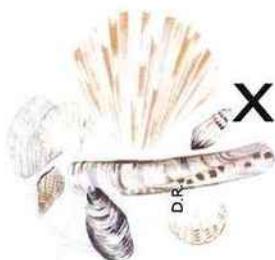




Tabling

prestige  
■ par Blandine Scherpe ■



# DEGRENNE PARIS x DEAUVILLE



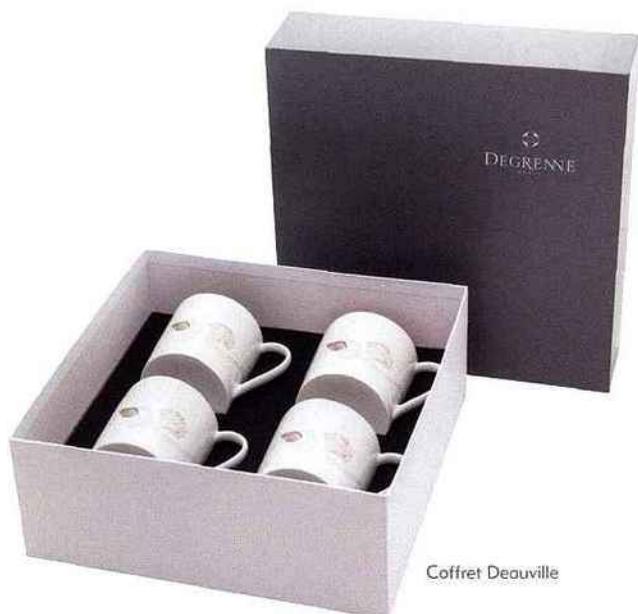
“ L'entreprise normande créée en 1948, s'illustre en cette année anniversaire (70 ans !) par la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie ambitieuse. Avec le lancement d'une collection chaque mois, elle prouve sa grande créativité mise au service de « l'art du moment », son nouveau slogan qu'elle interprète dans différents registres. Après le lancement de « Bahia » et d'une jolie collection pour enfant baptisée « Les Amis du potager » en début d'année, elle présentait en avril « Deauville », une collection inédite créée en partenariat avec la très célèbre station balnéaire normande. ”

La collection « Deauville » est née d'une rencontre entre Thomas Mulliez, P.-D.G. de Degrenne et Philippe Augier, l'actuel maire de la célèbre station balnéaire. Ce dernier, regrettant la disparition des boutiques spécialisées dans les arts de la table sur sa commune demanda à son visiteur s'il accepterait que Degrenne réalisât un service de table spécial qui pourrait être vendu à l'office du tourisme de sa ville. L'affaire fut entendue. Quoi de plus naturel, pour une marque des arts de la table ancrée historiquement en Normandie, que de puiser son inspiration dans la plus illustre des stations balnéaires normandes ? Avec cette collection née de cette collaboration inédite avec la ville de Deauville, Degrenne revisite le style bord-de-mer et cultive un esprit marin contemporain, maîtrisé et subtil, grâce à des motifs et des couleurs savamment choisis. Les designers de la maison se sont inspirés de coquillages ramassés sur les plages. Par un fin travail d'illustration à effet aquarelle, on les croirait délicatement posés sur les assiettes, ourlées d'un cordage, comme le souvenir d'une promenade au bord de l'eau.

Un dégradé de nuances douces, typiques des plages normandes, enrichit le décor d'un camaïeu de gris-bleu, gris ardoise et beige. Avec sa forme de coupe, le design des assiettes, résolument moderne et épuré, est idéal pour habiller toutes les tables. Intégrée dans l'univers Quotidien Design de la marque, la collection Degrenne pour Deauville apporte un souffle iodé renouvelé et une touche authentique dans tous les intérieurs. La vente des huit modèles qui la composent – assiette de présentation, assiette plate, assiette à dessert, assiette creuse, saladier, plat à tarte-assiette à pizza, plat à cake, coffret quatre mugs – a d'abord été, pendant trois semaines, réservée en exclusivité à l'office du tourisme de Deauville avant d'être proposée depuis le 10 mai dans tous les points de vente. Les chefs des hôtels et restaurants de la région avaient été invités à la découvrir en avant-première lors de la grande soirée de lancement organisée à Deauville.

