

ART DE LA TABLE : ASSORTIR SANS UNIFORMISER

Choix des matières, des couleurs et des textures : plus que jamais dresser une table constitue un exercice créatif. À l'heure du "mix and match" comme inspiration gagnante, les marques et les enseignes partagent leurs conseils et astuces pour bannir l'uniformité, conserver un fil conducteur et capter la clientèle.

■ Par/by Céline Vautard



Luminarc fait du mix and match un véritable terrain de jeu créatif, ici avec l'assiette plate et le bol Feston conjugués à l'assiette à dessert Bloom Prix public à partir de 1,80 € pièce. Luminarc brings mix & match to the table as a genuine creative terrain, demonstrated here with the Feston bowl and flat plate put together with the Bloom dessert plate. Price to the public from €1.80 a piece.

TABLEWARE: MATCHING WITHOUT STANDARDISING

Picking out colours, materials and textures: more than ever, laying a table is a creative exercise. Mix and match is very much the in thing, and has become a winning inspiration – brands and stores are sharing their tips and advice as they strive to banish uniformity, provide core guidance, and reach out to their customer base.

C'est un fait, la vaisselle n'a plus seulement un rôle fonctionnel, elle est devenue un véritable élément de style qui projette dans une ambiance, donne le ton et le "la" d'un brunch, d'un repas ou d'un dîner réussi et, surtout, déclenche l'acte d'achat en boutique. « *Aujourd'hui, on ne dresse plus une table de façon trop rigide ou trop codifiée. On part avant tout d'une intention : une ambiance, un moment de vie, une émotion. La table doit raconter une histoire dans laquelle on se projette, explique Jérémy Saint Clément, responsable merchandising aux services centraux d'Alinea. D'ailleurs, la table dressée est un élément clé de notre mise en scène. Chaque saison, nous aimons raconter une histoire complète à travers de grandes tables dressées. Elles mettent en avant la gamme d'assiettes phare du moment, associée à une ménagère, un linge de table en lien avec les couleurs ou les motifs de l'histoire, un assortiment de deux à trois verres, et une décoration choisie avec soin. L'idée est de créer une table vivante, inspirante, qui permet au client de se projeter immédiatement dans un moment de vie, un repas, une ambiance.* »

LA TABLE : NOUVEAU LIEU INSPIRATIONNEL

« *Aujourd'hui, les clients ont besoin de s'inspirer, donc de voir en situation pour acheter, confirme Véronique Bancells, directrice du style de la marque Atmosphaera. Si nos grand-mères avaient l'habitude de recevoir et de réunir la famille, la culture de la table dressée est beaucoup moins transmise de nos jours et c'est cela que les consommateurs viennent chercher en magasin. Si l'art de la table reste un segment fort et porteur, à nous de donner envie, pas seulement pour les grandes occasions mais pour tous les repas du quotidien, qu'ils soient en intérieur ou en extérieur.* »

Preuve de cet engouement, sur les réseaux sociaux, le tablescajing, ou l'art de mettre la table, explose. Née pendant la pandémie, la tendance n'a fait que prendre de l'essor et, comme son nom l'indique, désigne l'agencement décoratif d'une table avec la vaisselle mais aussi avec toutes sortes d'objets (fleurs, bougies, centres de table) qui contribuent à théâtraliser celle-ci. « *La table dit beaucoup de nous, poursuit Vanessa Leboyer-Père, directrice du retail chez Gien. Pour que celle-ci soit réussie, tout est une question d'équilibre entre les motifs et les unis. Ainsi aux côtés de nos décors phares, nous aimons associer les pièces de Pont aux choux blanc ou encore celles de Filet dont les filets peints à la main (bleu, vert, taupe, rouge, etc., au total 12 couleurs à ce jour) rehaussent la fine faïence blanche. La nouvelle génération l'a très bien compris et elle n'a pas envie d'un total look sur une table.* »

L'ART DU "MIX AND MATCH"

