

MAISON & OBJET A PRIS UN ACCENT ETRANGER

Les visiteurs internationaux sont venus en force au Salon.

MAISON & OBJET a tenu son cap. Grâce notamment à l'afflux de visiteurs étrangers. Après l'excellent score de janvier 2010, cette édition 2011 (du 21 au 25 janvier) a globalement été stable, avec 85.098 visiteurs, dont 45.953 français (-6%) qui ont cette fois boudé le

Salon, plus encore qu'en septembre (alors qu'ils étaient revenus plus nombreux en janvier dernier), mais 39.145 étrangers (en progression de 7%). La bonne nouvelle, c'est donc l'augmentation de cette fréquentation étrangère, un regain de vigueur remarqué dans tous les stands. Une

bouffée d'oxygène nettement ressentie par nombre d'exposants textiles du Salon, qu'ils soient présents dans le hall 2 (linge de maison), dans le nouveau hall 7 (*Scène d'Intérieur, Maison & Objet Editeurs*) ou dans le hall 5 A (*Côté Déco*). Avec, souvent, des commandes à la clef qui ne faisaient pas de mal, à l'issue d'une année 2010 globalement mitigée, perturbée par un dernier trimestre parfois médiocre dans les boutiques (grèves, intempéries) puis par un Blanc, suivi de soldes début 2011, au démarrage plutôt hésitant.

Ce petit regain de confiance des acheteurs internationaux met donc du baume au cœur de la plupart des fabricants, qui, entre-temps, ont réussi à s'adapter au nouveau rythme plus prudent du marché. Seule ombre au tableau : la flambée du coût du coton, qui pèse toujours lourde-

ment sur les prix malgré des répercussions souvent fragmentées (passées depuis l'an dernier en plusieurs fois) et limitées au maximum (autour de 10% en moyenne). Rognant sur leurs marges faute de mieux, nombre de fabricants ont eu à cœur de ne pas baisser les qualités, un point sur lequel les acheteurs restent très vigilants dans l'ensemble.

Emergeant de cette quadrature du cercle, les premières sélections, pour le printemps-été 2011, ont porté sur des produits plus colorés dans l'ensemble (des gammes de bleus, de verts, d'orangés) pour réveiller les foncés, qui perdurent (gris, chocolat), et les neutres (taupe en vedette), tant en tissu d'ameublement qu'en linge de maison. Les produits fonctionnels (nappes enduites, effets réversibles) ou soft (éponges moelleuses, laines nobles, mélanges avec soie) sont aussi très recherchés, et certaines niches de marché (collections plus segmentées ou plus typées, nouvelles licences, thèmes écologiques), de nature à animer les rayons, s'avèrent souvent payantes. Les jeux de rayures étaient très présents dans toutes les collections. En ameublement, le velours s'est partout confirmé. L'envie de lin reste aussi très présente.

MARTINE VALMONT ●

LA RÉCENTE ÉDITION DE MAISON & OBJET. Une demande de produits plus colorés s'est manifestée au Salon de la décoration parisien. Frank Baryko / Journal du Textile



Poussée de visiteurs à Paris Déco Off

Le «parcours» *Paris Déco Off*, qui s'est tenu du 20 au 24 janvier, impose petit à petit sa «patte» sur le marché de la décoration. Son concept novateur, lancé l'an dernier (l'accueil de leurs clients par les éditeurs dans leurs propres show-rooms parisiens), semble être une recette appréciée des visiteurs, qui ont été nettement plus nombreux cette année : «+ 40%», selon une première évaluation de l'agence *Carole Communication*, en charge de l'organisation. L'édition pionnière de janvier 2010 avait reçu 5.000 visiteurs.

Ce sont les visiteurs étrangers qui ont majoritairement plébiscité cette jeune manifestation haut de gamme très parisienne, surtout ceux provenant d'Italie, de Russie, d'Europe de l'Est, d'Asie et, dans une moindre mesure, du Moyen-Orient. Mais avec quelques différences selon la localisation : sur les 53 show-rooms participant à l'opération, ce sont ceux situés près de la place des Victoires (rue du Mail) ainsi que dans le quartier

de Saint-Germain-des-Prés (rue de Fürstenberg et rue Bonaparte) qui, comme l'an dernier, ont bénéficié de la plus grande affluence. Avec des nuances, cependant, selon les sociétés (stabilité, légère hausse, ou forte augmentation allant jusqu'à 300 ou 400 visiteurs par jour). C'était plus calme, en revanche, comme en 2010, dans certains show-rooms plus excentrés, en dépit de la rotation permanente d'une vingtaine de navettes mises à la disposition des visiteurs.

Globalement, les éditeurs ont constaté un regain d'optimisme chez leurs clients via des demandes d'échantillonnage supérieures à celles de l'an dernier. Mais aussi des choix plus audacieux : les tissus le plus créatifs et sophistiqués, forts en couleurs, ont été plébiscités, loin des valeurs sûres «refuges» des deux dernières années, qui avaient été privilégiées au plus fort de la crise. Un bon augure de «redémarrage» des affaires pour les mois à venir.

ANNIE DEROUBAIX ●



L'UN DES SHOW-ROOMS PARTICIPANT A PARIS DÉCO OFF. Les organisateurs annoncent un bond de 40% de la fréquentation.

Paris Déco Off

UN RETOUR QUI NE SE LIMITERA PAS AUX CHAMPS-ÉLYSÉES. Le distributeur britannique serait décidé à ouvrir plusieurs magasins dans l'Hexagone.



MARKS & SPENCER franchit aujourd'hui une étape importante pour son retour en France. Selon nos informations, *Esprit* en a maintenant terminé avec les réunions en comité d'entreprise qui doivent décider du sort des salariés du magasin des Champs-Élysées qu'a choisi *Marks & Spencer* comme premier point de chute dans l'Hexagone. Le droit du travail français oblige en effet le repreneur d'un magasin à reprendre également les employés. Vaste de 1.000 m², répartis sur plusieurs niveaux, ce magasin a été ouvert en 2008 par *Esprit*. *Marks & Spencer*, qui continue de qualifier ce dossier de rumeur depuis les révélations du journal britannique *Independent on Sunday*, fin 2010, prépare pourtant bel et bien,

selon nos informations, son arrivée sur la mythique avenue parisienne. Il penserait même à ajouter dans ce futur navire parisien un peu d'alimentation à son offre d'habillement.

Avant d'ouvrir ce magasin, *Marks & Spencer* doit cependant encore signer un bail avec le propriétaire de l'immeuble, ce qui n'était pas encore le cas jeudi dernier. Quelques mois de travaux seront ensuite nécessaires pour reconfigurer la surface. Comme le *Journal du Textile* l'a déjà indiqué, *Marks & Spencer* ne veut pas limiter son come-back national à un magasin. L'enseigne britannique envisage d'autres ouvertures. *Marks & Spencer* avait quitté la France au début des années 2000.

VINCENT LEFERCQ ●

PARFUM DE REPRISE A MAISON & OBJET

Les spécialistes du textile de maison ont tiré un bilan positif du Salon de la déco parisien, au cours duquel les commandes ont repris.



pelle-t-il. Même situation chez Sylvie Thiriez, qui a dû augmenter ses tarifs de 7 son détrimement (en achetant «plus cher le prix de revient») et n'exclut pas de voir recommencer. «Il y a, du coup, un certain attentisme chez les distributeurs, n si le Salon n'a pas été mauvais. Cela sur les budgets d'achat», déplore Pa Lefèvre. La plupart des fabricants ont ticipé pour adoucir l'impact. «Nous a augmenté de 5% en juillet 2010 et auto janvier 2011», indique, entre autres, X Duprez (Anne de Solène) qui n'exclut une nouvelle hausse en juillet pro «Nous avons rogné sur nos marges garder notre positionnement et resse contrôle qualité en amont, précise-t- la rarefaction du coton nous a auss, traits à changer certains de nos fo seurs.»

La société Amandine de Brévelay, fait «un bon Salon grâce à l'exportati réussi pour le moment à mainten tarifs, «parce que nous avions com tout notre stock d'éponge avant la relève la dirigeante, Sylvette Le Stri sionnée sur une niche – le linge di son romantique –, elle se réjouit d «l'intérêt croissant des acheteurs éur pour les petites dentelles, y compris l dois et les finlandais, qui, jusqu'ici, raient des produits plus épurés». bien vendu notamment, au Salon, d de lit blanc et gris, coordonné à de l ge de toilette et à des accessoires or rubans et de véritables dentelles c mais aussi de broderies confectio par des entreprises du nord de la l

STANDS DE TEXTILE DE MAISON A MAISON & OBJET. Malgré hausse des prix des matières premières, fréquem répercutée dans les tarifs des exposants du Salon, marques de linge de maison et les éditeurs de tis d'ameublement ont ressenti une amélioration du courant d'affaires. Frank Barthe Journal du Textile

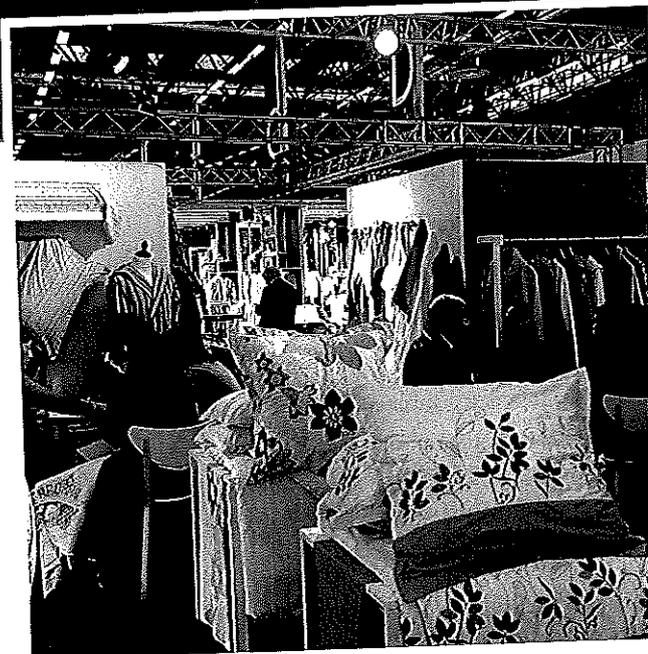
Un bon Salon dans l'ensemble. Malgré la baisse sensible des visiteurs français (-6%), les spécialistes du textile de maison qui exposaient en janvier 2011 au Salon *Maison & Objet* ont tiré un bilan «globalement positif» de

Le grand export a fait son retour

L'AFFLUENCE des acheteurs étrangers a été comme une bouffée d'oxygène pour les exposants de *Maison & Objet*. Compensant la mollesse des visiteurs français, l'exportation a atteint 46% du total des entrées en janvier 2011 (contre 43% depuis deux ans). Le grand export a été particulièrement tonique (un tiers des visiteurs étrangers), avec des progressions à deux chiffres, ainsi que l'Europe de l'Est (+24%), contrastant avec les scores plus modestes de l'Union européenne (+2%). Ainsi remarque-t-on des bonds de 25,4% des acheteurs nord-américains, de 30% pour la Russie, de 23% pour le Moyen-Orient ou de 22% pour l'Asie (dont le Japon : +41%), sans compter l'Amérique latine (+25%). Au sein de l'Europe occidentale, l'Italie reste en tête (+2,7%), tandis que la Grande-Bretagne progresse de 8,3%, la Suisse de 9,6% et l'Allemagne de 4,9%. M.V. ●

cette édition, grâce à la forte affluence de visiteurs étrangers (+7%), particulièrement ceux venus du grand export. Les détaillants français, qui ont souffert l'an dernier et sont encore assez stockés dans l'ensemble, ont vraisemblablement été retenus dans leurs magasins par les soldes (décalés cette année d'une semaine).

Répartis entre différents halls, plus ou moins fréquentés selon les jours, les fournisseurs de textile de maison, qu'ils soient fabricants de linge ou éditeurs de tissus d'ameublement, espèrent, d'après les ordres pris lors du Salon, que l'année 2011 sera celle de la reprise. «On sent les distributeurs un peu plus confiants», estime Xavier Duprez, directeur général d'Anne de Solène (groupe Hacot & Colombier), qui a relevé «une fréquentation moins élevée mais constante, avec de vrais pros passant des commandes». Parallèlement à ses ventes aux multimarques, il veut continuer de développer cette année ses boutiques propres à l'enseigne dans les grandes villes (trois ouvertes en France, deux projets en cours), ainsi que ses partenariats dans les plus petites villes avec des détaillants (onze affiliés, sept ou huit projets en 2011). C'est le cas également de la marque de linge de maison Sylvie Thiriez, bien rodée en la matière (32 boutiques, dont 20 succursales), qui a dans ses cartons, pour 2011, quatre ou cinq autres projets d'ouvertures, «dont un déjà signé, prévu en mai, sur 70 m², à Montauban», précise son dirigeant, Patrice Lefèvre. Toutefois, au-delà des bons contacts pris



au Salon, la visibilité demeure réduite. La forte hausse du prix du coton (qui a quasiment doublé en un an) a pesé sur les prix. «On n'a plus le choix, on a dû répercuter une partie de la hausse», confie, entre autres, Jean-François Birac, Pdg de François Hans (Blanc des Vosges), qui a augmenté ses tarifs de «10% en moyenne». «Pour le moment, nos clients acceptent, mais ils se demandent comment va réagir le consommateur final, car le linge de maison n'est pas un produit de première nécessité», rap-

«Le haut de gamme semble bien observer la dirigeante.

