

MILAN ANNONCE UN SUCCÈS DE FRÉQUENTATION

La 61^e édition du Salone del Mobile.Milano, qui a fermé ses portes le 23 avril, a accueilli plus de 307 000 participants, soit une hausse de 15% par rapport à 2022, dans lesquels il faut inclure le grand public, accueilli pendant le week-end des 22 et 23 avril. Le nouveau format, qui mélange sur un seul niveau les contenus commerciaux et événementiels, a obtenu l'adhésion du marché et généré une audience inédite dans l'espace numérique.

Cette nouvelle édition du salon de Milan a été marquée par sa grande internationalité, qui traduit le retour à une situation normale sur le plan des échanges et du transport aérien. Plus de 2000 marques exposantes ont participé, dont 34 % en provenance de 37 pays différents, parmi lesquelles 550 jeunes designers de 31 pays différents et 28 écoles et universités de design de 18 pays différents. En termes de fréquentation, 307 418 visiteurs

ont été enregistrés (+ 15 % par rapport à 2022), au cours des six jours, en provenance de 181 pays différents, et 65 % des acheteurs et des professionnels de l'industrie sont venus de l'étranger. La Chine a repris sa place de premier pays après l'Italie, suivie par l'Allemagne, la France, les États-Unis et l'Espagne, le Brésil et l'Inde étant ex-aequo. Ces chiffres traduisent l'attractivité élevée de la production italienne, qui reste une référence pour le design dans le monde entier.

DURABILITÉ ET DIGITALISATION CROISSANTE

L'internationalisation – avec une ouverture à de nouveaux marchés comme l'Inde, et à des marchés en croissance comme l'Amérique – tout autant que la durabilité et les chaînes d'approvisionnement courtes avec du bois produit en Italie, figurent parmi les thèmes dominants de cette édition. Le thème du développement durable s'est exprimé notamment au niveau de l'organisation et de la gestion du salon, le premier du secteur à obtenir la certification ISO 20121 pour la gestion d'événements durables. Autre évolution marquante, les chiffres enregistrés par la plateforme numérique du salon - sont en plein « boom » : le site a été visité par près d'un million de personnes et plus de 7 millions de pages ont été consultées. L'application Salone del Mobile.Milano mise à jour a vu le nombre de ses téléchargements tripler de-

La collective française réunit 5 exposants orientés export



Après des années de pandémie et de bouleversement dans le monde des expositions professionnelles, le pavillon de l'Ameublement français a fait son retour sur le salon de Milan. Avec le soutien du Codifab, ce stand collectif de 400 m² mis en place par le GEM – Groupement des Exportateurs de Meubles - a réuni cinq fabricants français – Gautier, Home Spirit, Temahome, Résistub Productions et SCIAE - qui ont présenté leurs dernières collections aux acheteurs du monde entier venus sur le salon.

puis le début de l'année, grâce au nouveau service de cartographie interactive, qui a enregistré plus de 350 000 sessions pendant la foire, et a permis plus de 750 000 scans grâce au service de mise en relation qui soutient l'expérience des visiteurs et promeut une interface efficace avec les exposants. Sur

le front des médias sociaux, les 30 millions de comptes ont été atteints et le contenu a enregistré 6 millions de visionnages de vidéos, soit environ 80 millions d'impressions. Le rendez-vous est déjà pris pour la prochaine édition, qui se tiendra à Milan du 16 au 21 avril 2024. [F. S.]



GAUTIER POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT EN OUVRANT À LA BASTILLE

La marque-enseigne a ouvert début avril son 79^e magasin en France, dans l'historique Faubourg Saint-Antoine à Paris, et continue ainsi de tisser son réseau et d'affirmer son ADN nourri de made in France et de développement durable.

Rendre au Faubourg ce qui est au Faubourg. Telle est la morale de cette nouvelle ouverture de magasin Gautier France, sur le Faubourg Saint-Antoine près de la Bastille, dans un périmètre où s'est écrite l'histoire du meuble français. Pour son gérant, **Serge Engel**, elle s'inscrit dans la continuité d'une vie professionnelle dédiée au meuble, et il s'agit d'un retour aux sources : « Cet emplacement a été occupé par mon père, qui était fabricant de meubles et avait y avait son magasin, du temps où le Faubourg était florissant, raconte-t-il. Après avoir dirigé pendant 35 ans des magasins sous différentes enseignes, je cherchais une nouvelle aventure dans Paris intramuros, et les choses se sont faites avec Gautier, ce dont je me réjouis aujourd'hui. » Situé

dans un endroit très fréquenté et un quartier qui vit même le soir et le week-end, ce point de vente correspond aux nouvelles habitudes des consommateurs de centre-ville : « Les citadins d'aujourd'hui n'ont pas forcément une voiture, et pas forcément envie de se rendre en périphérie pour leurs achats de meubles, ajoute le gérant. Nous leur offrons un magasin de proximité, où ils peuvent venir à

pied ou en transports en commun, découvrir nos collections et acheter leurs meubles soit sur place, soit en ligne une fois de retour chez eux. »

300 M² SUR DEUX NIVEAUX

Ce point de vente de centre-ville s'étend sur 300 m² et deux niveaux, ce qui permet d'exposer l'ensemble des collections pour le living au rez-de-chaussée, y compris les sièges rembourrés, et pour la chambre à coucher adultes et enfants au premier étage, accessorisées avec des objets, des tapis et luminaires, dans un esprit contemporain et déco. Pour le dirigeant de magasin, le gros point fort de Gautier aujourd'hui, outre la qualité de fabrication, c'est la transparence, c'est-à-dire le fait de pouvoir dire au client où et comment sont fabriqués les produits,



Espace chambres à coucher.



Coin repas.

dans un esprit de durabilité, en résumé, « on sait ce qu'on achète et à qui on l'achète ». A l'occasion de cette inauguration, **David Soulard**, le directeur général de Gautier France, s'est réjoui de cette nouvelle ouverture : « Le magasin reste le point de contact avec le client final, où nous pouvons diffuser tous les messages qui font l'ADN de la marque, le made in France, et toute notre po-

litique de RSE avec notamment l'utilisation du bois recyclé dans nos panneaux et les circuits courts, pour réduire notre impact sur l'environnement. » Le dirigeant a conclu en indiquant que l'enseigne a l'intention d'ouvrir encore une quarantaine de points de vente en France, dont il entend faire « une quarantaine de belles rencontres ». [F. S.]



Inauguration du magasin le 4 mai dernier.