



BETJEMAN & BARTON

*Marchands de thé à Paris depuis 1919*

# BETJEMAN & BARTON ACCÉLÈRE SON DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

À l'aube de son centième anniversaire, la marque haut de gamme de thé renforce son développement à l'international avec l'ouverture d'un second flagship à Kuala Lumpur.



À l'origine de cette success story, Arthur Betjeman et Percy Barton, deux visionnaires passionnés ouvrent leur première boutique en 1919 à Paris, au 23 boulevard Malesherbes. Très rapidement, Betjeman & Barton est reconnue comme une véritable institution. Le savoir-faire et l'expertise de la Maison leur permettent de proposer des thés d'exception provenant des 4 coins du monde. Premiers marchands de thé parisiens, cette Maison s'est toujours caractérisée par une politique d'innovation ambitieuse et la volonté de conquérir de nouveaux territoires. Avec un réseau d'une vingtaine d'adresses dont 12 hors de l'hexagone, la marque a pour objectif de renforcer et d'accélérer son développement. Une stratégie annoncée par l'ouverture d'une seconde enseigne à Kuala Lumpur en Malaisie.

# LA CONQUÊTE DU MARCHÉ INTERNATIONAL, UN ENJEU STRATÉGIQUE

Fort du succès de ses établissements historiques à l'étranger comme en Hollande ou en Suisse, l'enseigne continue de développer son réseau et de s'implanter en dehors du marché national notamment en Asie avec une ouverture récente au Japon et une nouvelle adresse dans la capitale malaisienne.

Située à Kuala Lumpur, au cœur du grand mall Pavilion, temple du luxe et du shopping par excellence, cette franchise de 170 m<sup>2</sup> sera un véritable vaisseau amiral proposant la vente à emporter via la boutique ainsi que la possibilité de vivre l'expérience de la cérémonie du thé au sein du bar à thé.

Dans cette logique de conquête de nouveaux territoires, la marque entend ainsi déployer son réseau tant via de nouveaux comptoirs en propre qu'en franchisés, qui représentent aujourd'hui 47% des adresses, permettant d'opérer une croissance plus forte et plus rapide.

Avec cette croissance continue, Betjeman & Barton représente aujourd'hui 60 % de parts de marché en France et 40% à l'international dans 9 pays. La Maison ne souhaite pas s'arrêter là et a pour projet de poursuivre ses nouvelles implantations en Europe et en Asie, mais aussi au Moyen-Orient avec Dubaï ou encore Doha.

## UNE STRATÉGIE DE MARQUE CALBRÉE PAR AGNÈS DEFONTAINE



Epicurienne dans l'âme, Agnès Defontaine dirige depuis près de 15 ans la Maison de thé Betjeman & Barton. Après un diplôme d'école de commerce, elle a fait ses armes auprès des plus grands noms de la gastronomie française, Hédiard, Lenôtre et Alain Ducasse, où elle a participé au déploiement à l'international.

Quand elle prend la tête de Betjeman & Barton en 2004, c'est tout naturellement qu'elle entend développer la marque tant sur le plan national qu'international.

Pour cela, elle parcourt le monde pour dénicher les thés les plus rares et raffinés, rencontrer de nouveaux partenaires, développer de nouvelles recettes, initier les plus grands chefs aux accords subtiles thés & mets, et a pour objectif de faire rayonner le savoir-faire de la Maison dans le monde entier avec de nouvelles ouvertures de boutiques.

### CONTACT MÉDIAS :

Melchior – Agence de communication  
Valérie Goursaud – 01 45 51 22 40  
valerie.goursaud@agencemelchior.com