

TEXTILE : LA NAPPE RÉSISTE BIEN

Plus festive que jamais, la nappe redevient un accessoire indispensable au décor des repas en famille ou entre amis.

PAR/BY AGNÈS DELCOURT

Le confinement a plutôt bien profité à la nappe. En témoignent les derniers chiffres publiés par Kantar sur le segment table et office. Ceux-ci mettent en évidence une progression globale des ventes supérieure à 8 % pour le trimestre juin/juillet/août comparé à la même période de l'année précédente. « *Si le confinement a été propice au marché, la tendance semble se poursuivre en volume ainsi qu'en valeur* », souligne Hélène Janicaud, directrice business unit (mode, textile, chaussures) de Kantar. Avec une hausse de 11 %, le prix d'achat moyen d'une nappe atteint plus de 16 €. Incontestablement, le choix des Français se portent en priorité sur des produits à plus forte valeur ajoutée. » Depuis deux saisons, les marques ont préféré se concentrer sur des modèles forts en couleurs et en style, quitte à limiter le nombre de nouveautés. Une stratégie gagnante car ces modèles attirent le regard des consommateurs pour entraîner ces derniers vers une offre à la fois festive et facile à vivre. Si les nappes unies gardent le haut du pavé avec 70 % des ventes, elles s'habillent désormais de coloris inédits ou se garnissent de sets qui complètent le décor de la table.

Un objet de décoration

« *La nappe est devenue un accessoire indispensable au décor*, souligne Lionel Dubos, dirigeant d'Harmony. *Le choix s'effectue par rapport à l'ensemble de la pièce, y compris la vaisselle qui garnira la table.* » La marque bordelaise est connue pour son savoir-faire en matière de lin et de choix de coloris. Elle propose de nombreux unis dont la palette de couleurs raffinées est régulièrement enrichie. Cet hiver, elle lance les teintes tabac, safran, kaki et bleu-noir, ainsi que des modèles bicolores et bifaces dont certains sont également garnis de rayures. Il devient alors possible de changer de décor facilement. Chez Winkler, l'idée du biface est reprise aussi sur les sets qui viennent fréquemment orner les nappes, « *notamment au moment des fêtes de fin d'année* », indique Marianne Kucharski, responsable de communication.

Lockdown has been good for the tablecloth, as demonstrated by the latest figures from Kantar on the table and kitchen textiles segment. Those figures show global increases in sales of more than 8% for the June/July/August quarter compared to the same period the previous year. “Lockdown was good for the market, and the trend appears to manifest itself in volume as well as in value” confirmed Hélène Janicaud, director of Kantar’s business unit for fashion, textiles and shoes. “With an 11% increase, the average purchase price of a tablecloth is now more than €16. There is no doubt about it, French people are opting as a priority for products with the most added value.”

For two seasons now, brands have preferred to concentrate on models that are strong on colour and style, even where it limits the number of new items. It is a winning strategy: those models attract the eye of the consumers and direct them towards an offering that is both festive and easy-going. Single-colour tablecloths retain the top slot with 70% of sales, but now they come in brand-new colours, or come with place mats that complete the look of a table.

A decoration item

“The tablecloth has become an accessory that is key to the décor” confirmed Lionel Dubos, director of Harmony, adding that “the selection is made taking into account the whole room, including the dishware on the table.” The Bordeaux-based brand is well-known for its expertise in linen and colour selection. The company makes a number of single-colour pieces, and their palette of elegant colours is boosted on a regular basis. This winter, the company will be launching tablecloths in tobacco, saffron, khaki and blue-black as well as two-colour and two-sided models that also feature stripes. The two-sided option makes it easy to switch the décor round. Over at Winkler, the two-sided concept is rolled out on place mats too, which often dress up the tablecloth, “particularly for New Year's Eve parties” suggested communications manager Marianne Kucharski, adding that “aside from the tablecloth, the décor is also boosted with colour or silver pieces. These polyester place mats have

TEXTILES: TABLECLOTHS ARE HOLDING UP NICELY

More festive than ever, the tablecloth has become a vital decoration accessory for meals with family and friends.

ATTENTION! LES FAUVES SONT LÂCHÉS!



GLASLIEBE. PER SEMPRE.



La marque bordelaise Harmony s'appuie sur son savoir-faire en matière de lin et un large choix de coloris pour proposer des modèles à mixer ou bifaces permettant de varier les décors • The Bordeaux-based brand Harmony has mined its expertise in linen and a wide selection of colours to produce mix and match models or two-sided models to vary the décor

Outre la nappe, le décor s'enrichit ainsi de modèles couleurs or ou argent. Ces sets en polyester présentent l'avantage de protéger la nappe tout en étant faciles d'entretien, puisqu'ils se nettoient d'un simple coup d'éponge ». Les finitions sont soignées grâce à une découpe laser. Certains modèles imitent également le cuir pour des ambiances contemporaines.

Une montée en gamme

Chez Garnier-Thiebaut, les nappes enduites vendues au mètre restent des best-sellers. Utilisées tous les jours, elles ne dénotent plus lorsqu'elles s'invitent à l'occasion de réunions familiales ou

the benefit of protecting the tablecloth as well as being easy to maintain, as they can be cleaned with just the wipe of a sponge.” The finishing is carefully done using a laser-cut technique, and for a contemporary ambiance some tablecloths have a leather look.

