que sont Sephora (LVMH), Nocibé (Douglas) et Marionnaud (AS Watson).

Les deux frères ne se destinaient pourtant pas à reprendre l'affaire

familiale. Philippe Georges qui rêvait d'être médecin obtient un master international à San Francisco quand son frère entre dans une école de stylisme à Cholet (49). Très attachés à leur région et animés par l'esprit entrepreneurial qui se transmet dans la famille depuis 1913 (**), ils rejoignent la parfumerie de leur mère, « *c'est en déballant les cartons, en lisant les étiquettes cosmétiques, en passant derrière la caisse puis aux achats, au contrôle de gestion* », qu'ils apprennent et font grandir l'affaire.

Deux rencontres vont influencer les choix de Philippe Georges qui « *aime à apprendre des autres* ». La première avec un parfumeur indépendant d'Albi : Claude Poirel, la seconde avec le spécialiste de la distribution, du marketing et du comportement humain : Georges Chetochine. À la fin des années 1980, les détaillants en parfumerie sélective commencent à se regrouper pour faire face à la concurrence des premières chaînes succursalistes. « *La pérennité d'entreprises familiales était en jeu* », se souvient Philippe Georges.

Sa mère rejoint le groupe Préférence, fort de 120 membres, codirigées par Claude Poirel. Lui, et cinq autres familles dont les Georges créent la société Valescure puis mettent en place un modèle de franchise sous l'enseigne Beauty Success, en 1995. Philippe Georges prend la présidence en 2000 alors que la plupart des associés sont proches de la retraite. Il reprend leur participation dans le capital de Valescure, mais ne peut acquérir leurs points de vente. Le réseau perd alors une trentaine de portes, descendant à 70 parfumeries. Les années suivantes, Philippe Georges qui se dit « *perfectionniste dans la belle humeur, sans se prendre la tête* », ne cessera de recruter des franchisés et de faire grossir parallèlement son parc de parfumeries en propre. Ce dernier lui permet

BEAUTY BUSINESS EN CHIFFRES

300 M€

C.A. 2018 du groupe

N°4

de la parfumerie sélective en France (hors grands magasins)

540

nombre de points de vente dont 330 parfumeries à fin juin 2019



Philippe Georges,
Président de Beauty
Success Group.

DR

entre autres de tester in situ des concepts merchandising. Il avance pas à pas, restant très discret, se définissant comme le représentant de 2 500 salariés. « Philippe est un entrepreneur enraciné dans son territoire ! Il est intelligent, humble et loyal. Il est passionné par son métier, très respectueux de ses partenaires et aime sincèrement ses équipes. Philippe est non seulement un partenaire stratégique pour moi et mes marques, mais par-dessus tout un ami sincère ! », dit de lui Jean-Michel Karam de Ioma et Ieva.

Naissance d'un groupe

En 2015, il signe un partenariat avec les parapharmacies de la famille Tanguy. Beauty Success devenant le franchiseur des paras Tanguy. Un an après, Philippe Georges procède

« DIRIGER UNE ENTREPRISE COMME LA NÔTRE EST UNE MISSION À VIE NÉCESSITANT DES SACRIFICES. »

à une augmentation de capital de 18 M€ pour financer ses projets de développement comme le rachat de la chaîne d'instituts, Esthetic Center. Le groupe commence aussi à s'exporter. Il signe un accord avec CFAO, (Compagnie française d'Afrique occidentale) leader en matière de distribution de marques et de services en Afrique et en outre-mer, pour ouvrir une vingtaine de parfumeries Beauty Success dans les centres commerciaux de pays de l'Afrique subsaharienne. La première est inaugurée à Abidjan en Côte d'Ivoire en décembre 2015 puis une deuxième au nord de la même ville. Elles s'ajoutent aux douze points de vente déjà détenus par l'enseigne hors frontières (Maroc, DOM-TOM). Il se dote aussi à Saint-Astier (24) – berceau de la famille Georges situé entre Périgueux et Bordeaux – d'une nouvelle plateforme logistique pour gagner en rapidité et productivité. Car le groupe compte aussi se développer sur le Net. Il veut faire de 2019 l'année

du digital avec l'e-réservation, le web-to-store. « Pour l'instant l'e-commerce représente moins de 1 % du chiffre d'affaires de l'enseigne. Parce que nous sommes dans un monde de la facilité, nous comptons le développer, mais dans le respect des franchisés », tient à préciser Philippe Georges. Parmi les autres projets : la réouverture d'une école de formation cette fois en partenariat avec un spécialiste. « Nous ne pouvons développer la parfumerie sélective sans personnel de qualité », indique Philippe Georges. « C'est un homme qui compte pour notre profession par son engagement à défendre l'essence de la parfumerie avec une attention particulière pour que chaque cliente soit accueillie, écoutée et conseillée avec compétence et sincérité sur nos marques, souligne Henri du Masle, directeur général Clarins France. C'est aussi un entrepreneur qui a su progressivement►