Sur ce créneau des niches de r société Toiles de Jouy l'authentiq les tissus sont fabriqués d'après- ments originaux en étroite colli avec le musée de la Toile de Jouy le succès, après un «très bon Salc toiles d'extérieur en 100% ; traité Teflon, pour transat ou pa que de plusieurs accessoires : s tabliers, draps de bain gansés d



SYLVETTE LE STRAT (AMANDINE DE BRÉVELAY). «Le haut de gamme résiste très bien». Frank Baryhol Journal du Textile

Jouy. Des boutiques françaises et étrangères, mais aussi des dirigeants d'hôtels de charme ou de gîtes lui ont passé des commandes.

Présente pour la première fois au Salon, la jeune société *Linge particulier*, spécialiste du linge de maison écolo, a fait de bonnes touches «auprès de boutiques branchées françaises, anglaises, japonaises, américaines ou scandinaves, mais aussi de sites web spécialisés», énumère la dirigeante et créatrice des collections, Cyrille Petitbon. Dont les couleurs ont séduit les visiteurs (rose, prune), tant pour son linge de lit en lin que pour ses accessoires en tricot ou en jersey rayé (plaid, coussins). Filon exploité aussi par *Aquanatura*, autre nouvel exposant, qui proposait, entre autres, des éponges de toilette en coton bio indigo, fruit d'une teinture végétale. Dans ce registre, *Toile de Mayenne* a dévoilé, dans le nouveau hall 7, un peu excentré – qui accueille désormais les éditeurs et *Scène d'intérieur* –, une toute nouvelle collection de tissus d'ameublement bio, unis ou rayés, en coton ou en lin, première du genre, teinte, là encore, avec des colorants végétaux. Une collection qui a suscité «de l'intérêt».

Au-delà de ces niches de marché, la majorité des sélections ont porté sur des produits créatifs et fonctionnels, souvent plus colorés. Ainsi le *Duetto*, d'*Anne de Solène*, un thème de linge de lit uni, en opposition de trois couleurs, sur percale, a plu aux visiteurs. En fantaisie, les thèmes d'inspiration marine continuent de plaire, ainsi que les floraux, qu'ils soient traités en solo ou alliés à des rayures (*Anne de Solène*), et toutes les rayures multicolores, très présentes dans les sélections. Notamment, chez *Blanc des Vosges*, un jeu de rayures, en prune et vert anis, animé d'une dentelle en trompe l'œil. *Sylvie Thiriez* donne aussi gagnant pour le lit un thème campagnard de chevrettes rebrodées et des jeux de carreaux.

Kit marmiton

En linge de table et d'office, les nappes enduites, pratiques au quotidien et de plus en plus naturelles au toucher, restent en tête des sélections, de même que les torchons cadeaux et les produits faciles à vendre : mini-nappes, sets décoratifs ou bijoux de table. *Mouet* a fait notamment de bonnes ventes avec une nappe ornée d'un grand patch en coton enduit et avec un thème *Luxembourg* pour la cuisine. *Nydel*, qui a beaucoup diversifié et segmenté (par moments de vie) sa collection, depuis son rachat en 2009 par Sébastien Tomme, recueille le fruit de ses efforts. Ce fabricant, qui a présenté au Salon une toute nouvelle ligne de vaisselle coordonnée à ses nappes, signale le succès, par ailleurs, de ses damas-

sés enduits et d'un thème *Opéra* à rayures en satin polyester, mais aussi des «kits marmiton» (tablier, toque, torchon et accessoires) de sa jeune collection *Nydel Kids*.

Le *Jacquard français*, de son côté, qui a bien terminé l'année 2010 (+12%), tire également profit d'une modernisation et d'une segmentation accrue de sa collection – «afin de multiplier les occasions d'achat» – et teste de nouvelles techniques de communication. La marque de linge de table vient de lancer son blog, centré autour de «*Mademoiselle Jacquard*», une jeune et dynamique cliente trentenaire fictive, croquée par Carlotta (l'illustratrice de *Elle*). «C'est une fan du Jacquard français qui raconte les dessous de la collection», observe Stéphanie Bourgeois, la directrice du marketing, qui veut ainsi rajeunir et élargir sa clientèle. Un nouveau site web (institutionnel et marchand) est aussi annoncé. L'entreprise a soigné son stand, très créatif et plus ouvert, pour mieux attirer les visiteurs de *Maison & Objet*. «Nous avons eu beaucoup de monde au Salon, dès le premier jour, surtout des étrangers», assure la jeune femme. Il y avait un bon climat d'affaires. Je trouve les clients plus optimistes, ils prennent un peu plus de risques.» Elle signale le bon accueil réservé, notamment, aux nappes unies en lin ou en coton, aux enduits, là encore, et à un thème *Bamako* à fils fluo, inspiré des wax africains.

Les *Toiles du soleil*, pour leur part, avaient fait appel à de jeunes créateurs pour enrichir et dynamiser leur collection 2011 de tissus d'extérieur en coton rayé, de style basque. Trois projets, aux couleurs toniques, ont été retenus (signés de Régine Georges, de Bernard Gout et de Katherine Kief-Dufrene). «Le Salon pour nous, cette fois-ci, a été tonique, avec beaucoup de nouveaux clients, français ou étrangers, surtout issus du grand export (Russie, Japon, Brésil), qui ont pris des commandes», se réjouit Bérénice Quinta, fille des dirigeants, chargée de la communication.

Les spécialistes de la décoration, de leur côté, ont fait un Salon inégal : excellent pour certains, plus calme pour d'autres. Installée dans le hall 2, *La Compagnie des étoffes Paris* espère faire mieux en 2011 qu'en 2010, «une année difficile», relève la dirigeante pour la France, Umüt Kucukcalik, qui a trouvé, elle aussi, ses clients «plus optimistes». Les lins, purs ou en mélange (avec de la soie ou du coton), ainsi que les tissus légers pour voilages unis ou rayés de sa collection ont bien fonctionné au Salon, dans des teintes naturelles ou des pastels doux, tout comme les velours rayés multicolores.

Non loin de là, toutefois, l'éditeur de tissus d'ameublement français *Olivier Thévenon* a jugé «moins fréquentée cette édi-

tion de janvier 2011. Mais l'exportation marche bien», pondère-t-il, en montrant ses best-sellers : des jeux de rayures, des toiles de Jouy aux coloris flashy et de très fins velours milléaires d'ameublement.

A l'autre extrémité du parc, le nouveau hall 7, qui paraissait bien éloigné aux visiteurs du hall 2, a connu des moments d'affluence et d'autres de grand calme. «La fréquentation était très en dents de scie, nous avons mieux travaillé l'an dernier dans le hall 5», estime Muriel Reus, la directrice générale de *Matisse*, un tisseur connu pour ses tissus contemporains (découpés au laser, imprimés en numérique), qui présentait une toute nouvelle ligne de produits finis assortis (coussins et linge de table), «très bien accueillie». Climat en demi-teinte également chez *Vano Home Interiors*, un éditeur belge, qui a regretté «la rareté des clients français» et relevé un climat d'affaires «toujours assez tendu» et une «vigilance sur les prix». Pascal Ragueau, le responsable commercial France, relève néanmoins chez ses clients «une envie de couleurs (rose, rouge, orangé, tous les verts) et de brillance», de nature à stimuler les ventes, qui a favorisé ses tissus à effets de matière (nattés, toiles rustiques), traités *Teflon*, tout comme ses voilages grande largeur en polyester non-feu.

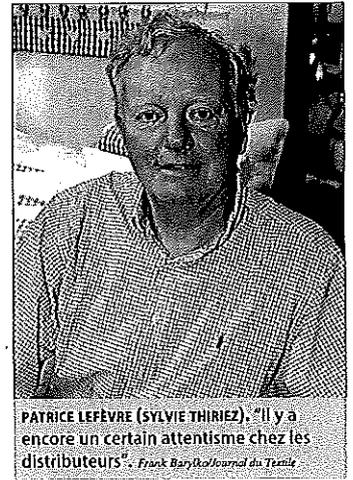
Sophistication

Une certaine déception était également perceptible chez *Karin Sajo Edition*, confronté, là encore, à une fréquentation en dents de scie, dans un hall jugé trop éloigné du cœur du Salon. «Nous avons tout de même vu pas mal d'étrangers (Russes, Chinois, Moyen-orientaux) et pris de bons ordres», relève William Baer, le Pdg. «On sent un retour de la brillance et des tissus plus sophistiqués et plus colorés (ocres, saumonés)», constate, à son tour, la créatrice des collections, Karin Sajo, qui a vendu beaucoup de velours viscosé à impression transfert (dessins de marqueterie, d'arabesques), des lin et soie brodés de feuillages, ainsi que des toiles de Jouy recoloriées en 100% soie. Une ligne de passementerie très travaillée (bois gravé, billes de verre, franges, galons), «tels des bijoux d'intérieur», est coordonnée à cette proposition. «Il y a une demande», observe la jeune femme.

D'autres éditeurs, dont le stand n'a pas désempli, ont fait, en revanche, d'excellents scores. C'est le cas de l'italien *Dedar*, qui s'était à nouveau dédoublé, cette saison, entre son stand à *Maison & Objet Editeurs* et son show-room de *Paris Déco Off*, rue Bonaparte. Thierry Guérin, le directeur de la filiale française – dont le chiffre d'affaires a bondi de 20% en 2010 – témoigne d'une «forte affluence dans les deux sites». «Comme l'an dernier, cela a bien marché des deux côtés, avec beaucoup

d'étrangers, relève-t-il. Certains clients font la navette et d'autres sont inconditionnels de l'un (Paris Déco Off) ou de l'autre (Maison & Objet Editeurs). Le climat d'affaires a été globalement bon, bien qu'on sente les boutiques plutôt attentistes. Toutefois, le contrat continue de bien fonctionner.» L'éthique chic, déjà bien accueillie l'an dernier chez *Dedar*, a de nouveau séduit ses clients prescripteurs, tels des imprimés géométriques sur soie ou satin de coton, inspirés des peintures murales de l'éthnie sud-africaine Sotho. Un faux cuir tressé en différentes couleurs a été également bien accueilli.

On remarquait, par ailleurs, de jolis unis en grande largeur pour voilages, en coton ou en lin, irisés d'une touche métallisée, sur le petit stand de *Kohro*, nouveau venu au Salon, une marque plus contemporaine lancée par le groupe italien *Martinelli Ginetto*, spécialiste du jacquard. «On sent

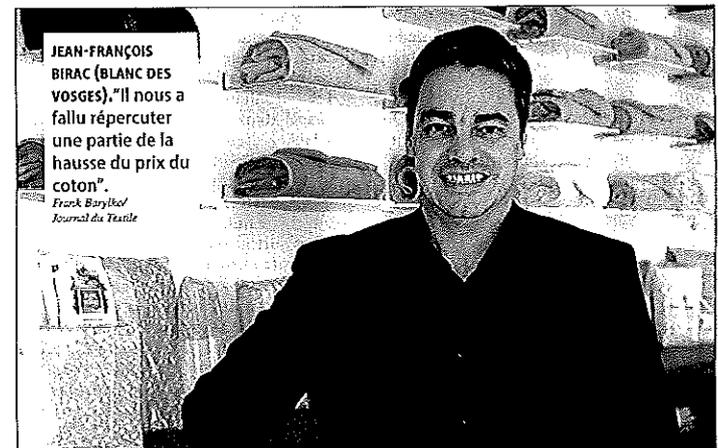


PATRICE LEFÈVRE (SYLVIE THIRIEZ). «Il y a encore un certain attentisme chez les distributeurs». Frank Baryhol Journal du Textile

une envie de brillance discrète chez les prescripteurs», note, à son tour, cet éditeur, content de son Salon.

