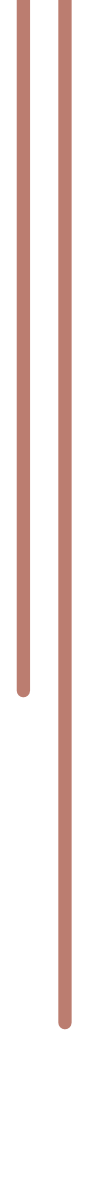




grain^{de} malice

LA MODE QUI VOUS VA BIEN



LA MODE QUI VOUS VA BIEN

Depuis 2007, Grain de malice conçoit une mode qui met sur un même pied d'égalité tendance et aisance, féminité et confiance en soi. Une mode colorée, qui fait du bien, renouvelée toute l'année et adaptée à toutes les silhouettes, **du 34 au 50**.

Pour le prouver, nous avons créé le label, **100% bien-aller**, apposé sur l'ensemble de nos collections, il est la preuve concrète de notre promesse « d'une mode qui vous va bien ».

HISTORIQUE

2007

Issue de la société Phildar, création de la marque Grain de Malice prêt-à-porter féminin.

2012

Création de l'entité EPHIGEA regroupant les enseignes Phildar et Grain de Malice.

2017

Repositionnement de l'enseigne et transformation managériale.

2023

Rachat de l'entreprise par Jean-Cristophe Garbino.

2011

Fusion de Phildar et XANAKA.
(250 magasins)

2016

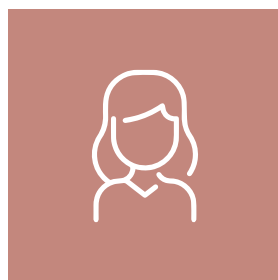
Séparation juridique de Phildar et Grain de Malice.

2018

Relance de l'enseigne.

LE MARCHÉ

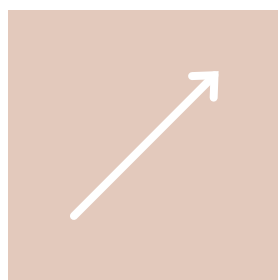
NOTRE POSITION : UN POSITIONNEMENT QUI PERMET À GRAIN DE MALICE DE FAIRE PARTIE DES 5 ENSEIGNES CONTRIBUANT LE PLUS À LA CROISSANCE DU MARCHÉ.



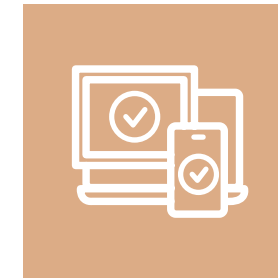
Un marché français au potentiel important et porteur : la femme de plus de 35 ans. Grain de Malice s'empare de la 7^{ème} place du marché.



Un marché textile femme de 35 ans et + sur lequel les grandes chaînes internationales ne sont pas leaders et où les places sont à prendre.



Une population française qui augmente d'environ 0,25% par an et qui a vieilli de 3%, depuis 2021 passant de 42.8 à 44.1 d'âge moyen en 2025.



Les Français se digitalisent de plus en plus :

- 87% de la population est équipée en smartphone.
- Les français utilisent leur smartphone en moyenne 3,9h par jours.

NOTRE VISION

UNE OPPORTUNITÉ SUR LE MARCHÉ

NOTRE IDENTITÉ

Grain de Malice est une enseigne de prêt-à-porter féminin de proximité, qui propose des produits confortables, mode et colorés, adaptés à toutes les silhouettes et pour toutes les morphologies; à une femme active de 35 ans et plus, féminine, qui aime notre conseil, la relation de complicité et notre convivialité.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Accompagner et révéler toutes les femmes, en créant un lien privilégié, de manière engagée et responsable.

NOS VALEURS

Ensemble, osons !

