

Journal du Textile

Numéro 2412 | 18 février 2019 | hebdomadaire

www.journaltextile.com



La fast fashion est-elle à bout de souffle ?

Elle veut dominer le globe en proposant, il y a deux décennies, un prix très bas et adapté à la mode. Les signes de la fast fashion se retrouvent partout. Confrontée à de nouvelles aspirations des consommateurs, elle doit se réinventer et trouver un modèle encore plus fort et encore plus fort...

Page 2



Gucci Gucci tire Kering vers les sommets

Grâce à un marque redéfini, le groupe de luxe effectue des performances record historiques en 2018. Retour sur les succès, les défis et les perspectives de l'entreprise.



Levi's Levi's fait son come-back à Wall Street

À l'approche du plus haut niveau de son histoire, l'entreprise de denim américain se tourne vers le futur et l'international.



Naf Naf part à la conquête de la Chine

Sous le feu de la concurrence, l'entreprise de prêt-à-porter italien lance plus de 100 magasins dans l'empire du milieu. En parallèle, elle modernise et renforce son plan en France et ailleurs.



LE MARCHÉ DE LA DÉCO

Paris Déco Off a célébré la fin du minimalisme

Le rendez-vous parisien a mis en avant le retour de la couleur dans la décoration.



**Animation dans un
showroom participant
à Paris Déco Off.**

Pour sa dixième édition,
le rendez-vous des éditeurs
parisiens a attiré les foules.
Au total, 42.000 visiteurs
sont venus, contre 38.000
l'an dernier. Lionel Roy

PARIS DÉCO OFF a fait les choses en grand pour son dixième anniversaire. Le rendez-vous parisien, qui s'est déroulé du 17 au 21 janvier, a de nouveau illuminé les rues avec ses célèbres lanternes décorées avec les tissus des éditeurs. Des pièces de mobilier surdimensionnées se sont installées sur plusieurs places et des panneaux en trompe l'œil ont balisé les parcours rive gauche et rive droite. Au total, 42.000 visiteurs ont participé à l'événement organisé par Carole Locatelli et Hugues Charuit, contre 38.000 l'an dernier. 118 maisons étaient représentées, à travers 98 showrooms et plus de 900 nouvelles collections.

La conférence organisée à l'hôtel de l'Industrie, qui a réuni Olivier Saguez, Patrick Frey, la journaliste Anne Desnos-Bré et le conférencier Philippe Blot-Lefevre, a mis en lumière le retour de la couleur et la fin du minimalisme en décoration. Le Concours des étudiants des écoles *Esad*, Ecole bleue, Ecole Boule, Conte et Estienne, sur le thème «*Dessine-moi un papier peint ou un tissu*», a rencontré un franc succès et a fait l'objet de cinq prix. Quant au Concours des vitrines, le jury de professionnels, présidé par l'architecte d'intérieur Fabrice Bana, a couronné la maison *Lelièvre* rive droite et *Glant & Colony* rive gauche.

Les professionnels n'ont pas boudé leur plaisir. «*Cette dixième édition a battu tous les records*, indique d'emblée Patrick Frey, le dirigeant de *Pierre Frey*. *Nous avons accueilli de très nombreux visiteurs, venus des quatre coins de la planète. Paris Déco Off s'impose définitivement comme la Mecque de la décoration dans le monde. L'événement nous donne la température de l'état du marché à un moment "t". Il est évident que les acheteurs étaient impatients de découvrir les nouveautés. Il convient maintenant de transformer l'essai en recueillant les commandes.*»

Pour Vincent Thevenon, de la maison

Thevenon, le cru 2019 a également été marqué par l'arrivée de nouveaux clients et prospects, en quête d'originalité et de qualité. «*Par rapport à l'an dernier, nous avons doublé le nombre de nouveaux clients. Les Américains étaient particulièrement nombreux, ainsi que les Asiatiques. Nous avons pris d'emblée des commandes fermes, ce qui reste assez rare, les acheteurs préférant, la plupart du temps, réfléchir avant de s'engager.*»

Effets de matière

Chez *Nobilis* aussi, l'enthousiasme était de la partie. «*Nous avons accueilli en moyenne 1.200 personnes par jour*, indique Eric Valéro, le directeur artistique. *C'est du jamais vu. En une décennie, Paris Déco Off s'est imposé comme l'équivalent pour les tissus du Salon de Milan pour le mobilier. Les acheteurs ont été en quête d'étonnement et ont été séduits par les collections les plus audacieuses.*» Les architectes ont préféré les effets de matière et les fibres naturelles, lin, coton et laine, alors que les boutiques ont privilégié les motifs glamour, inspirés cette année par la mode italienne. Pour l'occasion, l'éditeur avait entièrement refait son showroom, allant jusqu'à installer au premier étage le décor d'une boîte de nuit rétro. «*Les clients sont attirés par ce type de mise en scène. C'est pour nous un investissement notable, mais qui dure dans le temps, contrairement à un décor de Salon, détruit à la fin de l'événement. Cet aménagement, nous allons le garder toute l'année pour attirer encore d'autres acheteurs. Le bouche-à-oreille devrait bien fonctionner.*»

Quant à la maison italienne *Missoni*, elle a profité de l'événement pour inaugurer son showroom du boulevard Saint-Germain. «*Paris Déco Off est un formidable tremplin*, fait ainsi remarquer Patrice de Robillard, le dirigeant de la filiale française. *Depuis la fin de la manifestation, notre showroom a vu sa fréquentation grimper en flèche.*»

A.L. ●