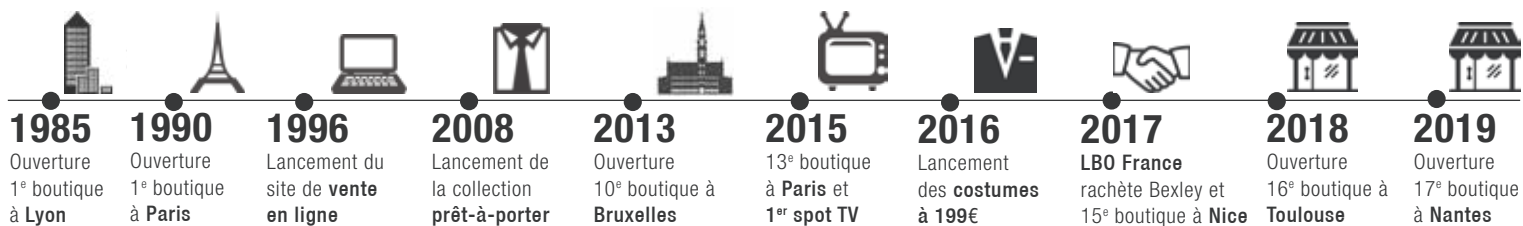


En créant le 1^{er} magasin Bexley en 1985 à Lyon, Eric Botton avait une idée très précise en tête : permettre aux hommes de se chausser avec élégance, pour un budget raisonnable. 30 ans après, le pari est réussi et le succès au rendez-vous...



LE LUXE ABORDABLE

Dans un contexte économique morose, Bexley a su tirer son épingle du jeu en proposant des produits de grande qualité à une offre tarifaire originale : des **produits à prix unique** avec des **remises par lots**. Du chic et pas cher enfin possible grâce à la politique d'achats très exigeante sur la qualité et qui garantit des volumes importants aux fournisseurs.

*La Bellagio : best-seller de la marque
Une paire 139€, la 2^{ème} paire au choix 99€*



*Les embauchoirs en cèdre rouge :
100 000 paires vendues par an
1 paire 29€, 4 paires 69€*



UN RÉSEAU MULTICANAL PERFORMANT ET AMBITIEUX

Forte d'un réseau de **17 boutiques** dynamiques et d'un site e-commerce performant (créé en 1996), la marque lyonnaise démontre l'efficacité de la vente multicanal et affiche aujourd'hui des résultats **sans concurrence**. Suite au rachat de Bexley par le fonds d'investissement **LBO France**, la stratégie est d'étoffer le réseau de points de vente (ouverture de 3 à 5 boutiques par an) et poursuivre le développement des ventes online.

LES CHIFFRES CLÉS