- Confiance (croire en soi et en l'autre)
- Partage (réfléchir et agir ensemble)

C'SMART

CONSEIL PERSONNALISÉ

S'ADAPTER EN PERMANENCE

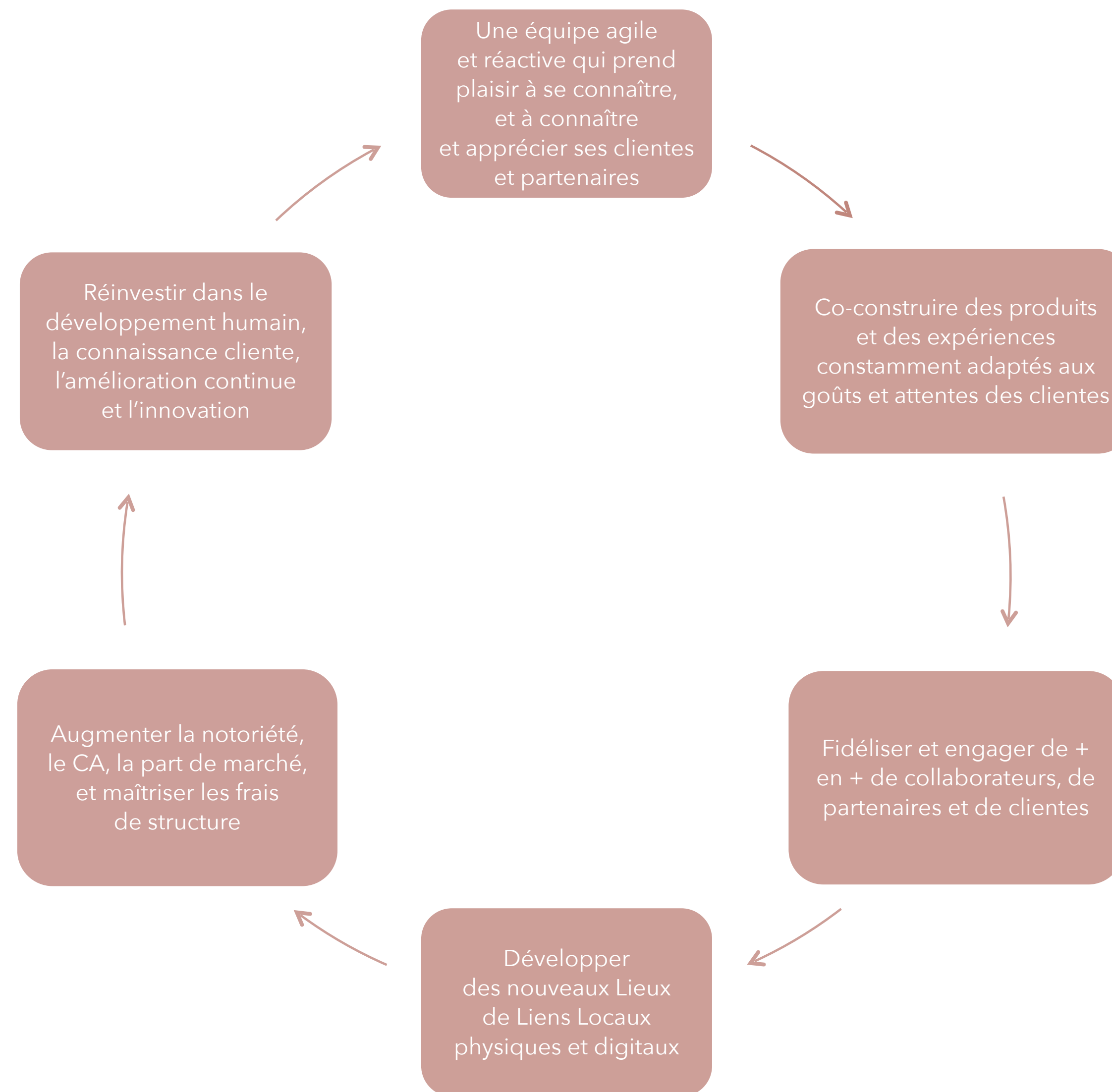
MODE POUR CHACUNE

APPROCHE DIFFÉRENCIANTE

RESPONSABLE

TOUS ENSEMBLE

NOTRE CERCLE VERTUEUX





NOS PARTIS-PRIS

Dépasser la simple notion de marque de distribution textile en offrant la solution la plus accessible du marché pour que chaque femme se sente bien, belle, elle-même en s'appuyant sur le triptyque :

1

MODE

Un niveau de mode assumé, ni trop, ni trop peu.

