

# Phildar signe sa renaissance

L'enseigne historique du fil et de la laine présente un nouveau concept, à Metz d'abord, puis bientôt à Marseille. L'objectif : profiter de la manne du « do it yourself » et des loisirs créatifs, qui redonnent de l'allant au bon vieux marché du fil.

## MUR DE COULEURS

L'avantage du fil et de la laine ? Le jeu des couleurs qu'ils permettent, évidemment. Phildar, avec l'agence Ux in Situ, chargée du concept, ne se prive pas ce plaisir, faisant de ce petit espace une boutique très chaleureuse.



Evoker le marché florissant des loisirs créatifs, c'est penser à Phildar. Plutôt, cela devrait être « penser à Phildar »... En tout cas, l'enseigne nordiste, plus que centenaire – créée en 1903 – s'évertue à faire en sorte que l'association d'idée (re) devienne évidente et conjuguée au présent. Ou comment, magie des cycles du commerce, les tendances de consommation poussant au « do it yourself » permettent à Phildar de sortir d'une longue traversée du désert... Une belle histoire, en

vérité. Après des années 1980 et 1990 qu'on qualifiera pudiquement de « difficiles », Phildar connaît maintenant une renaissance qui devrait pouvoir la porter haut, à nouveau.

## Crédible et légitime

Il n'y a qu'à voir, pour s'en convaincre, en ce vendredi 10 avril, la curiosité émanant des passants du centre commercial Saint-Jacques de Metz, où ouvrait une boutique aux nouvelles couleurs de l'enseigne, imaginée en partenariat avec l'agence de design Ux in Situ.



## UNE BELLE NOTORIÉTÉ

Phildar au fronton d'un magasin, c'est déjà l'assurance d'une attractivité forte, tant la marque est ancrée dans l'imaginaire collectif. Longtemps en difficulté, l'enseigne signe maintenant son grand retour, via un concept largement modernisé.



Comment expliquer cela ? Au-delà de la réussite visuelle du concept, il est vrai réelle, par la notoriété de l'enseigne, bien sûr. Marque iconique s'il en est, Phildar a cet avantage rare : apposer son nom au fronton d'un magasin, et voilà déjà l'assurance d'un bouche-à-oreille positif.

### Diversification et personnalisation

Une force considérable. D'autant que si Phildar a pu être « ringardisée » longtemps, le grand retour du fil et du tricot lui profite à plein. Qui d'autre, en effet, pour être plus crédible sur ces marchés que cette enseigne qui, après son expertise dans la filature, a ouvert son premier magasin, Au fil d'art – devenu Phil-

## 48 m<sup>2</sup>

La surface du vente du magasin de Metz

## 200

Le nombre de magasins sous enseigne Phildar

## 900 M€

Le poids du marché, estimé, des loisirs créatifs en France, au sens large

Sources : Phildar et Créaplus

dar – à Poitiers, il y a plus de soixante-dix ans ?

L'enseigne, forte de 200 magasins en France, dont 140 en franchise, signe son renouveau, toute couleur fuchsia dehors, en diversifiant son offre au mieux. Car si l'on trouve évidemment les bonnes vieilles pelotes de laine traditionnelles, Phildar mise aussi sur des pratiques plus modernes, et notamment celles de la personnalisa-

tion et de l'accessoirisation, pour se délier d'une trop forte saisonnalité de ses ventes – vous avez envie de tricoter en plein mois de juillet, vous ?

### Bijoux et doudous

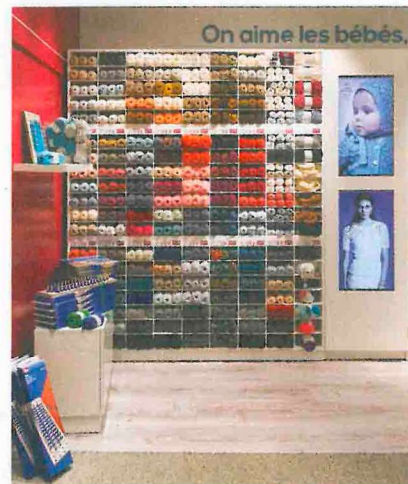
C'est ainsi que des fils « techno », destinés à la confection de petits bijoux ou de ceintures, par exemple, trônent en bonne place dans le magasin. Surtout, Phildar laisse une large place à tous les fils réservés aux « bébés », exposés en mural, dès l'entrée du magasin : petites peluches, doudous, etc. Enfin, *et caetera...* Si l'on veut car, justement, on se dit que, clairement, Phildar pourrait pousser davantage ses pions ici, en proposant plus de peluches et petits jouets en lien avec la laine et le fil. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL

### PHILDAR AIME LES BÉBÉS

Grand incontournable du « do it yourself » : tout ce qui concerne les enfants, et notamment la naissance, moment idéal pour qui veut sortir du lot en confectionnant ses propres cadeaux au dernier-né.

**BOUTIQUE ATELIER** ▶  
Sur ce marché des loisirs créatifs, le maître mot est « partage ». Phildar inclut donc, en central, un espace Atelier, avec un grand écran tactile, où se tiennent cours et ateliers de confections, menés par les vendeuses.



### FILS ET PAPIERS

Phildar marie relais digitaux (via des écrans tactiles) et relais « papier », via ces catalogues édités régulièrement, pour faire vivre son concept et son offre.



### ▶ MERCERIE AUSSI

Phildar propose bien sûr tout ce qu'il faut pour finaliser ses productions, avec notamment ces boutons de multiples couleurs.

© PHOTOS PHILDAR