

Ambiance et Styles veut étoffer son réseau

L'enseigne regroupe actuellement 80 magasins de déco.

AMBIANCE ET STYLES cherche à grandir. Cette enseigne française de décoration, qui fête cette année «*les dix ans de son nouveau concept*», est née d'une coopérative créée il y a quinze ans par quelques détaillants spécialisés dans le cadeau. Le réseau, qui a vite grandi, regroupe aujourd'hui 80 magasins indépendants de 200 à 500 m², dont 55 ont adopté un concept commun. Ils proposent trois grandes familles de produits : les arts de la table, les ustensiles de cuisine et la décoration.

Cette dernière famille, qui inclut le textile de maison (plaids, coussins, linge de table et d'office), devrait prendre de l'importance. «*Le textile de maison, notamment, ne réalise encore que 4% du chiffre d'affaires, mais nous visons 15%*», indique Alain Metz, directeur général de l'en-

seigne, qui cherche à mieux la positionner face à des concurrents ayant pour noms *Maisons du monde*, en pleine expansion, mais aussi *Casa* et *Geneviève Lethu*, entre autres.

Il ambitionne aussi de «*doubler la taille du réseau d'ici à cinq ans pour atteindre 160 magasins*». «*Nous ne cherchons pas des emplacements, mais des hommes*», souligne-t-il. Centré jusqu'ici sur la rénovation de magasins existants, le réseau s'est néanmoins enrichi depuis un an de quatre créations de points de vente, en association avec des investisseurs, à Perpignan, Chalon-sur-Saône, Metz et Saint-Junien (près de Limoges).

Le réseau demande aux adhérents de centraliser leurs achats et de payer un package marketing reposant sur trois dépliements annuels, tirés chacun à 1,5 million

d'exemplaires. Un site Web d'informations donne les adresses des magasins. Un grand show-room – ouvert il y a trois ans au Kremlin-Bicêtre, à la sortie de Paris, au pied du siège social, qui regroupe seize permanents – présente les collections. «*Ce sont des produits achetés en France ou à l'étranger. Nous ne créons rien nous-mêmes*, précise Alain Metz. *Nos adhérents achètent aux fournisseurs, en fonction du plan d'assortiment que nous leur proposons.*»

M.V. ●

MAGASIN AMBIANCE ET STYLES.

Le réseau veut donner davantage de place au textile de maison.



**Article paru dans le journal du textile
(13 juin 2005)**