CONSEIL & CONNIVENCE

Développer une relation cliente plus personnelle à travers le conseil morpho-colorimétrique et style.

BIEN-ALLER

Amplifier la valeur ajoutée morpho des produits Grain de Malice conçus comme des solutions pour révéler toutes les femmes.

2

INSCRIRE NOTRE STRATÉGIE D' ACTIONS À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

- En inventant et en assumant une expérience omni canale qui renforce le positionnement.
- En développant fortement notre présence sur les réseaux sociaux pour augmenter significativement notre notoriété.
- En transformant notre base clients en communauté de prescripteurs et d'ambassadeurs (engagement client).

3

AMÉLIORER SANS CESSER L'OFFRE PRODUIT

En développant et maintenant le principe de la Co-construction avec le réseau.

4

L'AFFILIATION COMME AXE MAJEUR DU DÉVELOPPEMENT

En se concentrant prioritairement sur le marché français.

5

FAIRE DE L'OMNICALITÉ ET LA DATA CLIENT LE CŒUR DE LA STRATÉGIE

Dépasser la simple notion de marque de distribution textile en offrant la solution la plus accessible du marché pour que chaque femme se sente bien, belle, elle-même en s'appuyant sur le triptyque :

- Plus de 200 magasins et 1 site e-commerce.
- Différentes marketplaces (ex : Zalando, La Redoute, C Discount, Amazon...).
- BDD + d'1 millions de clients actifs.

6

UNE POLITIQUE VOLONTARISTE, CONCENTRÉE PRIORITAIREMENT SUR 3 ENGAGEMENTS

- Grain de Malice s'engage à utiliser de + en + de matières « plus responsable » dans ses collections avec pour objectifs 100% en 2030.
- Grain de Malice s'engage à baisser de 15% sa consommation d'énergie.

7

OPTIMISER LE MANAGEMENT RESPONSABILISANT EN S'APPUYANT SUR LES VALEURS DE CONFIANCE ET PARTAGE





NOS COLLECTIONS

EN SILHOUETTES

Elles donnent des idées d'associations mode et de portés différents dans des styles adaptés à chaque situation.
Décontractée, travail ou événementielle.

RENOUVELÉES

Elles présentent des gammes de couleurs évoluant au fil des mois et des nouveautés toutes les semaines.

PERSONNALISÉES

Elles sont construites par une équipe de stylistes, chefs de produits et modélistes en co-construction avec les responsables de magasin et conseillères de vente. Les produits sont actuels, confortables, d'entretien facile à des prix de vente abordables.

SAISONNALITÉS

Elles proposent un prêt-à-porter adapté aux saisons et besoins de chaque cliente.

DANS UNE LARGE GAMME DE TAILLES

80% de nos produits sont proposés du 36 au 50 et s'adaptent à la morphologie de chaque femme.

BON RAPPORT QUALITÉ PRIX

Une équipe qualité travaille pour garantir des produits répondant aux attentes de notre cliente en termes de qualité. Une mode plus tendances et plus RSE.

À L'ÉCOUTE DU RÉSEAU DE LA CLIENTE

Grâce à des rendez-vous réguliers et des participations aux réunions de validation de collection.

Un concept de magasin pensé et imaginé pour le confort et le bien être de nos clientes. Une boutique lumineuse et féminine pour des femmes en quête de moments pour elles avant tout.

LES VILLES

40 000

habitants environ. L'emplacement est en Centre-ville, Centre Commercial et Retail Park.

LA SURFACE

160m² à 200m²

de surface de vente.

