

French Trotters s'offre une vitrine phare

Le multimarque parisien «trend setter» de la rue de Charonne passe la vitesse supérieure en inaugurant un magasin étendard de 200 m² dans le Marais.



FRENCH TROTTERS vient de se donner un magasin phare. Celui-ci est installé dans le Marais, rue Vieille-du-Temple, à deux pas de la rue de Bretagne. L'espace de 200 m² occupe l'ancienne galerie d'art Alain Blondel. Il a été aménagé par le cabinet d'architectes Battistelli & Associés, qui avait déjà travaillé pour French Trotters.

«Cela faisait quelques années que nous mûrissions le projet de nous donner un grand espace, mais nous ne voulions pas faire de compromis sur l'adresse. Là, c'est idéal, quasi inespéré. Cette surface nous permet de montrer toutes nos activités»,

CI-DESSUS, LE NOUVEAU MAGASIN PHARE DE FRENCH TROTTERS. CI-CONTRE, CLARENT ET CAROLE DELHOUZ, LES FONDATEURS DE L'ENSEIGNE. French Trotters dispose désormais de l'espace nécessaire pour pouvoir déployer toute son offre. >>>





LE DÉCOR DE LA MASON N'EST PAS OUBLIÉ. Pour la première fois, l'enseigne se dote d'un espace spécifique pour présenter sa gamme d'articles pour la maison. DR



explique Clarent Delhouz, cofondateur de l'enseigne multimarque avec sa femme, Carole. En ouvrant cette nouvelle adresse, qui leur permet d'être à leurs aises, le couple a décidé de fermer sa boutique masculine de la rue Vieille-du-Temple. Il conserve, par ailleurs, son magasin d'origine, mixte, et le magasin enfant, situés tous deux rue de Charonne.

Le rez-de-chaussée s'étend sur 50 m². Passé la porte d'entrée, un petit jardin de cactus orne le coin gauche, alors que, à l'opposé, une étagère en okoumé court le long du mur. Le bois est très présent dans le magasin : du meuble de caisse au mobilier sur mesure à l'étage. «*Le rez-de-chaussée a la double fonction de vitrine et d'entrée, explique Clarent Delhouz. Nous y montrerons nos collaborations et cela changera régulièrement.*» Une fois les anciens coffrages enlevés, les nouveaux propriétaires des lieux ont eu l'heureuse surprise de découvrir des pierres en devanture, mais aussi à l'intérieur. Au sol, un carrelage Arts déco cède la place à un parquet en bois clair.

L'accès aux 150 m² de l'étage se fait par un escalier métallique assez large. Une vaste étagère asymétrique occupe l'en-

semble du mur, face à l'escalier. Elle accueille les chaussures, ainsi que quelques cactus, çà et là, comme des ponctuations. A gauche, des sacs pour homme sont posés sur des étagères calées dans une niche. Sur la droite, l'autre mur est aménagé pour recevoir les sacs Jérôme Dreyfuss. Dans le prolongement apparaît la pièce dédiée à la mode masculine, puis, sur la gauche, l'espace de la mode féminine, qui se termine par une pièce consacrée à la maison. Trois cabines d'essayage se dissimulent derrière des portes noires, tandis qu'au fond quelques vêtements et accessoires pour enfant de la marque espagnole *Bobo Choses* sont présentés. L'étage est en grande partie baigné de lumière naturelle, grâce à de grandes fenêtres. Des cactus profitent d'ailleurs de cette lumière. «*C'est la première fois que nous avons un espace d'articles pour la maison. Nous en avons toujours vendus, mais par touches. Cet univers nous intéresse beaucoup.*»

Marque propre

L'offre de ce magasin phare est riche, avec les marques *Engineered Garments*, *Barena*, *Ami*, ou encore *Nigel Cabourn*, pour l'homme, et *Laurence Doligé*, *Masscob*, *Pomandere*, *MM6*, pour la femme.

L'univers de la maison accueille, entre autres, *Another Country*, *Honoré*, **Linge Particulier** et *Khadi & Co*. L'étape suivante sera de donner une nouvelle dimension à la marque propre, lancée en 2010 et qui porte le nom de l'enseigne. «*Notre marque est diffusée dans nos magasins et, depuis peu, chez une dizaine de multimarques internationales*, indique Clarent Delhouz. *Nous allons développer la distribution progressivement. Nous sommes en cours de recherche pour travailler avec des agents sur le marché français. Ensuite, nous aimerions ouvrir des magasins juste avec notre marque propre et nos collaborations.*» *French Trotters* a signé un contrat avec un partenaire au Japon, *Adam et Ropé*, un groupe qui possède pas moins de 300 magasins, pour y développer sa marque propre.

Enfin, le site de vente en ligne adoptera une nouvelle version entre octobre et novembre prochain. Celle-ci, qui se veut plus originale que la «*moyenne des sites*», offrira plus de fonctionnalités. Une équipe dédiée se consacre à la mise au point de ce nouveau site depuis un an et demi. Connectée aux réseaux sociaux, elle fera la part belle aux actualités glanées, mais aussi et surtout à la mise en valeur des produits, grâce aux photos et aux vidéos.

CHRISTEL DIVERT ●