Pour preuve, si elle officie depuis quelques décennies, la tendance du "mix and match" est toujours d'actualité. En français, celle qui signifie : assortir, coordonner, combiner, mélanger, fait plus que jamais recette afin de créer une expression chaleureuse et personnelle sur la table. Une idée qui se veut l'ADN de la marque Céladon, lancée en 2020 par Aurélie Renoux et son mari Martin. « *L'idée est venue durant le confinement. Nous rêvions de vaisselle colorée pour égayer les moments du quotidien, rappelle-t-elle. Pratique, celle que nous faisons fabriquer au Portugal par différents céramistes, passe au lave-vaisselle et au four à micro-ondes. En boutique, nous préconisons de mélanger les pièces pour des tables joyeuses.* »

Et les boutiques Céladon (cinq en propre en France dont deux ouvertures en 2025 et une sixième prévue en 2026) traduisent bien le concept avec de grandes piles de vaisselle,

There is no denying that dishware is more than just functional – it is now a style in its own right that projects a certain ambiance, sets a certain tone, and acts as the anchor point of a great brunch, meal or dinner – and most of all triggers the purchasing act in a store. "We don't lay a table in an overly rigid or codified manner these days. We start out with an intention first and foremost: an ambiance, an occasion, a feeling. The table should tell a story into which we project ourselves, explains Jérémy Saint Clément, the merchandising manager at Alinea central services. Actually, a well-laid table is a key element of our presentation. We like to tell a complete story every season via our expansive dressed tables. Current flagship plates are foregrounded on those tables and matched with a cutlery set and table linen, alongside colours or motifs that are appropriate to the story being told together with a selection of two or three glasses and a carefully chosen table decoration. The idea is to put together a table that is alive and inspiring, a table that gives the customer the opportunity to project themselves into a moment in their life, a meal, an ambiance."

THE TABLE – A NEW PLACE OF INSPIRATION

"These days customers need inspiration, which means that they need to see something in situ before they buy it, says Véronique Bancells, style director at Atmosphaera. Our grandmothers were accustomed to welcoming and bringing family members round the table, whereas these days the art of laying a table is far less likely to be passed down the generations. That's what people are looking for in a store. Tableware continues to be a strong segment that is buoyant and makes people want to make a purchase. That has to be not just for big occasions but also for everyday dining, both indoors and outdoors."

Tablescajing – the art of dressing a table – is big on social media, were evidence needed of the interest. The trend came about during the pandemic and has positively blossomed since then. As the term suggests, it is all about decorative arrangements of a table using dishware as well as other things such as flowers, candles and table centrepieces, all of which contribute to the theatre of the act. "A dining table says so much about us, points out Vanessa Leboyer-Père, retail director at Gien. For that to work well, it's important to strike the right balance between block colours and motifs. What that means in practice is that we try to match our 'white choux' Point pattern pieces or the hand painted Filet mesh-like patterns (that are available in a total of 12 colours right now including blue, green, taupe and red) with fine white earthenware pieces. The next generation has really got the message on that and is not interested in a single uniform look on the dining table."

THE ART OF MIX & MATCH

The mix & match trend has been around for a few decades now, and is clearly very much still a thing. Mix & match is all about co-ordinating, mixing things up, and putting one piece alongside another – more than ever, mix & match is the way forward in creating a welcoming and personalised feel at the dining table. That is certainly the DNA of Céladon, launched in 2020 by Aurélie Renoux and her husband Martin. "We got the idea during lockdown. We were interested in having coloured dishware to brighten up everyday life, she explains, They're practical, and



Avec son jeu de coloris bicolores, la ligne Joy chez Asa permet de jouer avec le dressage de la table. Prix public : à partir de 11,90 € la petite assiette. The Joy line at Asa is a great way to mix up the look of a table with its dual-colour tint combinations. Price to the public: from €11.90 for the small plate.