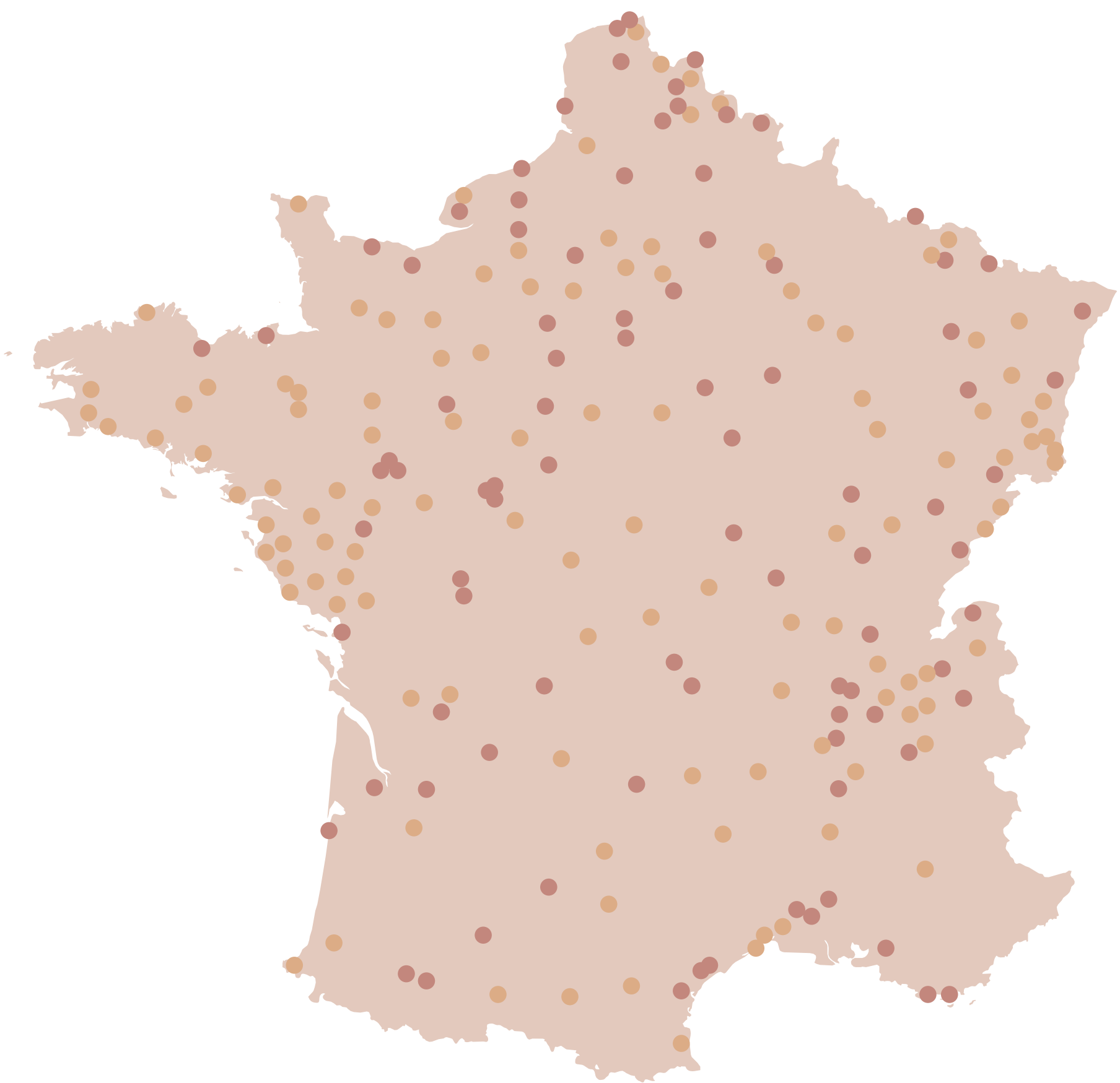
RETROUVEZ TOUTES NOS BOUTIQUES ICI

NOTRE CONCEPT MAGASIN

+ de 220 magasins

87 succursales

135 affiliés





NOTRE CONCEPT MAGASIN

LES ÉLÉMENTS IDENTIFIANTS DU CONCEPT

1

LE CUIVRE

Qui est notre fil conducteur sur tout le magasin.
Chaleureux et lumineux.