Going upmarket

Over at Garnier-Thiebaut, coated tablecloths sold by the metre continue to be best-sellers. These are used every day and do not stand out any more, being ideal for family gatherings or meals with friends. The wide variety of models and the present good quality of the coatings deliver a feel that is near-identical



JL Coquet
LIMOGES



JAUNE DE CHROME

LIMOGES



Créateur de porcelaine
à Limoges depuis 1824

Rendez-vous sur :

www.jlcoquet.com  @jlcoquet

de dîners entre amis. La richesse des modèles et la qualité actuelle des enduits, offrant un toucher quasi-identique à celui d'un tissu, séduisent une majorité de consommateurs. En regard, « les nappes haut de gamme ont toujours le vent en poupe, note Isabelle Parmentier, responsable marketing. Et pas seulement à l'occasion des fêtes. C'est le cas notamment des lins lavés qui présentent l'avantage de ne pas nécessiter de repassage, ou encore des modèles bénéficiant du traitement anti-tache Green Sweet confectionnés en pur coton damassé. » A contrario, les meilleures ventes du Jacquard Français s'effectuent sur les nappes en coton et en lin, même si la marque propose toujours une large gamme d'enduits. « La clientèle cherche manifestement à se faire plaisir avec des nappes haut de gamme qui mettent en valeur notre expertise de tisseur et le travail délicat des armures ajourées. Le succès du modèle phare de la saison en témoigne. Il s'agit d'un 100 % coton dont le motif est inspiré des broderies traditionnelles indiennes. » Alexandre Turpault quant à lui réussit à concilier écologie et luxe. La marque lance en édition limitée une nappe en lin réalisée à partir de chutes de tissus d'une ancienne collection. Le modèle 100 % made in France est mis en valeur par de petits soleils finement brodés d'un fil doré. ♦



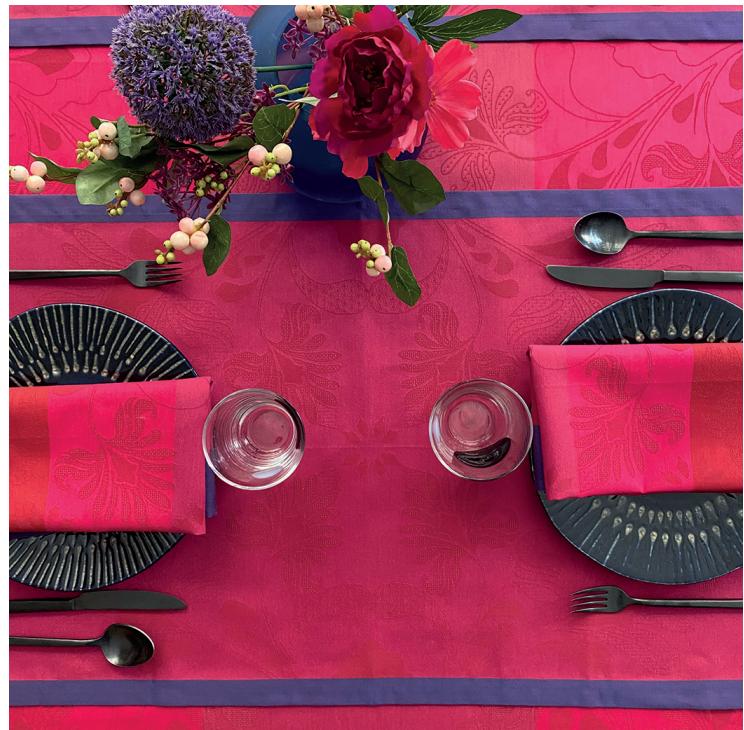
Nappe Mille Sicilia Riviera de Garnier-Thiebaut, pur coton enduit imperméable coloris multicolore. Prix public : 139 € la nappe ø 150 cm • Mille Sicilia Riviera tablecloth from Garnier-Thiebaut, pure waterproof coated cotton, multi-colour shades. Prices to the public: €139 for the ø 150 cm tablecloth

to fabric, and that appeals to the majority of consumers. Then there are high-end tablecloths: marketing manager Isabelle Parmentier noted that "high-end tablecloths are always soaring ahead," adding that it is the case "not just for festive occasions. It applies particularly to washed linens that benefit from not having to be ironed, and that also goes for models that have had the Green Sweet anti-stain treatment made of pure damask cotton." Conversely, the bestsellers at Le Jacquard Français are cotton and linen tablecloths, even though the brand also features a wide range of coated ones.

"Customers are clearly seeking to treat themselves to high-end tablecloths that highlight our expertise in weaving and the delicate craftsmanship of openwork patterns, and the success of the season's flagship model is testament to that. It is 100% cotton, and its motif is inspired by traditional Indian embroidery." Over at Alexandre Turpault, luxury and environmental concerns have been reconciled. The brand is launching a limited edition of a linen tablecloth made using fabric cuts from an old collection. The 100% Made in France model is highlighted with little sunshine patterns finely embroidered using gold thread. ♦



Nappe Sidérale en lin, broderie ajourée, en upcycling, réalisé en réutilisant une toile de lin d'une collection passée en vue de limiter les déchets textiles. Alexandre Turpault. 299 € la nappe carrée 170 cm • Sidérale tablecloth in linen, openwork embroidery as upcycling, made using linen canvas from a previous collection to limit textile waste. Alexandre Turpault. €299 for the square 170 cm tablecloth



Nappe Bengale coloris bengali, Le Jacquard Français. Également disponible en léopard ou tigre. Finitions coins onglets. Prix public à partir de 75 € la nappe carrée 120 cm • Bengale tablecloth in Bengal shade, Le Jacquard Français. Also available as leopard or tiger. Tabbed corner finish. Prices to the public from €75 for the 120cm square tablecloth