une grande table où s'empilent les modèles d'assiettes et les différents coloris, un bar à mugs et une table pour s'essayer à composer la sienne en piochant dans les différentes gammes. « *Nous préconisons de mélanger les formes/modèles (grandes, petites ou assiettes creuses, voire bols) et les couleurs autour de trois coloris différents maximum (dont un blanc ou un beige) afin de créer une ambiance*, explique Aurélie Renoux. *Les bleus restent nos couleurs phares mais nous proposons des verts doux, des jeux de rayures, des terracottas, rose minéral ou corail doré... Selon les formes et les émaux (qui offrent des reflets aux pièces et des effets), cela apporte du relief à la table. Nous proposons aussi des pièces pour accessoriser celle-ci : des vases, des bougeoirs et même depuis septembre 2025, un imprimé léopard sur quelques articles (beurrer, tasse à espresso, coquetier, grand bol...).* Là réside tout le concept de Céladon : composer une table qui ressemble à chacun. D'ailleurs, nous constatons que la vaisselle intéresse de plus en plus les hommes mais est aussi un vrai achat de couple. »

DÉCO ET LINGE DE TABLE

Aux côtés de la vaisselle, le relief d'une table passe également par de nombreux autres éléments. « *Pour éviter la monotonie, il faut impérativement jouer sur la décoration et les matières*, note de son côté Véronique Bancells (Atmosphera). *Ainsi, pour certaines gammes, nous allons même jusqu'à proposer une offre de vases et de tiges artificielles, des bougies et du textile qui se combinent à la vaisselle. Chaque détail compte et rallonge le panier moyen.* »

« *Nous proposons de plus en plus de pièces de décoration qui peuvent venir au centre de la table pour dresser un décor (vases, bougies...)* et s'enlever au moment où les plats sont servis, renchérit Vanessa Leboyer-Père chez Gien. *De même que nous déclinons des nappes, des sets de tables et des serviettes qui contribuent à créer l'ambiance.* » De quoi faire perdurer les best-sellers et mais aussi continuer à injecter de



Le mix and match au cœur du concept de la marque Céladon. Mix and match is right at the heart of the Céladon concept.



Vaisselle, sets de tables, présentoir à gâteau, vases et fleurs artificielles : la collection Fleur de rose chez Atmosphera combine tous les éléments d'une table réussie. Prix public : à partir de 2,99 € le set de table. Dishware, placemats, cake presentation plates, artificial flowers and cases: the Fleur de rose collection at Atmosphera brings together everything you need for a successful table. Price to the public: from €2.99 for a placemat.

we get them made in Portugal by different ceramic artists. They can go in the dishwasher and the microwave. In stores, we recommend that the items are mixed and matched to result in a joyous dining table."

Céladon stores (five own-name ones in France including two 2025 openings, with a sixth expected during 2026) are perfectly translating the concept via huge stacks of dishware, a large table stacked with different coloured plates, a mug bar, and a table at which people can try out their own arrangements by cherry-picking nits and pieces from different ranges. *"We recommend people mixing models and variants around such as small and big plates, or deep and shallow ones, or even bowls, and also mixing up colours using up to three colours including white or beige. That creates an ambiance* explains Aurélie Renoux. *Our flagship colours are blue ones but we do also have soft green ones, some stripe variations, terracottas, mineral pink, and gilt coral. Depending on the outlines and the enamels that will reflect the room and create particular effects, all these things bring relief to the tablescape. We also have things that work well as accessories such as vases, candle holders and even the option of a leopard print since September 2025 for some pieces (including a butter dish, espresso cup, egg cup and a deep bowl). That is the concept of Céladon: to put together a table that looks like you. We're also seeing, actually, that more and more men are taking an interest in dishware, and also that it's a genuine couple purchase."*

DECORATION AND LINEN AT THE TABLE

The landscape of a table also entails a number of other things aside from dishware. *"It's critical to do interesting things with decoration and materials in order to avoid any sense of monotony*, notes Véronique Bancells (Atmosphera). *So for some ranges we will even feature artificial*



