

**L**e *Bon Marché* vient d'achever la rénovation complète de son deuxième magasin avec l'ouverture du premier étage dédié à l'univers de l'art de vivre. Après l'installation en mai dernier du deuxième étage consacré au linge de lit, le premier niveau accueille à présent la table et l'office dans un décor entièrement revisité. « C'est un véritable retour aux sources, fait remarquer Claire Lacombe, la directrice du département maison. Avec ce bâtiment dédié uniquement à l'alimentaire et à la maison, nous avons retrouvé la configuration dessinée en 1912 par l'architecte Louis-Charles Boileau. » L'espace libéré dans le premier magasin accueille pour le moment une grande exposition sur le Japon. Dès l'an prochain, l'ensemble sera réaménagé pour mettre en scène la mode féminine, qui gagnera ainsi une surface importante. Reprenant les éléments d'architecture d'origine, une passerelle est en cours de rénovation pour relier les deux magasins par le premier étage.

Comme pour le deuxième étage, les travaux d'aménagement ont mis en évidence de magnifiques vitraux et des moulures Arts déco, ainsi que de grandes verrières qui baignent l'espace dans une lumière naturelle. On retrouve aussi le parquet d'origine et certains meubles et comptoirs d'époque, tandis que, dans l'univers de la cuisine, les différents espaces sont balisés à l'aide de carrelages de couleurs variées. Les 2.000 m<sup>2</sup> sont organisés autour du restaurant *La Table*, installé au cœur de ce nouveau lieu.

Claire Lacombe et le studio d'architecture propre du *Bon Marché* ont choisi de déployer cet univers en le segmentant par thématiques : la cuisine, le mobilier et les arts de la table. Seuls deux espaces restent réservés exclusivement aux marques de mobilier contemporain *Cassina* et *Poltrona Frau*. On y trouve aussi des acces-

soires de décoration, comme des coussins, des plaids et du linge de lit griffés aux noms des deux marques. Chacune des trois thématiques accueille du linge de maison.

La cuisine se repère, pour sa part, par de hauts présentoirs dédiés aux nappes, signées *Jacquard français*, *Alexandre Turpault*, *Beauvillé* et de la marque propre

du *Bon Marché*. Le linge d'office est représenté par des marques comme *La Cerise sur le gâteau*, *Coucke*, *Jean Vier*, *Bertozzi*, *Linum*, *Charvet*, *Maison Georgette* ou *La Cocotte*. Certains modèles sont réalisés en exclusivité pour le grand magasin. Au cœur de cet espace, il est proposé, en partenariat avec les équipements de cuisine *La Cornue*, un module

s'apprêtent à dévoiler leur propre vision de l'art de vivre à la française avec l'inauguration imminente de leur tout nouvel espace maison, le *Bon Marché*, plus petit et plus sélectif, veut séduire grâce à l'élégance et au caractère très parisien de son approche. Une particularité que ne devraient pas boudier les touristes en quête d'expériences inédites.

AGNÈS LEGOEUL ●

## Le Nord lance à son tour son label textile

Six premières entreprises vont arborer la signature Nord Terre Textile.

**L**ES labels textiles régionaux essaient. Après les Vosges et l'Alsace, c'est au tour du Nord de lancer officiellement le sien, en l'occurrence *Nord Terre textile*. Les premiers agréments viennent d'être délivrés à six entreprises : *Cardon Confection* (Cambrai), spécialisé dans la confection de linge de maison, *Feutrie*, entreprise d'ennoblissement, *Catry* (tissages de tapis), *Tissage d'art de Lys* (tissus d'ameublement), enfin, *Tradilinge* (linge de maison). Ces entreprises sont à présent « Acteurs Nord Terre textile » et leurs premiers produits ont tout juste été labellisés.

D'autres entreprises des Régions Nord-Pas-de-Calais et Picardie sont candidates. Accompagnées par l'*Uit-Nord* et *Promotex*, organisme de promotion du textile-habillement du Nord-Pas-de-Calais, elles sont en cours d'audit et passent le contrôle de traçabilité qui garantit que 75% des opérations de fabrication sont réalisées dans les régions concernées.

Cette action bénéficie du soutien financier du ministère de l'Économie et de la Dgci, dans le cadre de l'appel à projets « Promotion et valorisation du savoir-faire français ».

Créé en 2011 dans les Vosges à l'insti-

gation de Paul de Montclos, le Pdg de *Garnier-Thiébaud*, ce label rencontre un vrai succès. Cette « Aoc industrielle » est un outil marketing qui fait ses preuves. L'objectif est de créer un logo commun pour des produits fabriqués localement, mais aussi d'agréer des entreprises qui mettent en œuvre un procédé industriel dans leur région.

La clé du succès réside sans doute dans le fonctionnement simple et souple de l'agrément. Les entreprises intéressées

doivent avoir une implantation locale, première condition, mais aussi garantir la traçabilité de leur chaîne de production : 75 points sur une échelle de 100 sont nécessaires pour obtenir le label, concernant chaque étape de la filière de fabrication, de la création à la filature et au tissage, en passant par la confection et la logistique. Le coefficient est le même pour chacun de ces paramètres et chacun y trouve donc son compte.

ODILE MOPIN ●



### LINGE DE LIT TRADILINGE.

La marque de linge de maison est l'une des six premières à décrocher le label Nord Terre Textile, matérialisé par le logo ci-dessous.

