

Journal du Textile

Les tissus s'enivrent de couleurs

Les couleurs vives et la mode sont nées à jamais. Les designers ont passé leur inspiration dans une palette joyeuse et variée, allant du bleu à l'orange. Et ce, sans oublier les motifs traditionnels qui ont toujours été présents dans les vêtements. Page 20



La vague des dirigeants s'accélère

Face aux difficultés, les dirigeants cherchent de nouvelles idées. Ils ont inclus une nouvelle méthode en 2023. Page 10

Les soldes ne font plus recette

Malgré les nouvelles tentatives, les ventes n'ont pas gagné en volume et les bénéfices sont plus modestes. Page 5



L'homme de Paris prend ses aises

Avant il y a des vêtements, le vêtement est devenu une affaire plus simple. L'homme de Paris prend ses aises. Les designers ont inclus une nouvelle méthode en 2023. Page 10



Samuel & Sons pousse ses pions dans l'Hexagone

Le fabricant américain spécialiste de la passementerie de luxe vient d'ouvrir un bureau à Paris afin d'accélérer son développement.

Passementerie Samuel & Sons.
Plus que le terme de passementerie, l'entreprise préfère celui de «galon d'application», qui traduit son côté très qualitatif, au style contemporain.



SAMUEL & SONS veut conquérir la France. Le spécialiste américain de la passementerie de luxe vient d'implanter un bureau à Paris. L'ouverture officielle a été réalisée lors du récent *Paris Déco Off*, qui s'est déroulé du 16 au 20 janvier. «*Pour notre troisième participation à l'événement, nous avons loué rue de Seine un show-room de 150 m² afin d'y présenter en grand l'ensemble de nos collections*, indique Sandrine Giulivo, la responsable commerciale France. *Après plusieurs mois de test, c'était aussi l'occasion rêvée de présenter notre filiale française.*» Ce lancement s'inscrit dans la stratégie de développement du fabricant américain, déterminé à se déployer en Europe. Paris constitue pour lui une étape déterminante. Deux agents ont également été recrutés pour l'Allemagne. Quant au show-room londonien, ouvert il y a six ans, il vient de doubler sa surface.

Fondée par Sam Cohen dans les années 50, l'entreprise familiale est aujourd'hui dirigée par ses trois fils, Michael, Hymie et Joseph. Outre son show-room historique de New York, elle est implantée à Los Angeles et à Chicago.

«L'entreprise se distingue par son approche hautement qualitative et un style résolument contemporain, y compris quand il s'agit de revisiter de grands classiques. D'ailleurs, nous préférons au mot passementerie, quelque peu désuet, l'expression "galon d'application". Avec cette approche, nous nous positionnons sur un créneau différent de ceux exploités par

La marque vise la clientèle française des hôtels et celle du résidentiel de luxe.

nos concurrents français, tels que Houlès, Declercq ou Les Passementeries de l'Île-de-France.»

Samuel & Sons propose une dizaine de collections par an, toutes disponibles sur stock, un autre de ses atouts pour conquérir les marchés français et européen. Situé dans le New Jersey, le centre logistique a

récemment été agrandi pour répondre à l'ensemble des demandes dans les meilleurs délais, y compris quand il s'agit d'échantillonnages ou de séries sur mesure. Au total, son catalogue est riche de près de 15.000 références.

A l'occasion de *Paris Déco Off*, le passementier a lancé cinq nouvelles collections, toutes dessinées sous l'égide de Marisa Gutmacher, la directrice artistique. Deux d'entre elles ont été particulièrement remarquées. Déclinée dans une cinquantaine de références, la première s'inspire des couleurs naturelles, avec des lins, des cotons et des jutes agrémentés de broderies à la main réalisées en Thaïlande ou de franges en perles précieuses. La seconde évoque une nuit étoilée où scintillent les constellations. Les vingt-cinq motifs sont mis en valeur grâce à des fils métalliques tissés sur des fonds de matières mates reflétant la lumière.

Des dimensions originales

L'ensemble de la collection se différencie également par les dimensions originales de ses galons, de 3 jusqu'à 40 cm pour les modèles les plus contemporains. Sans oublier les pompons en soie ou les embrasses brodées. La marque aime aussi détourner de grands classiques puisés dans des archives du XVIII^e siècle, en les réinterprétant à travers des matériaux comme le bois, le métal ou le cuir, insérés au cœur de broderies sophistiquées.

S'il n'affiche pas d'objectifs précis, Samuel & Sons entend séduire la clientèle française des hôtels et du résidentiel de luxe avec des modèles originaux, choisis par les architectes d'intérieur les plus créatifs. «*Nous voulons devenir un acteur incontournable sur le marché français, comme Samuel & Sons l'est déjà aux Etats-Unis depuis de nombreuses décennies.*» Pour y parvenir, Sandrine Giulivo compte notamment sur le lancement prochain d'un site Internet en français et la participation aux Salons *Sourcing Déco*.

A.L. ●