PHILIPPE GEORGES RETAILER DE L'ANNÉE

.....► *construire une enseigne qu'il continue à développer dans un marché en forte mutation.* » Pour une grande marque mondiale de la beauté : « *Dans un univers où les retailers ont eu tendance à "banaliser" ou "copier" leurs business models, Philippe a eu la créativité et le courage de lancer des modèles de parfumeries singuliers, qui font donc la différence auprès de ses clientes, qui savent la reconnaître. Le conseil et les services beauté sont au cœur de sa différenciation, et ce ne sont pas que des mots ou un positionnement "marketing" : c'est une réalité terrain qu'il communique quotidiennement à l'ensemble de ses équipes magasins ou siège.* »

Des ouvertures programmées

Avec Maison Nicole, l'enseigne Beauty Success, a renoué avec la parfumerie de luxe, « *qui reprend les bonnes recettes de sélectivité de ma mère qui a commencé il y a quarante-six ans avec un point de vente de 40 m², c'est-à-dire l'accueil, la gentillesse, la convivialité, le bon conseil comme dans une maison* », indique Philippe Georges. Une deuxième succursale de Parfumerie Nicole sera testée cette année. Beauty Sisters aura, elle aussi, une deuxième adresse en propre à Périgueux en juin 2019. Des corners de ce concept destiné aux jeunes sont déjà implantés dans les 2/3 des parfumeries Beauty Success. Quant aux autres enseignes, les quinze Beauty Full Days passeront d'ici à l'été sous le nom de Beauty Success L'institut de Beauté qui devrait ouvrir sept établissements. Beauty Full Days avait été lancé en 2017 et adopté par

les unités L'Institut Beauty Success afin de se démarquer d'Esthetic Center racheté en mars 2016. Retour donc à la case départ en quelque sorte. En fonction des résultats, l'enseigne pourrait être commercialisée en franchise, mais pas avant 2020. Une quarantaine d'ouvertures sont programmées cette année dont vingt Esthetic Center (175 aujourd'hui), dix Beauty Success Parfumerie (330 portes actuellement). Le groupe table sur un parc de 560 portes d'ici à fin 2019. « *Philippe Georges incarne l'une des plus belles histoires de la parfumerie française, une aventure familiale qu'il a su faire grandir en France et à l'étranger tout au long de ces années* », salue Gilles Droit, General Manager Puig France et Benelux. Les deux frères souhaitent désormais associer leurs enfants à ce développement. La fille aînée de Philippe Georges qui a fait des études de commerce et travaillé chez Unilever est en charge de l'international. « *Diriger une entreprise comme la nôtre est une mission à vie nécessitant des sacrifices*, souligne Philippe Georges. *Mon frère et moi ferons tout pour accompagner nos enfants qui souhaitent s'investir dans l'entreprise. Ils seront aussi épaulés par nos cadres trentenaires et quadra.* »

Maryline Le Theuf

(*) Beauty Success est aussi le premier réseau de parfumeurs indépendants devant la coopérative Passion Beauté et Une Heure pour Soi d'E.Leclerc.

(**) La famille avait une entreprise de chaussures à Saint-Astier (24) et était aussi dans le commerce notamment de boulangerie.

BEAUTY SUCCESS GROUP MULTIPLIE LES ENSEIGNES

1995 : Nicole Georges passe une parfumerie sous l'enseigne Beauty Success.

2000 : Philippe Georges devient président de Beauty Success (100 magasins).

2005 : création de la plateforme logistique.

2013 : création de L'Institut Beauty Success, une franchise destinée aux esthéticiennes avec des cabines de soins et une bou-

tique de grandes marques de parfumeries. Certaines refuseront néanmoins d'accorder leur agrément obligeant Philippe Georges à repositionner cette enseigne sur une offre d'institut.

2015 : Beauty Success devient le franchiseur des parapharmacies Tanguy.

2016 : rachat de la chaîne de prestations de

soins accessibles Esthetic Center (175 portes aujourd'hui). Lancement de Beauty Sisters. Avec cinq enseignes, Beauty Success devient Beauty Success Group.

2018 : création d'une enseigne de luxe : Parfumerie Nicole. Ouverture de trois points de ventes supplémentaires à l'étranger, dont la Guadeloupe et la Réunion.