A *Scènes d'intérieur*, enfin, l'équipe de *Missoni Home*, installée sur un très grand stand, se déclare aussi très satisfaite de cette édition de janvier 2011, où l'on pouvait découvrir, dans des matières originales, sa ligne d'intérieur inspirée par la mode (tricot imprimé multicolore pour sièges en *Trevira CS*), mais aussi celle dédiée à l'extérieur (cordelettes imprimées en Pvc). «Nous avons vu beaucoup de monde, surtout le grand export, qui a pris de bons ordres», estime ainsi Alberto Jelmini, le président de *Vestor*, qui exploite la licence *Missoni Home*. Le climat des affaires est un peu plus favorable, nous sommes plus optimistes pour 2011.»

MARTINE VALMONT ●



JEAN-FRANÇOIS BIRAC (BLANC DES VOSGES). «Il nous a fallu répercuter une partie de la hausse du prix du coton». Frank Baryhol Journal du Textile



ACHETEURS AU TRAVAIL À INTIRIO. Le Salon a accueilli cette année 10.080 visiteurs, soit 10% de plus que l'an dernier.

dais. Parmi l'offre de cette société belge issue de l'univers du prêt-à-porter, c'est justement le textile qui a reçu le meilleur accueil, avec du linge de lit en percale satinée et en lin prélavé et des sets et chemins de table, le tout dans des coloris naturels. «*Nous avons l'impression que les acheteurs d'Intirio viennent avant tout pour le textile*», remarque Laurence Maes, directrice du département Home.

En habillage de fenêtre, les stores sont toujours à l'honneur. Si les matières telles que le bois ou l'aluminium sont encore de mise, les fabricants mettent aujourd'hui l'accent sur le textile. Les couleurs vives attirent les visiteurs, mais ce sont les naturels qui arrivent en tête des ventes. Toutefois, comme en linge de maison, il semble que les beiges cèdent du terrain aux gris. Chez *Artex*, les acheteurs qui ont osé la couleur ont donné la préférence à un vert

mousse foncé et à un bleu pétrole, coloris également tendance en linge de maison. Chez *Luxaflex*, un store façon nid-d'abeille alvéolé s'est imposé, proposé en quatre niveaux de transparence, permettant de s'isoler de la fraîcheur ou de la chaleur selon la saison. Autre atout de ce produit : son faible encombrement lorsqu'il est replié.

Du côté des fabricants de tapis, la tendance est aux effets de matières, aux produits reliefs et recyclés. Ainsi chez *Posh Fashionation* étaient présentés des tapis à base de papiers de bonbon métallisés recyclés ainsi que des tapis d'extérieur en cordage de nylon. *Nash Andréa* a eu beaucoup de succès avec son produit tufté en viscose rasée et motifs en bouclette, vendu uniquement sur mesure, avec 99 coloris et motifs à la demande.

Cette société belge présentait également un tapis fabriqué selon l'ancienne technique de tissage Awminstrer, proposé en huit coloris entièrement naturels. «*Tous les Français qui sont passés nous voir en ont commandé*», a souligné Philippe Smets, le directeur. «*C'est donc que le produit plaît. Pourtant, nous avons beaucoup de mal à trouver des agents pour la France, en particulier pour l'ouest et l'est du pays*.» Dans un autre style, les fabricants étaient nombreux à présenter des tapis en mèches de feutre à l'aspect très nature. *Perletta Carpets* proposait même des poufs assortis.

Dans le secteur des éditeurs de tissus, le stand *Pruyaert Design of the Time* n'a pas désempilé. Spécialisé dans les tissus à la nonchalante élégance (lin ou coton-lin un peu bruts, délavés, avec de la matière et du poids), il a remporté un véritable succès avec sa palette de bleus, jean, turquoise et indigo pour des produits unis, à rayures ou à carreaux. Autre best-seller :

un coton épais et bosselé, dans une coloration violet foncé presque noir ou dans un taupe terreux. «*La collection a aussi très bien marché à Maison & Objet. Mais ce n'est pas le type de tissu que le particulier recherche spontanément. C'est presque toujours un produit proposé par les décorateurs*», explique le responsable commercial, Marc Duvauchel.

L'éditeur néerlandais *Toppain*, qui a récemment acquis une société de stores

présentait tissus et stores aux coloris coordonnés, une idée qui semble avoir plu aux acheteurs. *Pierre Frey* a bien vendu ses nouvelles collections *Frey* (des ethniques très colorés et des neutres relifés) ainsi que des brodés très délicats signés *Braquenté*.

Peaux de saumon

White Collection, qui présentait les textiles de trois éditeurs, a été très sollicitée pour les peaux de saumon signées *Arctic*. Autrefois négligées, ces peaux trouvent une seconde vie dans l'ameublement (pour en faire des poufs, des bordures de coussins) après avoir été thermolaquées. Cette innovation, qualifiée d'ode à la nature, a reçu le prix *Déco idées d'Intirio*.

L'offre de linge de toilette s'oriente, elle aussi, vers le recyclage et le respect de l'environnement. *Aquanova* proposait une large gamme de tapis de bain en papier recyclé, lavables en machine à 40°. *Vossen* présentait le concept *Eco-energy 3000*, des essuie-mains dont les bords sont faits d'une éponge plus fine, permettant d'utiliser moins de matière dans chaque produit. Et *Maes Textiles* a gagné le prix *Eco Friendly* du Salon grâce à sa nouvelle gamme *Mano Verde*. Il s'agit d'éponge en fils retors de coton peigné, 100%, teint avec des teintures aux résidus totalement biodégradables, avec labels *Oekotex*, *Ecolabel* et *Max Havelaar*. Les métiers servant à tisser ce produit sont actionnés par l'énergie éolienne. Les serviettes (en 4 tailles plus le gant) se déclinent en lavande, vert mousse, marron, beige et blanc et sont proposées dans un meuble display en carton écologique prêt à installer en magasin.

BÉNÉDICTE LE GUÉRINEL ●

Brunschwig & Fils effectue une sortie de route

L'éditeur américain s'est réfugié sous le chapitre 11.

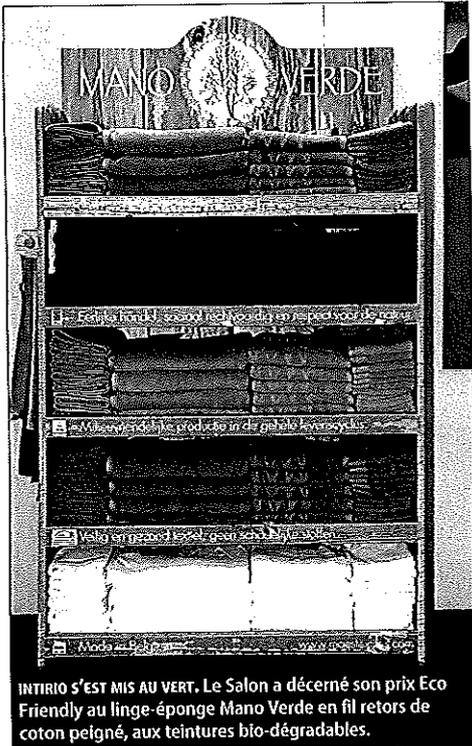
Le grand éditeur de tissus d'ameublement américain *Brunschwig et fils* est en difficulté. Il s'est réfugié, fin janvier, sous le chapitre 11 de la banqueroute. Il pourrait être repris par son concurrent *Kravez*, un distributeur de tissus de Long Island, qui a proposé de le racheter pour 5 millions d'€. Mais d'autres candidats au rachat ont jusqu'au 3 mars pour proposer une offre supérieure à la sienne. La marque *Brunschwig*, née en France en 1900 (du côté d'Aubusson), est depuis longtemps passée de l'autre côté de l'Atlantique. Toutefois, elle dispose toujours d'une filiale en France, à Paris, rue du Mail, dont l'activité, pour l'instant, continue, tout comme celle de sa maison mère. «*La restructuration n'affectera pas la qualité de nos produits et des commandes*, assure le Pdg de *Brunschwig et fils*, Olivier Peardon. *Les relations avec les lignes que nous représentons restent intactes et le studio est en train de créer de nouveaux tissus*.»

Lorsque le fils du fondateur, le capitaine Roger Brunschwig, se battait aux côtés du général de Gaulle pendant la Seconde Guerre mondiale, sa femme américaine, Zelina, faisait tourner les affaires aux Etats-Unis. C'est à partir du studio américain qu'est toujours développée, aujourd'hui, une collection de 17.000 tissus de luxe, à côté de revêtements muraux, d'éléments de passementerie, de meubles, de lampes ou de miroirs, vendus dans 21 showrooms en Amérique et à l'exportation. Les brocarts, velours, soieries de la maison

— inspirés du musée des Arts décoratifs de Paris ou du Metropolitan à New York — sont appréciés par les décorateurs d'intérieur et les riches clients.

Brunschwig a cependant souffert durant la récession. Ses ventes ont chuté de 35% en 2009 et encore de 30% en 2010. Olivier Peardon a présenté, devant le tribunal des faillites, des actifs de 8 millions d'€ et 13,4 millions de dettes. Mais il n'a pas encore dit son dernier mot.

CAROLINE TALBOT, A NEW YORK ●



INTIRIO S'EST MIS AU VERT. Le Salon a décerné son prix Eco Friendly au linge-éponge Mano Verde en fil retors de coton peigné, aux teintures bio-dégradables.



OLIVIER PEARDON, DIRIGEANT DE BRUNSCHWIG & FILS. «*La restructuration n'affectera pas la qualité de nos produits*».

Michael N.Todorov/Getty Images/Alp

Bazarland poursuit son expansion

Le discount de produits pour la maison va encore ouvrir de 7 à 12 magasins en 2011.

BAZARLAND tient son cap. L'enseigne française de produits discount pour la maison et la personne a ouvert fin 2010 trois nouveaux magasins, à Mazé (près d'Angers), Muzillac (près de Vannes) et Sées (près d'Alençon). Elle dispose de 34 grandes surfaces dans l'Hexagone, majoritairement des franchises, et prévoit d'en ouvrir «entre 7 et 12 autres en 2011, dont deux sont déjà programmées pour mars (près de Beauvais et près de Perpignan)», précise son directeur général, Bernard Lévy.

Le dirigeant se dit «globalement satisfait» de ses ventes en 2010, malgré les ca-

prices de la météo (la neige ayant bien plombé la fin de l'année dans certains magasins) et diverses perturbations (grèves). Le chiffre d'affaires s'est élevé, au final, sur douze mois, à 33,6 millions d'€, en progression de 8,5%, et le panier moyen a bien remonté, à 18,2 €. Bazarland a recu-

té, en novembre dernier, un nouveau directeur commercial, Didier Jean (issu de Guy Degrenne), qui a, entre autres, pour mission d'analyser la rentabilité de chaque rayon, afin d'affiner la stratégie à mettre en œuvre l'an prochain. Il rendra son diagnostic en février.

« Ces derniers temps, nous avons fait d'excellents scores dans le rayon "festif" (objets divers pour les anniversaires, les mariages) et de belles progressions dans le rayon arts de la table », relève Bernard Lévy. Le textile, cependant, est resté « stable » dans l'ensemble, autour de 12 à 13% des ventes. Un programme de rénovation des façades est prévu pour cette année, ainsi qu'un renforcement de l'équipe en place, notamment par des animateurs de réseau chargés de visiter les magasins.

M.V. ●

Lelièvre monte en luxe avec Loropiana

L'éditeur a signé un accord de distribution avec le spécialiste italien du cachemire.

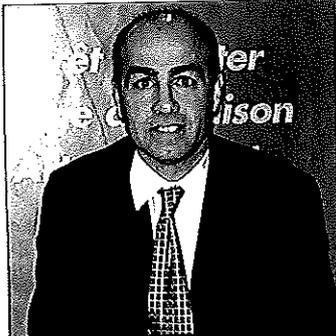
L'ÉDITEUR de textile de décoration Lelièvre vient de signer un accord de distribution exclusive en France avec le grand spécialiste italien du cachemire Loropiana pour sa collection de tissus d'ameublement (Loropiana Interiors). Elle se compose de 40 références, qui viennent d'être présentées à Paris Déco Off (20-24 janvier) dans le show-room de Lelièvre, rue du Mail, où la moitié d'un Salon d'exposition lui a été dédiée. Ces tissus magnifiques, à dominante unie, exception faite de quelques brodés, sont en pur cachemire, en lin, en coton, en soie, en laine fine à toucher cachemire et même en 100% vigogne pour la «Rolls» de la collection, à plus de 4.000 € le mètre ! Le prix moyen s'élève entre 100 et 300 € pour le gros de la collection.