2

LE BOIS

Que nous retrouvons sur notre bar à jeans pour un esprit d'authenticité.
La clarté dans nos murs qui nous permet de proposer nos produits en silhouette.

3

DE LA COULEUR

Sur nos tables, nos mannequins et nos lustres qui soulignent notre différenciation.

LE PARTENARIAT

OUVERTURE ET ACCOMPAGNEMENT



CONTRAT DE COMMISSION AFFILIATION

Vous n'achetez pas le stock, vous êtes rémunéré sur le Chiffre d'Affaires que vous réalisez.



COÛT DU CONCEPT

900€/m² (hors climatisation, sprinklage...)



TAUX DE COMMISSION

42% du CA Hors taxes (y compris CA web rattaché au magasin).



DROIT D'ENTRÉE

12 000€ Hors taxes.



NOTRE SITE WEB

LE FONCTIONNEMENT DU SITE

Le site vit au même rythme que les magasins, tant en terme de produits que d'implantations des collections. Il change toutes les semaines.

Des conseils mode de nos stylistes ou blogueuses sous forme de vidéos ou fiches illustrées répondent aux besoins de la cliente en fonction des saisons.

LES SERVICES

- E-réservation
- Livraisons et retours gratuits en magasin via un service colis.
- 4x sans frais
- Localisation personnalisée/magasin.
- Service relations clients internalisé
- Baromètre de satisfaction
- Relais des ouvertures exceptionnelles
- Ship from store (Solution omni canale permettant d'expédier une commande directement depuis le stock de l'un de nos magasins).

