

Journal du Textile

Numéro 1100 • 21 mars 2017 • hebdomadaire

www.journaldu-textile.com

INDUSTRIE

Lacoste tricote son avenir en bleu blanc rouge



Lacoste cultive son savoir-faire. En lançant sa propre ligne pour femme des 1000 euros, elle renouève ses références de confort, la marque au crocodile n'est plus qu'à Paris sur le Made in France. >>> page 14

LE COMMERCE

Les places de marché stimulent l'e-commerce

Les places de marché ont permis récemment un développement de la vente en ligne. Grâce à leur visibilité et aux services, elles offrent aux commerçants de nombreux avantages. >>> page 14

DESIGNATION

Citadium prend la clé des Champs



Avec l'arrivée de son 3^e magasin en juillet sur les Champs-Élysées, l'entreprise prend la clé de la plus belle avenue du monde. Lacoste (cote 2000 euros) International >>> page 14

Conquérante, sûre d'elle et voyageuse, la femme idéale des créateurs parisiens tourne la page romantique pour l'automne-hiver 2017-18. À une allure forcément féminine, elle ajoute des touches androgynes, oversized et confortables qui lui permettent d'aller toujours plus haut, plus loin et plus fort. >>> page 24

PARIS

donne tout le pouvoir aux femmes

Utd va implanter son show-room à Domus

Un magasin "Show-Room Déco" s'installera dans le centre commercial francilien en juin.

UTD installe un show-room dans le centre commercial Domus de Rosny-sous-Bois. Inauguré en juin prochain, l'espace de 1.000 m², baptisé Show-Room Déco, devrait accueillir une cinquantaine de marques spécialistes de la décoration intérieure de la maison. L'éditeur Jab a été un des premiers à signer pour cette nouvelle aventure. «D'autres vont suivre rapidement, relève Daniel Buguet, le dirigeant d'Utd. Notre premier show-room de Lyon-Saint-Priest accueille notamment les collections Pierre Frey, Casamance, Lelièvre, Romo, Linder ou Malleval. Il serait étonnant que ces marques ne nous rejoignent pas aussi à Paris.» Utd travaille depuis deux ans à ce projet avec les équipes d'Accessite, le gestionnaire du centre.

Le show-room multimarque a déjà fait ses preuves à Lyon, où il a été lancé, il y a sept ans, sur une surface de 2.500 m². Il accueille une sélection de marques et de fournisseurs dédiés à la décoration de la maison, avec du textile, des revêtements de sol, des luminaires et du mobilier, sans oublier de la literie, des couettes et du linge de lit. «Ce concept est inédit et séduit les professionnels comme les particuliers, qui trouvent dans un même lieu tous les fournisseurs dont ils ont besoin pour mener à bien leurs projets.»

À Domus, Show-Room Déco mettra en scène les marques dans des espaces de 9 m² minimum. Des cellules de travail et de réunion ont également été prévues pour l'élaboration des projets. «Nous allons organiser régulièrement des manifes-

tations afin d'animer le lieu. Des petits déjeuners avec des architectes, des opérations commerciales, des conférences sur des thèmes comme les nuisances sonores ou des séances de coaching déco.»

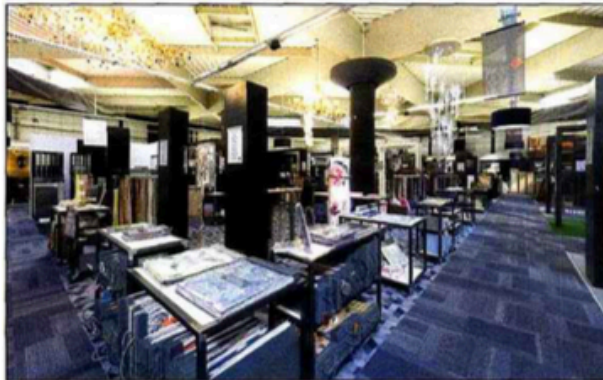
Fort de l'expérience acquise à Lyon, Daniel Buguet croit fermement à la synergie qui peut se développer entre les fournisseurs et générer ainsi un climat d'affaires porteur pour tous. «Bien sûr, il faut vouloir travailler ensemble. Mais les marques qui nous rejoignent ont compris cet esprit club. Elles nous confient leur propre cellule et ce sont des salariés d'Utd, des décorateurs d'intérieur et non des vendeurs, qui les exploitent en leur nom.»

À la tête de la centrale d'achats Utd, créée il y a cinquante ans, Daniel Buguet, par ailleurs président de la Chambre régionale de l'ameublement Rhône-Alpes, connaît parfaitement l'évolution des mé-

tiers liés à la décoration, distribution comprise. «Pour continuer de donner envie à nos clients, il faut inventer de nouveaux concepts de distribution, plus participatifs et plus pointus. Show-Room Déco devrait répondre à cette attente.»

Daniel Buguet dirige également la filiale Central Déco, l'activité historique de l'entreprise. Elle rassemble des enseignes comme Décorial (21 points de vente) ou Signes extérieurs (10 magasins), qui proposent une offre complète de décoration intérieure (tissus d'ameublement, papiers peints, peintures, revêtements de sol, linge de maison, tapis, canapés). Central Déco exploite aussi Home Concept Group, une filiale spécialisée dans le domaine de la literie (Literies & Co, Marchand de rêves, Bed & Co), à la tête d'une quarantaine de points de vente.

A.L. ●



Le "Show-Room Déco" de Lyon.

Sur une surface de 1 000 m², le futur Show-Room Déco de Domus accueillera une cinquantaine de marques spécialistes de la décoration intérieure de la maison, avec du textile, des revêtements de sol, des luminaires et du mobilier, ainsi que de la literie et du linge de lit.