

ACTUALITÉS

Résonances vise les petits espaces

Fin octobre, Résonances a ouvert un nouveau magasin de 250 m², au centre commercial Labège 2, au sud-est de Toulouse (Haute-Garonne). Désormais, l'enseigne souhaite intensifier son développement sur des petits espaces (environ 300 m²). Des ouvertures sont déjà prévues, au CNIT de la Défense en mars, à Rouen (Seine-Maritime) durant l'été 2009 et à Grenoble (Isère) en octobre.

Degrenne Paris s'installe en Bulgarie

Guy Degrenne a signé un nouveau partenariat en Bulgarie, en plein cœur de la capitale, Sofia. Ce nouvel espace de 80 m² a ouvert ses portes en novembre. D'autres master franchises devraient voir le jour début 2009 au Moyen-Orient et en Asie du Sud-Est.

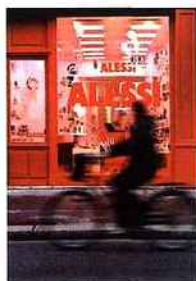


© Guy Degrenne

Zôdio : bientôt trois

Zôdio, l'enseigne du groupe Adeo (qui détient entre autres Leroy Merlin et Bricoman), entend poursuivre son développement en 2009, après l'ouverture de son premier point de vente à Massy-Palaiseau en décembre 2007. Deux nouveaux magasins devraient ouvrir en 2009, l'un sur les terres d'origine du groupe, à savoir le Nord de la France, et un second en région parisienne. Les objectifs s'élevaient pour les cinq ans à venir à une quinzaine de magasins en France et à l'étranger. Rappelons que Zôdio s'étend sur une surface de vente de 3 000 m² et propose 30 000 références pour l'équipement, l'accessoirisation et la décoration de la maison.

Alessi ouvre un shop museum



Alessi a inauguré à la fin du mois de septembre son deuxième point de vente parisien, situé boulevard Raspail (XIV^e arr.). La boutique est conçue sur le principe d'un *shop museum* (magasin vendant des objets tout en exposant à la façon d'un musée), sur une surface de vente de 80 m². Dans ce concept réalisé par l'architecte espagnol Marti Guixé, les produits sont exposés, plus ou moins à portée des clients, sur une multitude de tablettes laquées. Au sol, le sens de la visite est dicté par une bande rouge. Un lieu qui incarne parfaitement le musée du *design*, que l'on prend plaisir à visiter et où l'on peut « en même temps toucher et acheter les pièces exposées », selon les mots de l'architecte. ■



© Alessi

Quand l'art fait vendre

Depuis un an, les signes d'un marché naissant sur les objets de décoration liés à l'art ne cessent de se multiplier. Les boutiques de musée affichent des taux de fréquentation record. Du coup, des concepts de magasins tentent de voir le jour, avec plus ou moins de succès. Après que l'aventure de *Museum Avenue* ait pris fin à Thiais Village (Val-de-Marne), c'est au tour d'*Arteum* de voir le jour en septembre 2008, dans le centre commer-

cial du Carré Sénart (Seine-et-Marne), sur 215 m². Au-delà de la librairie et des affiches, le magasin consacre une partie de son activité aux arts de la table et à la déco. Des produits issus de fournisseurs indépendants ou obtenus auprès de la centrale d'achat Rm, dans une fourchette de prix qui s'étend de 1 à 80 €. Un courant qui n'a d'ailleurs pas échappé au salon *Maison&Objet*. Ce chasseur de tendances a créé en janvier dernier un

pôle *Maison&Objet Musées*, consacré à cette activité.

Y aurait-il donc une opportunité pour les boutiques indépendantes d'arts de la table de réserver une petite partie de leur surface de vente à ce nouvel élan ? Tant que des enseignes comme *Arteum* n'ont pas une couverture suffisante à l'échelle nationale, le jeu en vaut peut-être encore la chandelle. Notons qu'avant de projeter son concept à d'autres grandes villes, *Arteum* souhaite mettre en ligne un site marchand. ■



© Arteum