RÉSEAUX SOCIAUX ET INFLUENCEURS

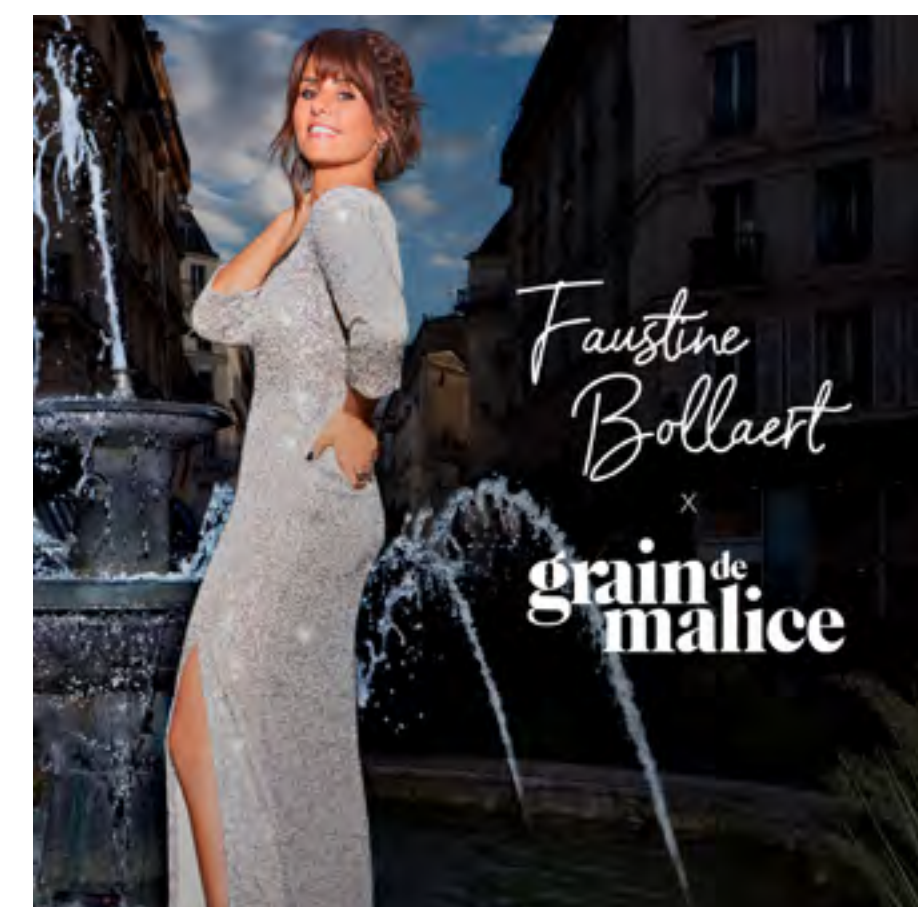
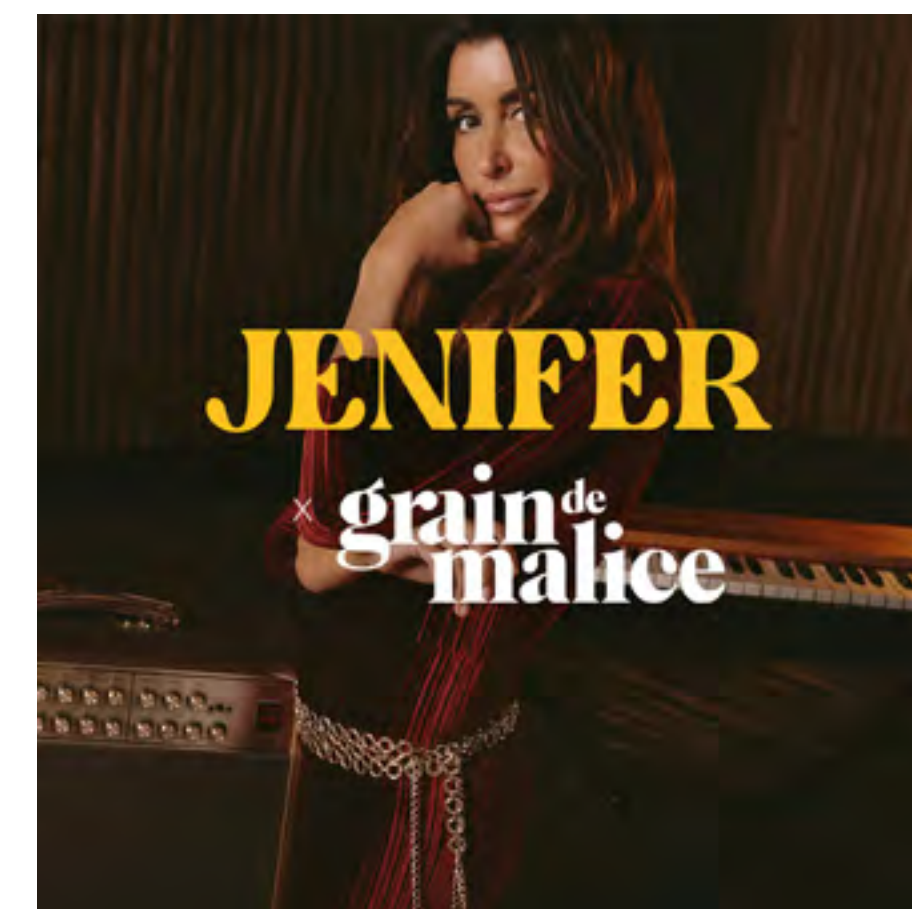
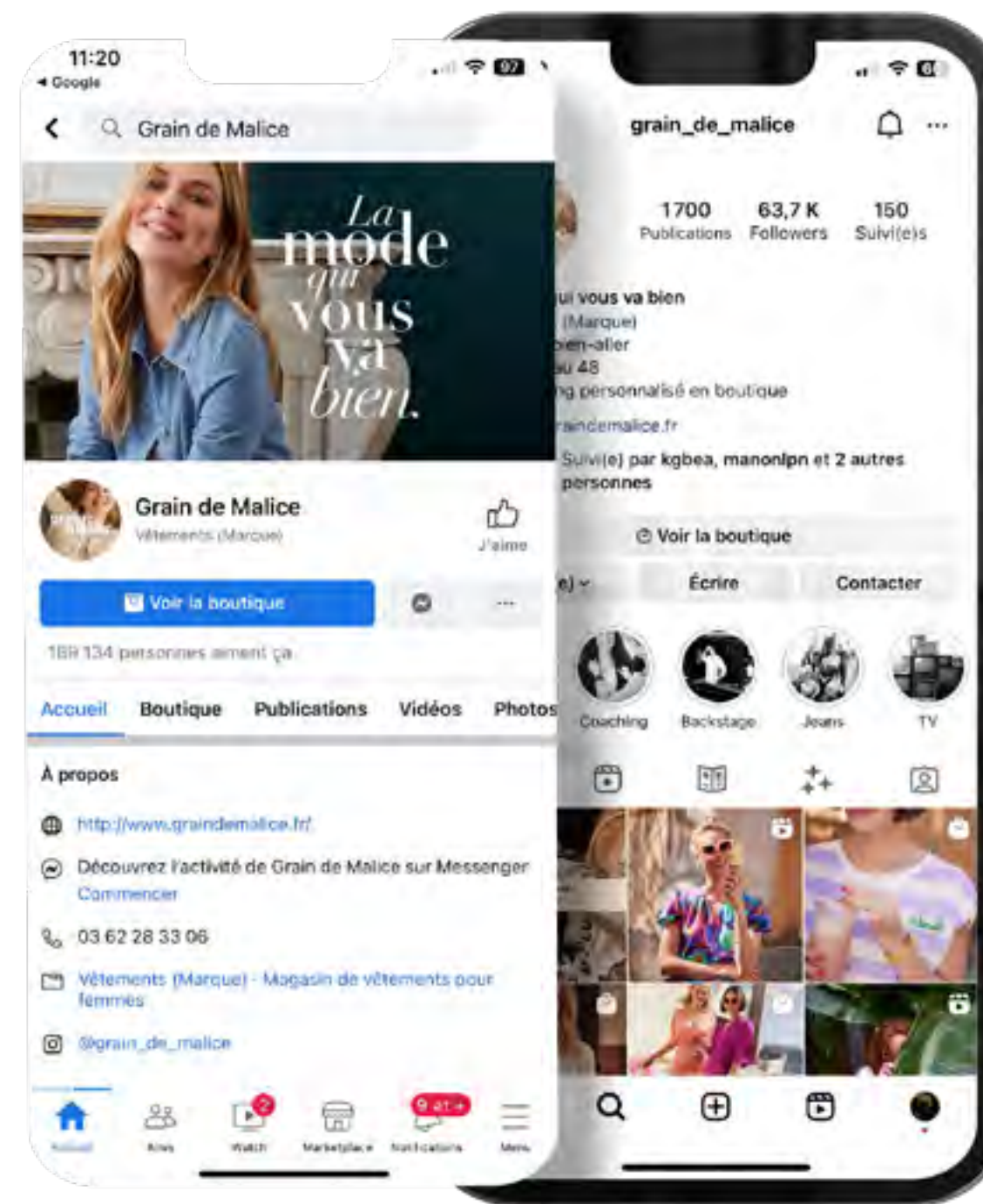
Présents sur Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, Pinterest et LinkedIn, nous développons une communauté d'ambassadrices engagées et créons un réseau de professionnels avertis.