Le service « Deauville » entre dans la nouvelle dynamique de marque de Degrenne qui animera désormais

le marché avec le lancement d'une nouveauté chaque mois, espérant attiser ainsi la curiosité des clients. « Deauville », c'est aussi le retour au décor, pour la maison qui avait fait le choix de stopper toutes les anciennes collections, au même titre qu'elle avait arrêté de nombreuses références. À Blandine Franc, directrice de Degrenne d'expliquer : « Lorsque je suis arrivée, en 2017, mon premier travail a été d'analyser les collections et de définir celles avec lesquelles la maison Degrenne pouvait se projeter dans le futur. Depuis très longtemps la marque, tombée dans le piège de la tendance, complétait son catalogue de multiples nouvelles collections sans jamais en supprimer aucune. Cela a brouillé son image. Pour lui redonner du souffle nous avons, avec Thomas Mulliez, pris la décision d'arrêter tous les modèles qui ne correspondaient plus aux attentes des marchés. Ce fastidieux travail marketing a permis de faire de la place dans les linéaires pour la nouveauté et de rendre lisible la créativité de la marque. Cette démarche était essentielle dans le cadre de notre nouvelle stratégie de marque qui consiste à vendre avant



### Made in France

Degrenne possède aujourd'hui trois sites de production. Les collections en inox sont fabriquées dans son usine historique de Vire en Normandie. Y ont été rapatriées la fabrication des couteaux jadis manufacturés à Thiers dans la manufacture vétuste d'ex-Therias et L'Économiste qu'elle vient de fermer et celle de la majorité des produits jusqu'ici produits dans son usine de Thaïlande désormais fermée. Le groupe possède de plus une manufacture de porcelaine à Limoges où sont fabriqués les services en porcelaine blanche et extra blanche et Alföld, sa manufacture hongroise, est spécialisée dans le grès et les émaux. Certaines collections resteront fabriquées en Asie jusqu'à ce que l'usine de Vire puisse toutes les absorber. C'est avec cette ambition qu'a été lancé un important plan de modernisation de l'usine dans le cadre d'un projet baptisé « Vire 2021 »

*tout un style de vie, que nos produits viennent illustrer.* ». Degrenne qui s'est choisi comme signature de marque « L'Art du moment » invite ainsi ses clients à entrer dans les trois univers très différents baptisés « Quotidien Design », « Artisanat Nature » et « Tradition Gourmet » qui, chacun, entraîne dans une atmosphère singulière. Pour aller jusqu'au bout de sa logique, la marque souhaite désormais proposer plus de compléments comme des vases, des bougeoirs et de petits accessoires de décoration pour la table.

La maison Degrenne, qui a opéré sa mue, se redécouvre actuellement pourvue d'un nouvel enthousiasme impulsé par la nouvelle équipe dirigeante qui, pour autant, souhaite rester fidèle à l'esprit de la marque voulu par Guy Degrenne. À son impertinence légendaire reste donc fermement fixée l'exigence d'un beau design, d'une qualité premium et de prix raisonnables. « Pour Guy Degrenne, il était important que ses produits puissent s'adresser à chaque Français et nous souhaitons garder ce produit populaire. Si nous avons élevé la perception de qualité par le

*design, les prix moyens des produits sont restés les mêmes »* commente Blandine Franc. « Dans le même esprit, nous sommes très exigeants sur la qualité de chaque pièce, ce qui fait notre différence par rapport à nos principaux concurrents qui sont aujourd'hui plus Monoprix et Zara Home que Bernardaud. Ces marques, qui proposent elles aussi de jolies créations, ne peuvent revendiquer au même titre que nous une fabrication française et l'iusabilité des motifs et des couleurs de produits fréquemment passés au lave-vaisselle. Il en va de même pour tous nos couverts. Nous retarderons toujours un lancement si le très haut niveau de qualité recherché n'est pas atteint. Tout cela nous permet de nous positionner comme la marque française de prêt-à-porter des arts de la table. »

Marque populaire qui rend le chic accessible au plus grand nombre, Degrenne célèbre cette année son 70<sup>e</sup> anniversaire. L'événement sera naturellement célébré par des festivités mais aussi par la réédition d'une collection exceptionnelle : celle des couverts de style Art déco

« Normandy », qui fut la première lancée par Guy Degrenne, en 1948. Ils seront à découvrir notamment dans la nouvelle boutique parisienne de la marque, inaugurée en avril rue Saint-Placide. Car si Degrenne, distribuée en France dans quarante grands magasins et dans les belles boutiques d'arts de la table, a fermé trois de ses boutiques sous enseigne, c'est pour en ouvrir trois nouvelles, placées à des endroits plus stratégiques. Et pour illustrer la nouvelle dynamique voulue par la marque, un programme de merchandising prévoit que les mises en scène en magasin, comme les vitrines, soient changées tous les mois. Son succès sur le salon Ambiente (Francfort) en février dernier lui laisse espérer de belles ventes à l'international dans les mois à venir. Une chose est sûre : on la retrouvera sur tous les prochains grands salons, à commencer par Maison&Objet en septembre et EquipHotel en novembre. ■