

Les grands magasins ont besoin de se refaire une beauté régulièrement. En 2017, c'est au tour du Printemps d'investir 100 millions d'euros dans la réfection de trois espaces, dont la maison.

Le Printemps repense l'agencement de sa maison

1,6

MILLIARD D'EUROS

Le chiffre d'affaires des magasins du Printemps boulevard Haussmann

100 M€

L'investissement pour la rénovation du Printemps Maison

50 nouvelles marques

3 étages de 750 m²

Source : Printemps

Hermès, c'est à la fois le dieu du commerce, un élément de sculpture sur les coupes plus que centaines du boulevard Haussmann... et le nom donné aux grands travaux du navire amiral du Printemps, à Paris.

Au total, plus de la moitié de la superficie va être rénovée (25 000 sur 45 000 m²) pour un investissement total de 100 millions d'euros. Il le fallait, deux ans après que son éternel rival, les Galeries Lafayette, a rénové sa maison, de l'autre côté du boulevard. Au Printemps, la mode et les accessoires pour hommes ont déjà eu droit à un lifting sur cinq étages. Résultat : depuis janvier, le chiffre d'affaires a bondi de 40 %. Même sort pour la mode enfant et la cosmétique, prévue pour juillet.

La maison, qui rassemble sous le même toit la décoration, les meubles, la vaisselle et le linge de lit, ne pouvait y échapper, même si son poids économique reste relatif – entre 5 et 10 % du chiffre d'affaires total – et sa clientèle, essentiellement locale. Ajoutons à cela que la maison n'avait pas été rangée depuis 2005... Il était donc grand temps.

Karen Vernet, directrice de la maison au Printemps, qui connaît bien l'univers de la consommation pour être passée par L'Oréal et Danone, est allée chercher la décoratrice Sarah Lavoine pour repenser la maison. Comme un appartement, le Printemps se décline sur trois étages de 750 m² chacun. Au premier, l'immense salon qui accueille des marques chics comme Silvera, Ligne Roset, BoConcept ou Cinna. La vaisselle, ce qu'on appelait autrefois les arts de la table, est toujours là, avec les incontournables Bernardaud, Christofle et Lalique. Au deuxième étage, la « cuisine conviviale » et la « table quotidienne » et au troisième, la chambre avec le linge de lit et la salle de bains.

Un service de coaching autour de la déco

Chaque grande marque a droit à son alvéole, et les allées centrales sont occupées par des tables sur lesquelles sont mises en avant les exclusivités. La superficie a été optimisée malgré 40 % de mètres carrés en moins et une cinquantaine de nouvelles marques. Le Printemps mise beaucoup sur sa marque maison, Au Printemps Paris, qui présente une gamme étoffée, en vaisselle notamment. C'est d'ailleurs la première marque en termes de rentabilité. « Nous avons voulu faire une maison à l'image du Printemps, haut de gamme, sans être trop luxueuse, mais extrêmement chaleureuse. Comme un appartement, un vrai. Pas comme un grand magasin rébarbatif et fatigant », explique Karen Vernet. Sarah Lavoine, qui a son propre espace, apporte la French Touch à la clientèle étrangère. Pour faire comme elle, un service de coaching (payant) pour apprendre à décorer son intérieur va être testé. ■ **MAGALI PICARD**

« Nous avons voulu faire une maison à l'image du Printemps, haut de gamme, sans luxe ostentatoire, mais très chaleureuse. Comme un vrai appartement, mais pas comme un grand magasin, rébarbatif et fatigant. »

Karen Vernet, directrice de la maison au Printemps



© LE PRINTEMPS



UN GRAND SALON

Au premier étage rénové, chaque marque représente son univers dans une alvéole.

PHOTOS © MANUEL BOUGOT/LE PRINTEMPS



CONTEMPORAIN ET CHIC ▶

On retrouve les codes de l'appartement parisien : miroirs biseautés, mobilier vintage chiné, chêne clair, laiton et aplats colorés.

COMME CHEZ LES COPAINS

Vie familiale, repas entre amis : la « table quotidienne » et la « cuisine conviviale » sont à l'opposé du luxe que l'on trouve habituellement dans les grands magasins.



LA FRENCH TOUCH

La décoratrice Sarah Lavoine a été mise à contribution. Connue des étrangers, elle a son propre pop-up store.

NUIT CÂLINE

La literie est traitée à part, avec une offre « technique » de couettes et d'oreillers.



LINGE DE LIT ▶

Chaque espace ressemble à une vaste chambre douillette. La marque maison, Au Printemps Paris, est également présente.