Les influenceurs nous aident à développer notre notoriété. Certaines opérations avec eux visent le trafic sur le web marchand et le CA.

Nous travaillons avec deux sortes d'influenceurs :

- **Des influenceurs à forte notoriété** : elles ont une audience très importante, mais qui ne touche pas forcément notre cible. Ces partenariats ont pour but d'augmenter notre notoriété et notre visibilité. Cela peut également être des célébrités, par exemple notre dernière collab avec Jenifer.

- **Des micro influenceuses** : ce sont des influenceurs en parfaite adéquation avec notre cible. L'objectif de ces partenariats est la notoriété, mais aussi le trafic et le CA. Ces influenceurs sont moins connus, mais sont influents de manière ciblée et parfois même au niveau local.



LA FORMATION

Chez Grain de Malice, outre la qualité de notre accueil et la proposition **d'une collection attrayante à un prix attractif**, nous souhaitons nous démarquer par une approche professionnelle de notre conseil.

Depuis 2017, nous organisons sur l'ensemble de notre réseau des sessions de **formation colorimétrie-morphologie-style** pour permettre aux équipes de ventes (succursales et affiliées) de proposer des séances coaching à la cliente.

DEPUIS 2019 NOUS PROFESSIONNALISONS DAVANTAGE CE CYCLE DE FORMATION AUTOUR DE 2 AXES :

- L'approfondissement des fondamentaux.
- L'intégration de l'approche commerciale.

Au-delà de la formation de nos collaboratrices pour un meilleur conseil en magasin, c'est tout un dispositif que l'entreprise met en avant : segment différenciant de la concurrence, axe de communication internet et les rendez-vous en magasin.



LA FORMATION INITIALE

Qui comprend :

- Programme Siège : 2 jours.
- Programme Magasin : 1 semaine d'immersion en magasin.

LA FORMATION CONTINUE

Durant toute l'année, le service FORMATION veillera à la transmission du savoir-faire envers les équipes et pourra vous proposer des actions de formation en lien avec la stratégie de Grain de Malice mise en place (merchandising, expériences clientes, vitrines...).



Interview

Priscilla,
Leader commerce,
chez Grain de Malice depuis 9 ans.

“ **En tant que Business Manager, comment collaborez-vous avec vos partenaires affiliés ?**

Nous organisons des rencontres programmées afin d’avoir des échanges constructifs qui répondent autant aux attentes de nos partenaires qu’aux nôtres.

Nous leur mettons à disposition des outils d’animation, d’analyse pour optimiser leur Chiffre d’Affaires et la rentabilité de leur point de vente. Ils sont pleinement intégrés à la vie de l’entreprise et de la région (Réunion régionale, Séminaire entreprise, Convention, Groupe de travail...)

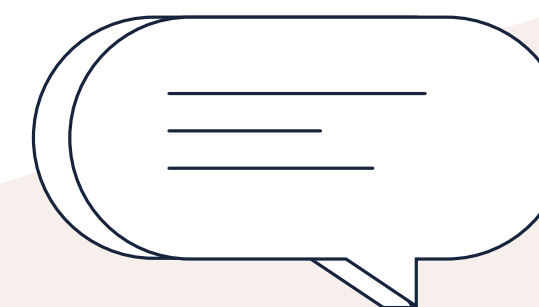
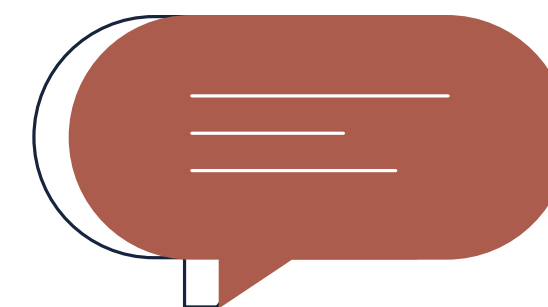
Selon vous : quelles sont les différences entre notre enseigne et les autres enseignes qui travaillent également en affiliation ?

C’est sans hésiter le partage et la confiance qui sont d’ailleurs nos valeurs.

Nous avons vécu une grande transformation il y a quelques années qui nous a amenés à beaucoup de réflexion, de remise en question et donc une certaine humilité.

Notre partenariat fonctionne car il y a de la transparence et de la communication. D’ailleurs la meilleure preuve que je peux vous partager

c’est que **nos partenaires historiques développent avec nous et ont maintenant 3 à 4 points de vente** : Une belle marque de confiance ! ”





LES HOMMES & LES FEMMES

Nous sommes plus de 500 au service de toutes nos clientes !
Notre volonté est d'améliorer tous les jours notre mode de fonctionnement COLLABORATIF et PARTICIPATIF. L'autonomie et la responsabilisation en sont les fondements.

Nous accompagnons tous les collaborateurs dans un processus de transformation individuelle et collective, en communiquant et en renforçant le lien de proximité entre chacun.

L'épanouissement et la confiance en soi sont les vecteurs de la performance.

**VENIR CHAQUE MATIN AVEC LE SOURIRE,
TEL EST NOTRE DÉFI !**



CONTACTEZ-NOUS

Annabelle DEGROS

06 20 12 57 75

adegros@graindemalice.com

grain^{de}malice

LA MODE QUI VOUS VA BIEN