« Cet accord s'inscrit bien dans notre stratégie commerciale, orientée vers le luxe

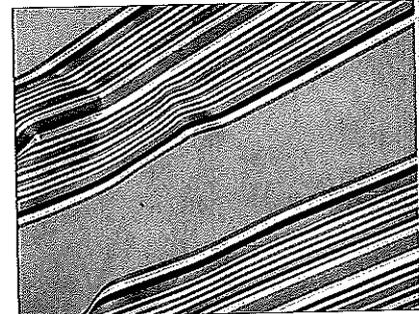
et, en partie, vers des marques issues de la mode », rappelle Laure Crépy-Lelièvre, la directrice du marketing et de la communication, en évoquant le récent accord de licence de Lelièvre avec Sonia Rykiel (pour remplacer Kenzo Maison). La société Lelièvre vient de passer une année 2010 « globalement bonne » qui s'achève en positif, meilleure néanmoins en France qu'à l'export. « Nous avons conclu une série de très belles affaires. Nous ne sommes pas sûrs de pouvoir parler encore de reprise, mais nous sen-

tons un regain de confiance, surtout dans l'Hexagone », estime Laure Crépy-Lelièvre. Le site web de l'entreprise sera par ailleurs prochainement modernisé.

M.V. ●



BERNARD LÉVY, DIRIGEANT DE BAZARLAND. L'enseigne discount a progressé de 8,5% en 2010. DR



TISSU LELIÈVRE. La première collection Loropiana distribuée par l'éditeur français comportera 40 références de tissus d'exception.

MADURA

PUBLICATION JUDICIAIRE

La société AUCHAN a vendu dans ses magasins du linge de lit désigné sous le nom Parure Madura et COLLECTION MADURA, portant ainsi atteinte aux droits des Sociétés ASTONA et MADURA.

PAR JUGEMENT DEVENU DÉFINITIF EN DATE DU 26 FÉVRIER 2010, LE TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE D'EVRY A NOTAMMENT JUGÉ :

- Que la société AUCHAN a commis des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale au détriment de la société ASTONA, et de concurrence déloyale et usurpation de dénomination sociale à l'encontre de la Société MADURA,
- Le tribunal a condamné la société AUCHAN à payer à la société ASTONA la somme de 40.000 euros en réparation du préjudice subi du fait de la contrefaçon ainsi que la somme de 15.000 euros pour concurrence déloyale,
- Et l'a condamnée à payer à la Société MADURA la somme de 20.000 euros au titre de la concurrence déloyale et de l'atteinte à sa dénomination sociale,
- Le tribunal a ordonné la publication du Jugement par extraits dans deux revues périodiques au choix de la société MADURA et aux frais de la société AUCHAN dans la limite de la somme de 3.000 euros TTC,
- Le tribunal a enfin condamné la société AUCHAN à payer à chacune des sociétés ASTONA et MADURA la somme de 1.500 euros au titre de l'article 700 du Code de Procédure Civile.

POUR EXTRAIT

Martine SIEGRIST Avocat à la Cour d'Appel de PARIS

Paris Fashion Showroom a réussi son galop d'essai

La nouvelle manifestation organisée par la Fédération du prêt-à-porter féminin se positionne sur un créneau haut de gamme.

collectifs nationaux (anglais, berlinois ou italien), à l'instar du show-room *On/Off*, qui, donc, ne s'est pas tenu cette fois au sein d'*Atmosphères*. Miki Mialy (laquelle exposait aussi à *Fame*) ou encore le jeanneur *Edwin* (que l'on rencontre aussi à *Bread & Butter*) ont, en revanche, pu multiplier leurs équipes (et leurs collections). Ils ont ainsi accueilli et fait la connaissance de personnalités de la mode dans un tout autre écrin que le cadre très commercial des Salons. En ce sens, la première édition de *Paris Fashion Showroom* a été efficace. Elle l'a manifestement été moins pour la prise de commandes. Mais les organisateurs l'avaient prévu : pour cette première édition, *Paris Fashion Showroom* s'est positionné entre le show-room commercial et la journée portes ouvertes, pimantée de quelques événements festifs ou de happenings.

Maria Luisa, Repetto ou encore *Manish Arora* ont ainsi tenu à attirer l'attention sur cette nouvelle manifestation par leur concours, parfois original et décalé. Le point d'orgue de cette première édition a d'ailleurs été un événement très court. En clôture de la Semaine masculine, le show du créateur iconoclaste *Bernhard Willhelm* a attiré de nombreux acheteurs et journalistes de mode au 11 de la rue Berryer, alors qu'ils parcouraient la capitale entre *Tranoi, Rendez-vous* et les autres Salons masculins.

ISABELLE MANZONI ●



PARIS FASHION SHOWROOM. CI-DESSOUS, L'HÔTEL SALOMON DE ROTHSCHILD OÙ SE DÉROULAIT LA MANIFESTATION. L'objectif de ce nouveau rendez-vous est de faire monter en mode et en gamme Prêt à porter Paris. Paris Fashion Showroom

AMBIANCE de vernissage et de cocktail mondain, le week-end des 22 et 23 janvier, pour la toute première édition de *Paris Fashion Showroom*. Le nouveau rendez-vous de la Fédération du prêt-à-porter féminin a eu lieu en marge de son grand Salon de la porte de Versailles, *Prêt à porter Paris*, dans le très chic hôtel *Salomon de Rothschild*, à deux pas de l'Arc de Triomphe.

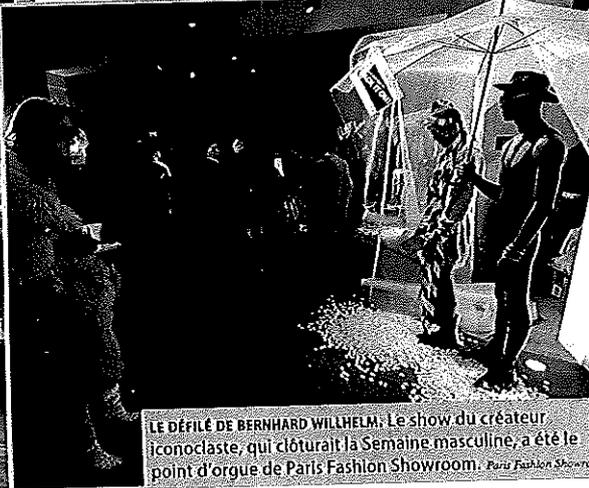
Le lieu choisi est, certes, éloigné du cœur de l'activité des acheteurs, venus, comme à l'accoutumée, très nombreux à Paris à ce moment-là pour découvrir les nouvelles collections de prêt-à-porter ou

d'accessoires, mais c'est sciemment que *Muriel Piaser*, directrice des Salons de la Fédération, et son équipe ont décidé de conduire les acheteurs qui le souhaitent jusqu'à ce rendez-vous haut de gamme, plutôt pointu même et assez intimiste : l'hôtel *Salomon de Rothschild* reflète parfaitement la volonté de montée en gamme et en mode de *Prêt à porter Paris*. Il s'est avéré être « un espace de rencontres et d'échanges très intéressant » pour les quelques marques et créateurs présents.

Ils étaient peu nombreux à se lancer dans ce défi. Les 25 marques annoncées ont parfois rassemblé leurs forces dans des



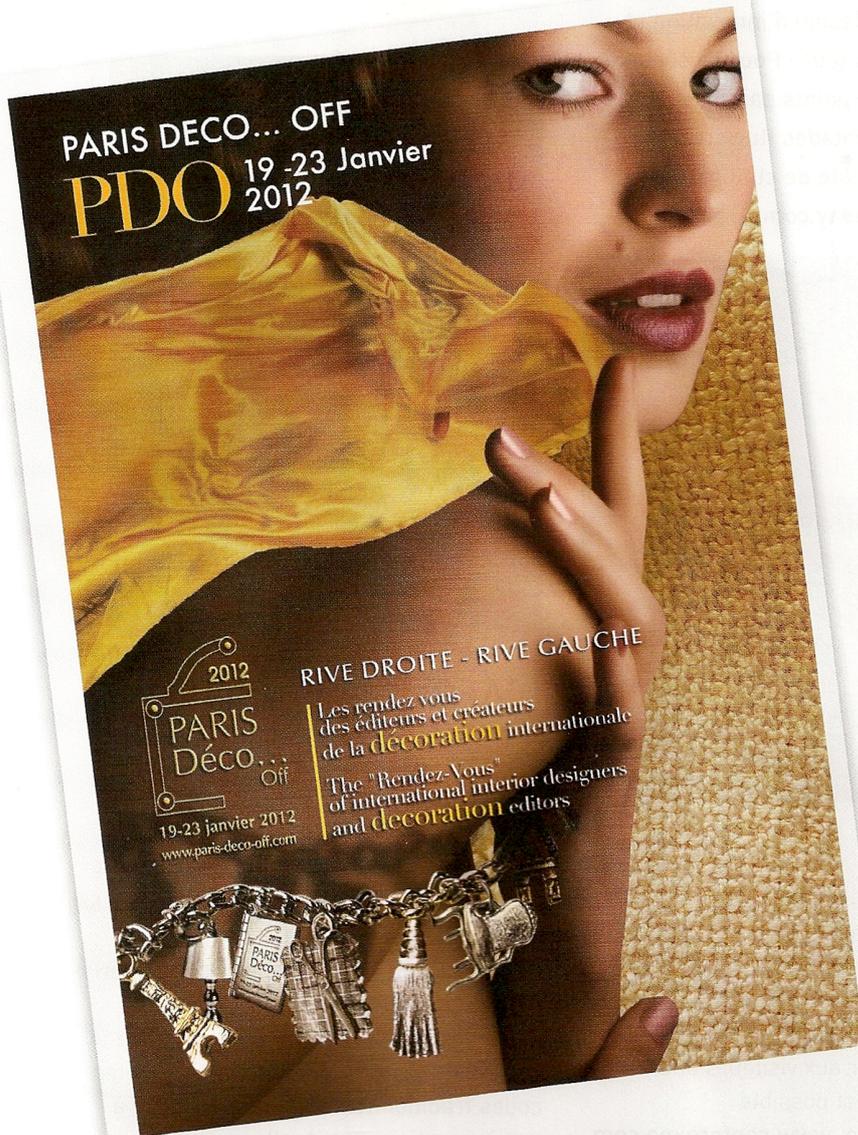
UN RENDEZ-VOUS INTIMISTE. Les effectifs de cette première session de Paris Fashion Showroom se limitaient à 25 marques. Paris Fashion Showroom



LE DÉFILÉ DE BERNHARD WILLHELM. Le show du créateur iconoclaste, qui clôturait la Semaine masculine, a été le point d'orgue de Paris Fashion Showroom. Paris Fashion Showroom

//// HOME ART DE VIVRE / BUZZ

Par Agnès Carpentier



BALADE DÉCO EN SEINE

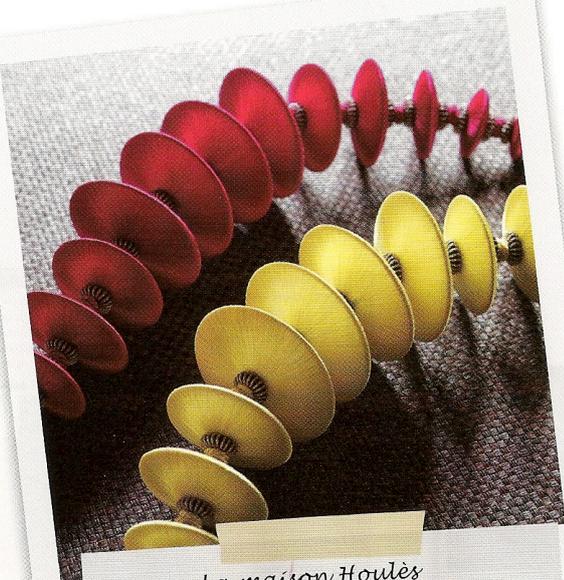
Du 19 au 23 janvier prochains aura lieu la 3^{ème} édition de Paris Déco Off.

Ce bel événement dont *Home magazine* est partenaire réunit la crème de la crème des éditeurs et créateurs en décoration qui nous ouvrent leurs portes aux quatre coins de la capitale.

À ne manquer sous aucun prétexte.

Il était une fois une dizaine d'éditeurs prestigieux tels que Lelièvre, Philippe Parent, Houllès, Declercq, Dominique Picquier, Rubelli... bien décidés à défendre la décoration haut de gamme et à accroître la notoriété de leurs collections de tissus, luminaires, tapis ou passementerie. Pour contrer la crise qui les avait atteints durement, ils lancèrent il y a trois ans Paris Déco Off avec l'idée de recevoir tant les professionnels que le grand public dans leurs magnifiques showrooms parisiens et de faire de ces cinq jours et deux

soirées portes ouvertes un véritable rendez-vous festif. Paris réussi ! Face au succès de l'événement, qui dès la première année a attiré cinq mille visiteurs et dix mille l'an dernier, les participants n'ont cessé d'augmenter. Éditeurs français ou étrangers, anciennes maisons au renom international aussi bien que petits créateurs innovants seront cette année une soixantaine à se montrer dans leurs plus beaux atours sur les deux rives de la Seine.



La maison Houllès présentera Onyx, une collection de passementeries contemporaines, précieuses, très mode et glamour sur de nouveaux tons vifs et brillants.



Fondée en 1935, la maison Pierre Frey lancera une collection réalisée en collaboration avec le Studio Andrée Putman. Minimaliste et graphique, cette collection au tombé impeccable imitant parfaitement le coton ou le lín est fabriquée en matière synthétique Trevira CS.



Lelièvre, éditeur mondialement connu de tissus d'ameublement haut de gamme depuis 1914 dévoilera sa collection Tipi, savant mélange de soierie et de naturel, au croisement du mat et brillant, clin d'œil au revival des années 50 très en vogue en déco actuellement.



Kinnasand crée des textiles innovants depuis 200 ans avec des lignes épurées propre au style Scandinave, à l'instar de cette nouvelle étoffe Splash en Trevira CS.

CONSEILS DÉCO DE PRO

C'est au moment où sont lancées les nouvelles collections, en janvier, que se déroulent ces journées de découverte où les éditeurs dévoilent également l'ensemble de leurs collections et leur savoir faire parfois séculaire. L'événement, concomitant avec Maison&Objet, salon professionnel de la décoration, séduit un public d'affaire international mais fait aussi la part belle aux amoureux de décoration. Impossible pour un particulier d'accéder à ces showrooms le reste de l'année. Ne ratez donc pas ce

rendez-vous où vous serez accueillis « comme des amis » ainsi que se plaît à le dire l'éditeur de tissus Pierre Frey. A la clef, des conseils sur les styles et les matières, des adresses de prescripteurs et des « charms » à collectionner qui vous seront remis à chaque visite. Pour vous faciliter la circulation entre ces temples de la décoration, saluons l'initiative de l'agence Carole communication créatrice et en charge de l'événement qui a mis en place bus et navettes gratuites. Home magazine vous souhaite une belle balade déco ! ■

HOME
magazine

HOME

N°36 • Décembre 2011-Janvier 2012

Cahier spécial
HIGH-TECH
& **ÉLECTROMÉNAGER**
25 pages
de sélection
pour Noël

PARIS DECO... OFF

PDO 2012

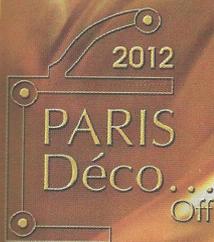
19 -23 Janvier

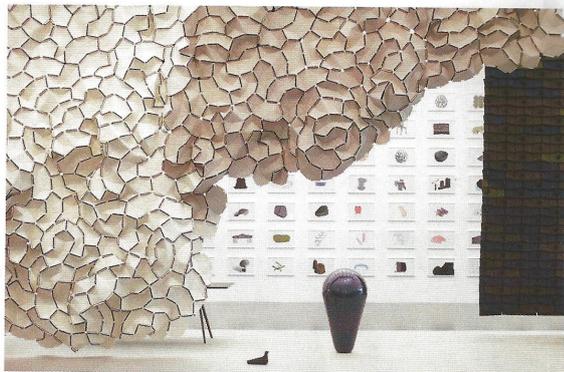
www.paris-deco-off.com

RIVE DROITE - RIVE GAUCHE

Les rendez vous
des éditeurs et créateurs
de la **décoration** internationale

The "Rendez-Vous"
of international interior designers
and **decoration** editors





NOMADES

Jusqu'au 30 juillet 2012, Ronan & Erwan Bouroullec sont à l'honneur au Centre Pompidou-Metz ! Le musée propose en effet une exposition monographique présentant les réalisations emblématiques et les projets de recherche du célèbre duo. Intitulé « Bivouac », l'événement, conçu comme un campement temporaire, illustre les concepts-clés représentés dans le travail des deux designers français, comme le nomadisme, l'éphémère, la modularité, l'inspiration organique, la liberté des usages et des fonctions... dans une scénographie sans artifices, pleine de contrastes. www.centrepompidou-metz.fr

L'INCONTOURNABLE RENDEZ-VOUS DÉCO-DESIGN

Le célèbre salon international de la maison, Maison & Objet, se tiendra du 20 au 24 janvier 2012 au Parc des Expositions Paris Nord Villepinte. Design, textiles, accessoires, mobilier, artisanat... tous les acteurs majeurs du secteur se donnent une fois de plus rendez-vous au cours de

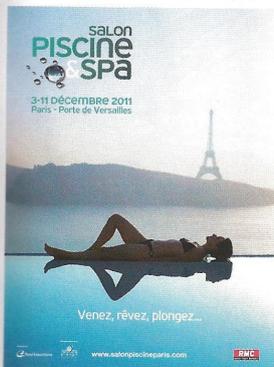
ce salon professionnel biennuel afin de présenter aux intéressés les grandes tendances qui marqueront les collections de demain. Un événement majeur dans l'univers de la décoration !

www.maison-objet.com



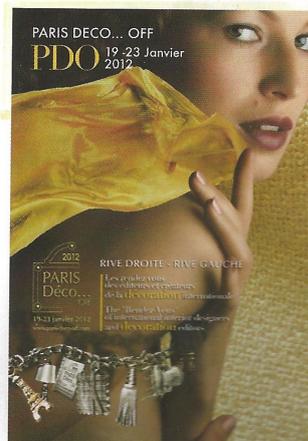
AQUATIQUE

Spécialisé et entièrement dédié à l'univers de la piscine, du spa et de leur environnement, le Salon Piscine & Spa se tiendra du 3 au 11 décembre prochain à Paris, porte de Versailles. À la fois source d'inspiration pour vos idées d'aménagement, véritable carrefour de rencontres entre les professionnels, les particuliers, les fabricants et les installateurs et vitrine majeure du secteur présentant les dernières nouveautés et les plus récentes innovations technologiques, ce rendez-vous annuel dispose de tous les atouts pour accompagner efficacement les intéressés dans l'avancement de leur projet. www.salonpiscineparis.com



BALADE DÉCO

Il était une fois une dizaine d'éditeurs prestigieux tels que Lelièvre, Houlès, Dominique Picquier ou Rubelli, bien décidés à défendre la décoration haut de gamme et à accroître la notoriété de leurs collections de tissus, luminaires, tapis ou passementerie. Pour contrer la crise qui les a durement touchés, ils ont lancé il y a trois ans Paris Déco Off avec l'idée de recevoir tant les professionnels que le grand public dans leurs magnifiques showrooms parisiens et de faire de ces cinq jours et deux soirées portes ouvertes un véritable rendez-vous festif. Pari réussi puisque la 3e édition de Paris Déco Off aura lieu du 19 au 23 janvier prochain. À ne manquer sous aucun prétexte. www.paris-deco-off.com





LE MARCHÉ DE LA DÉCO

L'éditeur Casal résiste à coups d'acquisitions

Après avoir racheté Pansu en 2008 et Luciano Marcato en 2010, l'éditeur de textiles d'ameublement a mis la main sur Sat.

LES baisses d'activité dans le secteur de l'édition des textiles de décoration ont favorisé les concentrations d'entreprises. *Casal* en est un bon exemple. Son discret dirigeant, Jean-Mathieu Prévot, a passé les dernières années à développer sans bruit son domaine d'activité à coups d'acquisitions de confrères en situation délicate. Dernière opération en date, début 2011, il a repris l'éditeur *Sat*, dont le Pdg, René Aubry, a fini par lui céder sa marque et son stock, mais pas son imposant (et onéreux) immeuble parisien, rue du Mail, qui a aujourd'hui d'autres occupants. Précédemment, Jean-Mathieu Prévot, attentif aux opportunités, avait racheté l'éditeur italien *Luciano Marcato* (en 2010), mis en faillite quelques mois plus tôt. Enfin, deux ans auparavant, en 2008, le dirigeant de *Casal* avait acquis l'activité tissus d'ameublement de *Pansu*, ce dernier s'étant recentré sur ses tapisseries.

Initialement, ce bon connaisseur du secteur – lointain descendant, par sa mère, de

Christophe-Philippe Oberkampff (le fondateur de la célèbre manufacture de Jouy-en-Josas) et propriétaire, à Thann (Vosges), de la société d'impression *Scheurer-Lauth* – dirigeait également la société parisienne *Oal*, rue des Jeûneurs, qui avait été acquise par son père en 1975. « *J'ai rapatrié Oal en 1993 à Thann, car cela n'avait pas de sens d'avoir un stock en plein Paris*, observe Jean-Mathieu Prévot. *Puis, comme je ne trouvais pas son nom très glamour, je l'ai rebaptisé Amélie Prévot, du nom de ma fille aînée. L'année suivante, j'ai racheté la société Casal, dont le nom est devenu ensuite notre raison sociale. Nous avons également conservé son show-room parisien de la rue des Saint-Pères, afin d'y regrouper nos différentes marques.* »

Stratégie mode

En 1996, Jean-Mathieu Prévot acquiert *Driot-Gradi* et en 2000, *Csa International*, avant de recommencer à faire ses emplettes à la fin de la décennie suivante. Aujourd'hui, le chiffre d'affaires consolidé de *Casal* atteint 12 millions d'€. Une nouvelle



structure, baptisée *Casal Diffusion*, a été montée cette année. «Elle diffuse les tissus de Sat, mais également de plusieurs marques étrangères, dont nous assurons les ventes en France, notamment deux éditeurs anglais, Winter et Clarke & Clark, l'espagnol Güelle Lamadrid, ainsi que l'italien Foresti. Nous sommes, par ailleurs, en pourparlers avec plusieurs autres», indique Jean-Mathieu Prévot.

Le dirigeant pose un regard lucide sur l'évolution du marché du tissu d'éditeur en France au cours des dernières décennies. «Beaucoup d'éditeurs ont souffert,

TISSUS LUCIANO MARCATO. Les tissus de l'éditeur italien racheté l'an dernier permettent à Casal d'injecter davantage de créativité dans son offre.

certains ont même disparu (Urgé, Fardis, Lauer), rappelle-t-il. D'autres sont aujourd'hui réduits à leur plus simple expres-



LE SHOW-ROOM DE CASAL, RUE DES SAINTS-PÈRES, DANS LE QUARTIER SAINT-GERMAIN. Les rachats successifs effectués par Casal illustrent le mouvement de concentration que connaît depuis quelques années le secteur de l'édition de textiles de décoration. DR

sion (Texunion, notamment, ancien fleur-on de l'impression textile en France, dont la marque Taco Edition a disparu) ou, à peine rachetés, ont modifié leur stratégie (Souleïado, par exemple, davantage axé sur la mode, a priori, depuis son acquisition, en 2009, par Daniel et Stéphane Richard).»

«Nombre d'éditeurs, enfin, ont été rachetés par des confrères au cours des quinze dernières années, rappelle le dirigeant de Casal. C'est le cas de Deschemaker par Chanée-Ducrocq en 1996; de Tassinari et de Chatel, ainsi que de Chotard par Lelièvre en 1997; de Boussac-Fadini par Pierre Frey en 2004; de Dominique Kieffer et de Donghia par Rubelli (respectivement en 2001 et 2005); de Jéro par Belinac (septembre 2010); enfin, tout récemment, de Brunschwig (au printemps 2011) par l'américain Kravet.» «Dans le même temps, poursuit Jean-Mathieu Prévot, la clientèle traditionnelle des éditeurs textiles a fondu. Les tapissiers-décorateurs étaient deux fois plus nombreux il y a trente ans.» Sans parler de l'hécatombe des boutiques de décoration spécialistes du tissu.

Le développement du contract et celui de l'exportation ont souvent permis à beaucoup d'entreprises de maintenir le

cap. Toutefois, les difficultés conjoncturelles récentes, qui se font planétaires, fragilisent encore un peu plus le secteur. Jean-Mathieu Prévot, sans se dissimuler les difficultés du contexte actuel et le pessimisme ambiant dans la profession, se montre néanmoins positif. «L'année 2010, pour nous, n'a pas été mauvaise et les neuf premiers mois de 2011 se sont bien tenus (sauf juin, exécration), précise-t-il. Nous réagissons en injectant davantage de créativité dans nos produits et en augmentant notre présence sur le terrain. C'est ce à quoi je crois le plus, bien davantage qu'aux Salons professionnels (beaucoup trop chers) ou aux opérations groupées du type Paris Déco Off.»

Casal dispose, d'après son dirigeant, d'un fichier de quelque 6.500 clients (dont 4.000 actifs) et réalise 30% de son chiffre d'affaires à l'exportation (Europe proche, surtout la Suisse). Son site web, qui gagnerait à être plus abouti, est accessible aux clients enregistrés, à qui un mot de passe est fourni. «Ils peuvent ainsi savoir où en est leur commande et consulter le stock», fait remarquer le dirigeant, qui n'exclut pas d'autres acquisitions à venir, toujours en fonction des opportunités. Et de ses moyens financiers.

M.V. ●



Pour attirer un maximum de visiteurs dans ses Salons

Paris Capitale de la Création fait campagne en Asie

PARIS, Capitale de la Création redouble d'efforts pour attirer un maximum d'acheteurs en 2012. Fédérant des Salons de mode et d'équipement de la maison (dont les dates, pour leurs secondes sessions respectives, seront pour la première fois nettement séparées), l'association, présidée par Etienne Cochet, directeur général de la *Safi* et organisateur de *Maison & Objet*, tient des conférences de presse dès la fin octobre dans deux grandes villes d'Asie (Tokyo et Séoul) et pour la première fois dans deux grandes métropoles indiennes (New Delhi et Bombay). Les responsables des Salons mode et maison ont fait le déplacement ensemble afin de mieux convaincre les acheteurs de ces pays de venir à Paris à plusieurs reprises au cours de cette année clef. Une année où aura lieu pour la première fois (dès janvier 2012) le nouveau grand Salon unifié de mode *Who's Next-Prêt à porter Paris. Les Galeries Lafayette* (contributeur financier depuis des années de *Paris, Capitale de la Création*, aux côtés de la région Ile-de-France, de la *Safi* et des Salons de mode) étaient aussi du voyage.

«La moitié de la clientèle des Galeries Lafayette est étrangère», rappelle Etienne Cochet. Pour rendre hommage à leur hôte japonais, un concours de dessins d'enfants (intitulé «Dessine-moi le Japon») a aussi été organisé à cette occasion. En début d'année prochaine, *Maison & Objet* (du 20 au 24 janvier 2012 à Villepinte) proposera à nouveau une très grande offre de décoration généraliste. Elle sera enrichie par *Meuble Paris* (qui retrouve ses dates initiales), prévu dans le hall 5/B avec une soixantaine d'exposants incluant de nombreuses marques de literie (à l'exception du groupe *Cauval*, qui tiendra son propre workshop). La section «Editeurs» sera aussi bien présente malgré la concurrence que lui fait, intra-muros, la jeune manifestation *Paris Déco Off*, dont ce sera la troisième édition (du 19 au 23 janvier).

De son côté, *Scènes d'Intérieur*, section très élitiste de *Maison & Objet*, devrait s'enrichir de plusieurs nouveaux venus (ou revenants) issus de la mode, proposant

un concept global de décoration haut de gamme. En septembre 2012, pour mieux supporter la franche séparation de dates avec les Salons de mode (organisés neuf semaines plus tôt), le Salon de décoration renouvellera son «binôme» lancé cette année : *Maison & Objet* à Villepinte (prévu du 7 au 11 septembre) et *Paris Design Week*, au cœur de la ville (du 10 au 16 septembre). Cette nouvelle manifestation parisienne à double cible (grand public et professionnels) avait attiré en septembre dernier (pour sa première édition, préparée en seulement deux mois) 60.000 visiteurs. Un bon score (compte tenu du contexte) pour Etienne Cochet, qui veut cette fois lui donner «*beaucoup plus d'ampleur*» : des événements jusqu'ici inclus dans *Maison & Objet*, comme «*le Paris des Chefs (food & design)*», associant des grands cuisiniers et des designers, pourraient notamment être «rapatriés» dans *Paris Design Week*. «*Nous aurons aussi, cette fois, en sus des Journées du Patrimoine, la proximité de la Biennale des antiquaires (du 14 au 23 septembre), qui avait attiré 65.000 visiteurs en 2010 au Grand Palais*», souligne Etienne Cochet, soucieux d'étendre autant son territoire que son audience pour cette deuxième édition de *Paris Design Week*.

Enfin, le responsable de *Maison & Objet* peaufine pour 2013 des projets d'envergure pour son Salon star : l'événement pourrait à nouveau sortir de ses frontières. Après un test à Moscou en octobre 2010 (sous la bannière de «*L'art de vivre à la française*», avec l'appui d'*UbiFrance*) qui n'a pas été reconduit cette année et ne le sera pas non plus en 2012, la *Safi* envisage de s'implanter d'ici à deux ans plutôt «*sur de grands marchés comme le continent américain (nord et sud) et l'Asie*». Via des manifestations d'art de vivre ouvertes «*à la fois à des exposants français désireux d'exposer dans ces pays et à des sociétés de décoration locales qui ne viennent pas (encore) exposer à Paris*». Autant de nouveaux relais de croissance potentiels sur un marché de la décoration qui n'échappe pas à la mondialisation.

MARTINE VALMONT ●



LE MARCHÉ DE LA DÉCO

JAB POUSSE SES PIONS EN FRANCE

L'éditeur de tissus d'ameublement se dote de nouveaux locaux et enrichit son offre, avec des stores.

JAB FRANCE lance une nouvelle offensive pour contrer la crise qui frappe son secteur. Filiale du puissant groupe allemand *Jab*, cet éditeur bien connu de tissus d'ameublement haut de gamme va déménager d'ici à la fin de l'année et s'installer sur 400 m² rue du Mail (un quartier stratégique pour l'édition). Y prendront place ses bureaux et son show-room parisiens, jusque-là situés boulevard Haussmann. Rue du Mail, *Jab France* va récupérer une partie des locaux de l'éditeur français *Sat* (racheté récemment, au même titre que d'autres marques, par le discret éditeur *Casal*).

«*Nous inaugurerons officiellement ces nouveaux locaux le 21 janvier 2012, lors de la prochaine édition de Paris Déco Off*», annonce Christophe Bringuier, le directeur général de *Jab France*. Ravi d'avoir cette fois «*pignon sur rue*». «*Nous étions un peu isolés boulevard Haussmann, dans de beaux locaux mais situés en étage. Cette fois, nous sommes plus visibles, au cœur*

d'un des deux quartiers "forts" de Paris Déco Off, dans une rue très fréquentée, toute l'année, par les professionnels. Nous pourrions aussi présenter et vendre notre mobilier à côté de nos collections textiles», souligne-t-il.

A tous ces avantages, *Jab France* va aussi ajouter le double atout d'une offre récemment enrichie et d'une équipe étoffée : le jeune département «*Stores*» de *Jab France*, depuis le 1^{er} septembre, a un responsable, Eric Van Velsen (jusqu'ici directeur d'une petite société familiale de décoration lancée il y a cinq ans, *Pure & Passion*, qui sera désormais dirigée par sa femme). C'est une création de poste. Il animera chez *Jab France* une équipe (en cours de recrutement) de quatre agents commerciaux dédiés à cette activité. «*Il était important de créer une structure distincte pour les stores, car nous nous sommes aperçus qu'il y avait deux mondes, celui de la déco et celui des storistes*», explique Christophe Bringuier.

Shops-in-shop

La collection de stores et de parois japonaises de *Jab*, proposée sur mesure, avec des tissus et des mécanismes très étudiés, comprend notamment des stores bateau très esthétiques (sans cordon) depuis 2010 («une très bonne vente») mais aussi, depuis cette année, une ligne de stores plissés (*Skyline*). Et elle s'enrichira en 2012 de nouveaux stores enrouleurs, qui seront baptisés *Méridiane*. On pourra les découvrir à l'occasion de *Paris Déco Off* (20-24 janvier 2012). Les produits sont tous fabriqués en Allemagne, au siège du groupe *Jab*, «où nous disposons notamment de la plus grande table d'Europe pour la découpe des parois japonaises (verre et ultrasons)». Ce jeune département de stores, qui approvisionne déjà 200 clients en France, ambitionne de doubler son fichier.

Jab France, dont le chiffre d'affaires en 2010 a frôlé les 7 millions d'€, espère faire mieux cette année : «Nous sommes en légère progression au cours des neuf premiers mois de 2011», signale Christophe Bringuier. Employant 23 personnes en France et disposant d'un fichier de quelque 3.000 clients (boutiques, tapissiers ou décorateurs), il a aussi le projet (bien avancé) d'ouvrir des points de vente en partenariat. Notamment via un système souple de shops-in-shop proposé à des boutiques multimarques. Un ambitieux chantier qui devrait trouver ses premières concrétisations dès la fin de cette année à Paris mais aussi dans d'autres régions de France.

La maison mère a montré l'exemple : «Le groupe *Jab* dispose déjà à ce jour de 350 points de vente en partenariat dans le monde», rappelle Christophe Bringuier. C'est un nouveau relais de croissance mais

TISSUS D'AMEUBLEMENT

JAB FRANCE.

L'éditeur inaugurera ses nouveaux locaux parisiens rue du Mail, avec un show-room et des bureaux, lors du prochain Paris Déco Off, en janvier.



aussi une bonne vitrine pour l'éditeur, qui dispose d'une large collection : des tissus d'ameublement sous différentes marques (*Jab*, *Soleil Bleu par Welmann*, *Chivasso* et *Carlucci*) mais aussi du mobilier, des stores, des tapis ou des moquettes. Et peut-être bientôt quelques produits finis (principalement des coussins, des plaids, des

sacs), un projet actuellement à l'étude. *Jab* a par ailleurs trouvé en début d'année un distributeur en France, la société *Subdeco*, pour sa marque *Gardisette* (tissus et voilages en grande largeur à prix plus accessibles que ceux de *Jab*), qu'il prévoit d'enrichir à la fin de ce mois-ci avec des tapis et moquettes.

MARTINE VALMONT ●

Domotex exporte son Salon en Russie

Le Salon de revêtements de sols allemand crée une édition à Moscou.

DOMOTEX va lancer l'an prochain une édition moscovite baptisée *Domotex Russia* (26-28 septembre 2012). Le grand Salon de revêtements de sols de Hanovre, après avoir lancé successivement des Salons à Shanghai puis à Dubaï au cours de la dernière décennie, prévoit pour ce premier Salon russe de s'accoler au petit Salon de textile de maison *Heimtextil-Russia*, lancé en 1999 (256 exposants, 14.200 visiteurs en 2011), organisé aux mêmes dates au centre d'exposition *Crocus*.

«Il y a un vrai potentiel sur le marché russe pour les revêtements de sols, tout particulièrement pour les sols textiles (mo-

quettes, tapis)», estime Stefan Handwerk, directeur de projet à la foire de Hanovre. Il compte rassembler «environ 250 exposants» et espère attirer «au moins 10.000 visiteurs» pour cette première édition annuelle. Pour sa part, l'édition de Hanovre devrait réunir 1.400 exposants l'an prochain. Celle de Shanghai, environ un millier (27-29 mars 2012), accolée au Salon chinois *Chinafloors*. Quelque 150 exposants seulement participeront à *Domotex Middle East*, organisé depuis 2006 en septembre à Dubaï, «un Salon qui ne donne pas tout à fait les résultats espérés et qui pourrait déménager ultérieurement dans un pays voisin», confie l'organisateur. Un

autre projet est également à l'étude en Amérique du Sud.

Spécialiste incontesté du revêtement de sol dans l'univers des Salons internationaux, *Domotex*, qui rassemble depuis plus de vingt ans des spécialistes des sols textiles (les deux tiers de ses effectifs) mais aussi des sols durs (parquet, laminés, vinyle, céramique), a rassemblé lors de sa dernière édition, en janvier 2011, 1.400 exposants, dont 80% d'étrangers, et a attiré 37.900 visiteurs professionnels (dont 63% d'étrangers), un score en baisse de 5%, dans un contexte économique plus difficile.

M.V. ●



DOMOTEX. Organisé à proximité de Heimtextil-Russia, le Salon espère pour sa première session russe en septembre 2012 réunir 250 exposants et accueillir 10.000 visiteurs. *Domotex*

Journal du Textile

Janvier

N°2109 • 5 JANVIER

SPÉCIAL HOMME (I)

TENDANCES CITYWEAR AUTOMNE-HIVER 2012-13

Avant-première du Salon Pitti Uomo (Florence, 10-13 Janvier)
Avant-première des défilés des créateurs de mode masculine de Milan (14-18 janvier)

TISSUS

Compte-rendu du Salon Denim by Première Vision

SPÉCIAL DECO

Les nouvelles tendances des textiles de maison

Avant-Première des Salons :

- ◆ Heimtextil (Francfort, 11-14 janvier)
- ◆ Maison & Objet (Paris Villepinte, 20-24 janvier)
- ◆ Domotex (Hanovre, 14-17 janvier)
- ◆ **Paris|Déco Off** (Paris, 19-23 janvier)
- ◆ Indigo, Paris Home (Paris, 19-20 janvier)
- ◆ Tradexpo (Le Bourget, 13-17 janvier)
- ◆ Intirio (Gand, 29 janvier-1er février)

BAROMÈTRE DU MARCHÉ : VÊTEMENT FÉMININ

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES : 19/12/2011

N°2110 • 10 JANVIER

SPÉCIAL HOMME (II)

TENDANCES CASUAL - JEANSWEAR - SPORTSWEAR AUTOMNE-HIVER 2012-13

Avant-Première des Salons :

- ◆ Mr Brown (Who's Next) (Paris, 21-24 janvier)
- ◆ Tranof Homme (Paris, 20-22 janvier)

Avant-première des défilés des créateurs de mode masculine de Paris (Paris, 18-22 janvier)

TENDANCES MODES JEUNES - URBANWEAR

Avant-Première des Salons :

- ◆ Bread & Butter (Berlin, 18-20 janvier)
- ◆ The Brandery (Barcelone, 27-29 janvier)

Modes Sport

Avant-première du Salon Bright (Berlin, 19-21 janvier)
Sport de glisse, surfwear, etc.

Mode Féminine

- ◆ Berlin Fashion Week (Berlin, 18-20 janvier)
- ◆ Premium (Berlin, 18-20 janvier)
- ◆ The Gallery Berlin (18-20 janvier)

Mode Enfantine

Avant-Première des Salons :

- ◆ Pitti Bimbo (Florence, 19-21 janvier)
- ◆ Playtime (Paris, 26-30 janvier)

Tissus d'habillement

Avant-Première du Salon Tissu Premier (Lille, 18-19 janvier)

BAROMÈTRE DU MARCHÉ : VÊTEMENT MASCULIN

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES : 2/01/2012

N°2111 • 17 JANVIER

SPÉCIAL FEMME

TENDANCES DE L'HIVER 2012-13

Avant-Première des Salons :

- ◆ Who's Next-Prêt à porter (Paris, 21-24 janvier)
- ◆ The Gallery Düsseldorf (Düsseldorf, 4-6 février)
- ◆ Défilés de haute couture printemps-été 2012 (Paris, 23-26 janvier)

LES NOUVEAUX ACCESSOIRES

Avant-Première des Salons :

- ◆ Première Classe, Le Cube (Paris, 21-24 janvier)
- ◆ Mess Around (Paris, 22-24 janvier)
- ◆ Bijorhca-Eclat de Mode (Paris, 20-23 janvier)

SPÉCIAL LINGERIE

Tendances de l'hiver 2012-13

Avant-Première des Salons :

- ◆ Salon International de la Lingerie (Paris, 21-23 janvier)
- ◆ Interfilière (Paris, 21-23 janvier)

Les nouveaux fils

Avant-Première de Pitti Filati (Florence, 25-27 janvier)

BAROMÈTRE DU MARCHÉ : VÊTEMENT D'ENFANT

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES : 9/01/2012

N°2112 • 24 JANVIER

SPÉCIAL MODES SPORT

Tendances de l'hiver 2012-13

Avant-Première du Salon Ispo (Munich, 29 janvier-1er février)

Avant-première du Salon Munich Fabric Start (Munich, 31 janvier-2 février)

BAROMÈTRE DU MARCHÉ : TEXTILES DE MAISON

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES : 13/01/2012

N°2113 • 31 JANVIER

Compte-rendu du Salon Pitti Uomo et des défilés des créateurs de mode masculine de Milan
Avant-première du Salon Milano Unica (Milan, 7-9 février)
Avant-première des défilés de New-York (9-16 février)

SPÉCIAL DÉCO

Compte-rendu du Salon Heimtextil de Francfort
Avant-première du Salon Immagine Italia et Co (Florence, 3-5 février)

BAROMÈTRE DU MARCHÉ : VÊTEMENT FÉMININ

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES : 20/01/2012

PARIS

CAPITALE

{ DÉCO }



Les décorateurs parisiens font leur cinéma

Pour la troisième année consécutive, le parcours Paris Déco Off investit la capitale du 19 au 23 janvier. A cette occasion, soixante-cinq maisons de haute décoration ouvrent les portes de leurs show-rooms redécouverts sur le thème du cinéma et vous invitent à découvrir de merveilleux savoir-faire pour illuminer votre intérieur.

La mode du design, des matériaux plastiques et des meubles éphémères n'a pas éclipsé, loin s'en faut, la grande tradition parisienne des créateurs et éditeurs de tissus d'ameublement. C'est ce que nous prouve avec brio cet événement qui fait désormais partie du calendrier des amateurs et pro-

fessionnels de la décoration. Alors qu'au même moment se déroule le gigantesque salon Maison&Objet drainant un public international de prescripteurs à la recherche de nouvelles tendances, il était plus que judicieux de mettre en lumière une carte maîtresse de la capitale : son passé et son présent très fortement ancrés dans la grande tradition décorative.

Parmi la soixantaine d'adresses ouvrant leurs portes à cette occasion, on trouve le créateur de papiers peints à la main de Gourmay (1), la maison Karin Sajo spécialisée dans la déco et les tissus (2), et Osborne & Little, autre grand nom des papiers peints et tissus (3).



Plongée au cœur des savoir-faire

De fait, la manifestation est une belle occasion de découvrir des savoir-faire extraordinaires, de comprendre comment un tissu prend forme, depuis son dessin jusqu'à son utilisation en passant bien sûr par sa fabrication souvent complexe. Chacune des maisons participantes, dont certaines reconnues mondialement (Lelièvre, Tassinari & Chatel, Pierre Frey, Houès, Declercq, Rubelli, Manuel Canovas, etc.), a ainsi à cœur de montrer la variété de ses motifs, de ses



matières, et son style très particulier. D'autres métiers sont à l'honneur comme celui de passementier (fabricant de cordons, embrasses et dentelles) tel Declercq (15, rue Etienne-Marcel, 1^{er}), de fabricant de papiers peints réalisés à la main comme de Gournay (27, rue des Saints-Pères, 6^e) ou encore d'ensemblier en bois ancien (parquets, boiseries, moulures) avec notamment The Wood Alchemist (42 bis, rue de Bourgogne, 7^e). Ce dernier fait partie d'un des deux parcours rive gauche de Paris Déco Off, celui situé autour de l'Assemblée nationale, tandis que l'autre vous entraîne dans les plus beaux show-rooms de Saint-Germain-des-Prés. Rive droite, les quartiers de la place des Victoires et de la Bastille vous réservent aussi de belles surprises.

Durant cinq jours, vous aurez ainsi tout loisir de vous concocter vos propres circuits grâce à un système de bus et de navettes gratuits qui vous emmèneront là où vous voulez. Les noctambules pourront profiter des

deux nocturnes prévues le samedi 21 janvier rive droite et le dimanche 22 rive gauche, histoire de goûter en plus à la magie des rues de Paris la nuit venue. Et le spectacle risque d'être riche puisque le thème retenu cette année pour la décoration des vitrines est celui du cinéma. Un fil rouge festif qui se déclinera aussi à l'intérieur des show-rooms et qui souligne le rôle capital des décorateurs dans le 7^e art.

Alors, histoire d'oublier un peu le contexte économique morose et l'actualité déprimante, pensez à ce parcours fait de rêve et de poésie en plein Paris. Vous ferez en plus une moisson d'idées précieuses pour illuminer votre propre intérieur. ■ J.-M. D.

Si Paris Déco Off regroupe de grands noms de la décoration comme Rubelli (5), le parcours met également en avant des maisons moins connues mais au savoir-faire tout aussi prestigieux comme les tissus Christian Fischbacher (4) et Harlequin (7) ou les parquets et boiseries signés The Wood Alchemist (6).

Paris Déco Off

Du 19 au 23 janvier. Quartiers place des Victoires, Bastille, Assemblée nationale et Saint-Germain-des-Prés. www.parisdeco-off.com

FEMMES D'INFLUENCE



FLORENCE BAUDOUX

Qui est-elle ? Architecte d'intérieur. **Bio express.** Elle a grandi à Paris, a été petit rat de l'Opéra avant de se diriger vers l'architecture. N'a pas envie de s'attarder sur ses études (brillantes, soit dit en passant), « À quoi bon ? C'est loin, ne parlons pas de cela. » Elle crée son agence, Luma, en 1987. Elle « papillonne de la direction artistique à l'architecture d'intérieur » et ce spectre suffisamment large lui permet de ne jamais s'ennuyer. **Actu.** Elle conçoit les nouvelles boutiques Descamps ainsi que le showroom Jab, rue du Mail à Paris. Directrice artistique de Laurent Perrier. **Signe particulier.** Passionnée, entière, elle a gardé de ses années de danse une rigueur exceptionnelle. Très difficile pour elle de sortir d'un projet lorsqu'il se termine. Agence Luma, 54, rue Madame, 75006 Paris. Tél. : 01 45 49 37 12

SIGOLÈNE PRÉBOIS ET CATHERINE LÉVY

Qui sont-elles ? Plus connues sous le nom de Tsé & Tsé Associées, elles sont designers, décoratrices et scénographe diplômées de l'ENSCI. **Bio express.** En 1991, la création du « Vase d'Avril », constitué de 21 tubes de verre articulés, inaugure une série de succès : en 1994, la lampe « Cornette », plus tard la guirlande « Cubiste » faite de petits lampions multicolores, la vaisselle « Affamée » et « Assoiffée » ou, plus récemment, la banquette en vinyle « Macaron ». **Actu.** Elles viennent d'ouvrir leur première boutique au 7, rue Saint-Roch à Paris, et de décorer l'intérieur du cinéma Le Saint-Germain-des-Prés, toujours à Paris. **Signe particulier.** Leur univers joyeux, coloré, fait de « décalages agiles » et de « petits pas de côté ». www.tse-tse.com



DOMINIQUE PICQUIER

Qui est-elle ? Styliste, créatrice de tissus. **Bio express.**

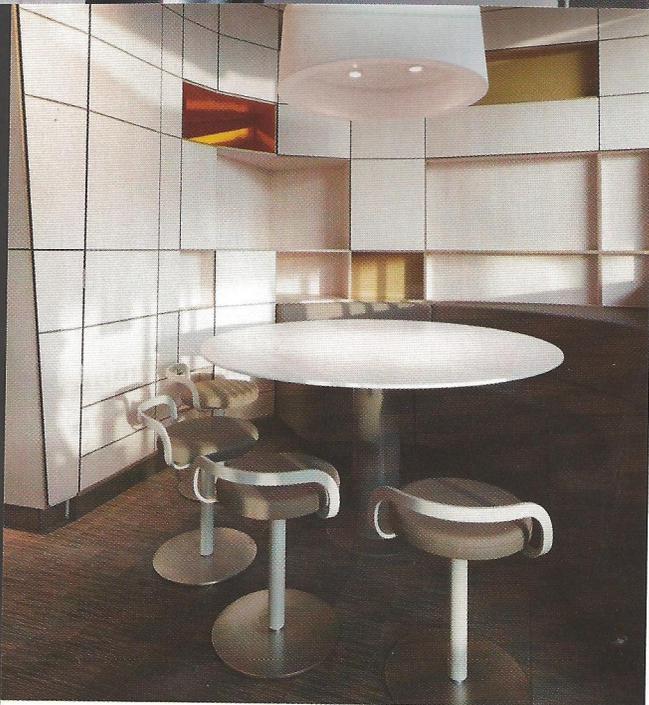
Née à Madagascar, elle étudie les arts textiles et graphiques à l'École nationale des arts décoratifs. À ses débuts, fait pas mal de graphisme, notamment des petits films de 1 minute pour Canal+. Elle lance sa maison d'édition en 1995, « en douceur », puis sa boutique dans le Marais à Paris, en 1997. **Actu.** Elle s'est associée avec Tristan Marseille, qui développe beaucoup la marque : « À deux, nous sommes plus forts. » Elle a aujourd'hui des agents partout dans le monde. Participera à Paris Déco Off en janvier 2012. **Signe particulier.** De tous les tissus, elle a un faible pour le velours : « Doux, beau, soyeux, confortable. Un velours de soie, c'est merveilleux ! » www.dominiquepicquier.com



MAISON FRANÇAISE

www.cotemaison.fr

*De Bordeaux à Versailles,
des fast-foods aux showrooms
germanoprätins, on change
de décor.* PAR JÉRÔME AUMONT ET CÉCILE PIVOT

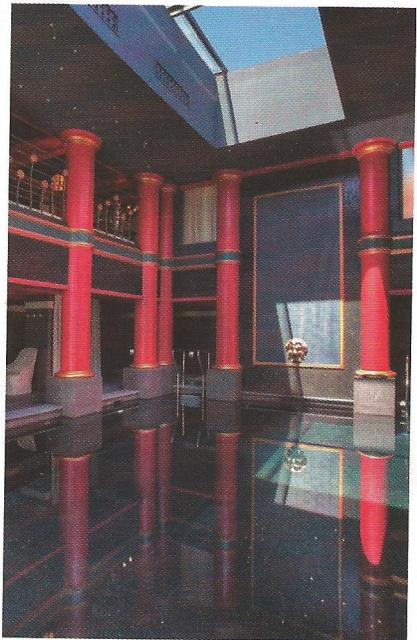


PATRICK NORGUET RELOOKE McDO

Double actualité pour Patrick Norguet qui, outre une rétrospective chez Silvera Université (du 20 au 30 janvier), accompagne le repositionnement stratégique du spécialiste du hamburger. Ce dernier souhaitant retourner à ses fondamentaux – la famille –, le designer a imaginé une relecture du « diner » américain agrémentée d'une élégante métaphore végétale : un meuble racine en contreplaqué de bouleau qui structure l'espace et les différentes aires (alcôves pour amoureux, tablées familiales, mange-debout pour célibataires pressés). La palette des matériaux est courte et efficace (béton, contreplaqué, tôle), la couleur présente, mais discrète. Après une période de test près de Toulouse, six autres restaurants sont en cours de réalisation, avant la refonte de tous les établissements. WWW.PATRICKNORGUET.COM

JACQUES GARCIA AU COMBLE DU NUXE

Le Grand Hôtel de Bordeaux s'offre un spa Nuxe sur trois étages. L'univers voluptueux des bains a été retranscrit avec magnificence par le décorateur Jacques Garcia, qui a su jouer avec habileté et force de détails d'un rouge élégant et d'un gris profond, et marier le fer forgé au bois, le cuir à la mosaïque et aux pierres marbrières. Une escale magique et luxueuse avec piscine, hammam, sauna, cabines de soins humides et



classiques, espace fitness et salon de thé. Pour finir, rendez-vous au dernier étage, sur la terrasse jacuzzi-bar avec sa tente romaine et la vue sur l'opéra et la ville. Pas besoin de partir au bout du monde pour vivre un grand moment de sérénité. WWW.GHBORDEAUX.COM/FR



LES SHOWROOMS FONT LEUR SHOW

Troisième session pour Paris Déco... Off, le rendez-vous parisien des éditeurs et boutiques de déco haut de gamme. Initié par une dizaine de grandes maisons (Lelièvre, Rubelli, Declercq...) pour inciter le public à pousser les portes des showrooms « de luxe », il réunira 65 participants en marge de Maison & Objet (à Villepinte du 20 au 24 janvier). L'occasion de découvrir toutes les nouveautés en matière de tissus, luminaires, papiers peints...

DU 19 AU 23 JANVIER PROCHAIN. [HTTP://PARIS-DECO-OFF.COM](http://PARIS-DECO-OFF.COM)

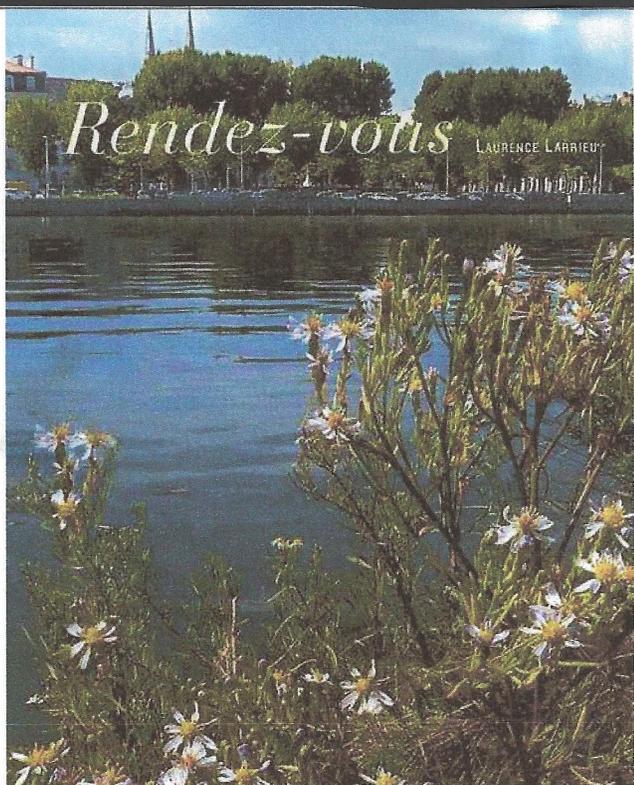


LE RETOUR DES YÉYÉS À PARLY 2

En 1969 ouvrait, à deux pas du centre de Versailles, Parly 2, le premier centre commercial français. Imaginé par l'architecte Charles Balik, l'endroit accueillait alors des enseignes telles que Lenôtre ou le Drugstore Publicis. 40 ans plus tard, l'agence Saguez & Partners en repense toute la scénographie : clin d'œil à Paco Rabanne, mobilier de maîtres (Saarinen, Jacobsen, Eames), œuvres de Matteo Messervy, Mathias, Andrea Klarin et Frédéric Sanchez. À voir pour le plaisir des yeux... Et, bien sûr, pour y faire quelques emplettes. WWW.PARLY-2.COM

EN BREF LA PIÈCE DES BAINS DE L'APPELÉMENT PRIVÉ DE MARIE-ANTOINETTE VIENT D'ÊTRE ENTIÈREMENT RESTAURÉE ET REMEUBLÉE GRÂCE AUX AMIS DE VERSAILLES. ON REMARQUERA PLUS PARTICULIÈREMENT LES BOISERIES TOUT EN DÉLICATESSE DE RICHARD MIQUE, PREMIER ARCHITECTE DU ROI LOUIS XVI

MON JARDIN & ma maison



ALSACE

Husseren-Wesserling (68) : « Alliage, costumes d'art en métal, tissu et Plexiglas », Spectacle inédit, d'un genre nouveau, fruit d'une collaboration entre plusieurs artistes alliant théâtre, musique, vidéo, sculptures et costumes. Au Musée Textile du parc de Wesserling. (Jusqu'au 13 mai).

Mulhouse (68) : « Il était une fois... l'enfant dans le tissu imprimé de 1750 à nos jours », avec la collaboration de Jean-Charles de Castelbajac. Musée de l'impression sur tissu, 14, rue J.-J.-Henner. (Jusqu'au 14 octobre 2012).

AQUITAINE

Bordeaux (33) : Exposition « Napoléon III et Eugénie reçoivent à Fontainebleau, l'art de vivre sous le Second Empire ». Au musée des Arts décoratifs, 39, rue Bouffard. Tél. 05 56 10 14 00. (Jusqu'au 5 mars 2012).

AUVERGNE

Riom (63) : Exposition « Icare encore », morceaux choisis de l'œuvre polymorphe d'Hélène Mugot, artiste de la lumière. Musée Mandet, 14, rue de l'Hôtel-de-Ville. Tél. 04 73 38 18 53. (Jusqu'au 22 janvier).

ILE-DE-FRANCE

Jouy-en-Josas (78) : « Parties

de campagne, jardins et champs dans la toile imprimée, aux XVIII^e et XIX^e siècles » au château de l'Églantine, 54, rue Charles-de-Gaulle. Tél. 01 39 56 48 64. (Jusqu'au 3 janvier.)

L'Isle-Adam (95) : « Ce que l'œil ne voit pas », gravures et dessins de Christine Bouvier. Exposition au musée d'art et d'histoire Louis-Senlecq, 31, Grande-Rue. Tél. 01 34 69 45 44. (Jusqu'au 26 février).

LIMOUSIN

Ahun (23) : Exposition « La hotte du Père Noël », à l'office de tourisme. (Jusqu'au 6 janvier.)

Brive-la-Gaillarde (19) : Foire des rois, dégustation d'une tarte géante.

Tél. 05 55 18 16 46. (7 janvier.)
Saint-Léonard-de-Noblat (87) : Marché de Noël des producteurs de pays, dans le centre-ville. (22 décembre.)

LORRAINE

Epinal (88) : Salon Planète-Energy, le salon des énergies d'avenir, en présence de 150 exposants. Cette 5^e édition approfondit le thème de la rénovation performante. Au centre des congrès d'Epinal. (Du 27 au 30 janvier.)

Sarreguemines (57) : Exposition « Art Déco, la céramique de Lorraine, 1919-1939 ». Au Jardin d'hiver, Musée de

Bayonne et la biodiversité

Avec l'exposition *Entre Ville et nature*, Bayonne verte et bleue, la ville basque propose un regard croisé sur son patrimoine historique, ses espaces verts et la biodiversité. À la Maison des Barthes, place d'Ansot jusqu'au 31 janvier.

Et pour parfaire la découverte, deux parcours en ville et une conférence sont proposés en janvier : « un espace vert urbain, les jardins de Caradoc » le mardi 10 janvier (14 h-16 h), et « nature et paysage urbain, l'ensemble Breuer » le jeudi 19 janvier (14 h-16 h) ; enfin, la conférence « Agricultures et jardinages en ville » par Pierre Donadieu, le mercredi 25 janvier (18 h 30) à la Maison des associations.

la faïence, 15-17, rue Poincaré. Tél. 03 87 98 93 50. (Jusqu'au 29 janvier.)

MIDI-PYRÉNÉES

Puydarrieux (65) : Les Hivernales 2012, festival nature et environnement. Le rendez-vous des amoureux de la nature, des professionnels de l'environnement, des naturalistes et des enfants, à La Maison de la nature de Puydarrieux. Conférences, ciné nature, sorties de terrain, ateliers pour les plus jeunes... Tél. 05 62 33 61 66. (Du 25 au 29 janvier.)

NORD-PAS-DE-CALAIS

Lille (59) : « Boilly », rétrospective de l'œuvre de ce peintre, dessinateur et lithographe du XVIII^e siècle. Palais des Beaux-arts. (Jusqu'au 6 février.)

NORMANDIE

Avranches (50) : « Les tables de La Fontaine, illustrations d'hier et d'aujourd'hui », exposition au Scriptorium d'Avranches, musée des manuscrits du Mont Saint-Michel. Tél. 02 33 79 57 00. (Jusqu'au 31 décembre.)

PARIS

● **L'Hôtel de Marie** qui abrite l'Institut suédois est décoré de la cave aux combles avec des étoiles, des couronnes et des boucs en paille. Des objets éphémères traditionnels suédois

souvent fabriqués par des artisans ou en famille. « La Paille de Noël », 11, rue Payenne, Paris 3^e. Entrée libre (jusqu'au 8 janvier).

● **Conférence de Maurice Laurent**, pépiniériste spécialiste des viornes sur le thème : « Les Viburnum, des valeurs sûres aux obtentions nouvelles, comment les utiliser dans nos jardins ». Au Forum 104, 104, rue de Vaugirard, Paris 6^e (16 janvier à 17 heures).

● **« Paris DécoOff »**, un grand voyage dans Paris à travers les showrooms des éditeurs-créateurs de la décoration. Parcours et information sur le site Internet <www.parisdeco-off.com/>. (Du 19 au 23 janvier.)

● **Salon international des orchidées** organisé par la Fédération française des amateurs d'orchidées. Plus de quatre mille spécimens sont exposés. À la Fondation Eugène-Napoléon, 254, rue du Faubourg-Saint-Antoine, Paris 12^e. (les 20, 21 et 22 janvier).

● **« De la perle à la flamme »**, exposition consacrée aux perles de verre à l'Atelier, Viaduc des Arts, 55, av. Daumesnil, Paris 12^e. (Jusqu'au 28 janvier 2012.)

● **« Mascarades et carnavales »**, résonances entre Afrique subsaharienne et Caraïbes, au Musée Dapper, 35 bis, rue Paul-Valéry, Paris 16^e. (Jusqu'au 15 juillet 2012.)

● **« L'Espagne entre deux siècles, de Zuloaga à Picasso, 1890-1920 »**, exposition au musée de l'Orangerie, au jardin des Tuileries, Paris 1^{er}. (Jusqu'au 9 janvier.)

PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR

Bormes-les-Mimosas (83) : « Mimosalia », exposition-vente de plantes de collection, ornement, décoration de jardin. Le Jardin japonais sera à l'honneur de cette 16^e édition. Tél. 04 94 01 38 38. (28-29 janvier.)