En Bretagne, Le Design de la Table propose aux particuliers et aux professionnels le nécessaire pour dresser une belle table. Le Design de la Table in Brittany offers everything to trade and personal customers for laying a wonderful dining table.

la nouveauté et des pièces de décoration dont le développement fait partie de la nouvelle stratégie mise en place par la célèbre faïencerie. De fait, sous la vaisselle, les nappes et surtout les sets de tables se renouvellent pour mieux bousculer les codes. En lin lavé, en coton, en raphia ou en fibres naturelles, les matières sont nombreuses et sont un détail supplémentaire à ne pas négliger (voir également en page 59 à 66 de ce numéro).

« Les textures et les matières jouent un rôle essentiel dans la perception de la table. Nous aimons créer des contrastes tactiles en associant des surfaces mates et brillantes, des céramiques texturées, des verres travaillés, ou encore des finitions à l'aspect artisanal. Cela renforce la valeur perçue des produits et apporte de la profondeur au dressage, souligne Jérémy Saint Clément, dont les préconisations alimentent les 35 magasins Alinea. Aujourd'hui, les tendances vont clairement vers des matières plus naturelles et organiques : grès, formes irrégulières, effets faits main, lin lavé, etc. Le client recherche de l'authenticité, du vécu, quelque chose de moins lisse et plus émotionnel. »

INSPIRER ET S'INSPIRER DES CHEFS

Avec onze magasins implantés en Bretagne, la société Le Design de la table a bien compris cette recherche d'authenticité et d'émotion.



Bloomingville joue le mélange des séries de vaisselle pour créer une expression chaleureuse et personnelle sur la table. Ici, un aperçu des collections printemps-été 2026. Bloomingville mixes things up with dishware series to generate a welcoming and personal expression at the table. Shown here is a look at the 2026 spring-summer collections.

stem flowers and vases as well as candles and textiles that go well with the dishware. Every detail counts, and also boosts the average basket." Vanessa Leboyer-Père at Gien explains that "We are offering more and more decoration items that work well in the centre of a table to act as décor such as vases and candles. These might be removed when the food is served, she says, adding that We also have tablecloths, placemats and napkins, all of which add to the ambiance." They are great ways to lengthen the life expectancy of a bestseller and also to keep on injecting novelty and new decoration pieces into the mix – after all, growth is part of the new strategy set out by the celebrated pottery maker. Convention is being overturned beneath the dishware too, with the revamping of tablecloths and especially placemats. Many different materials are being used here including washed linen, cotton, raffia and natural fibres, and these act as extra details that should certainly not be neglected (see also pages 59 to 66 in this issue).

Jérémy Saint Clément, whose recommendations feed into 35 Aliena stores, emphasises that "Textures and materials play a vital role in how people apprehend a dining table. We like to create tactile contrasts by matching matt surfaces with brilliant ones - also textured ceramics, interesting glasses, and artisan-like finishings. All of these things boost the perceived value of products and bring depth to a tablescape, adding that Trends these days are clearly moving towards more organic and natural materials: sandstone, uneven shapes, handmade looks, washed linen and so on. People are looking for authenticity, something that has been lived in, something less smooth and with more feeling."



Le tea time donne également lieu à de jolies tables dressées : ici la nouvelle collection Rouen Or, Gien. Prix public : à partir de 45 € assiettes à canapés. Tea time is also a great opportunity for an attractively dressed table. Shown here is the new Rouen or collection from Gien. Price to the public: from €45 for the canape plates.

Repris par Cécile Gilbert il y a quatre ans et demi, celle-ci dispose de six magasins en propre, de trois entrepôts qui proposent une expérience de vente atypique (lignes courtes avec changement régulier, promotions, grande mise en scène, etc.) et de deux boutiques Les Popottes. « *Le mix and match est notre outil de base, explique Cécile Gilbert. Notre but : moderniser la table à la française en travaillant la couleur, le style et les matières. Nous le voyons au quotidien, le client n'ose pas et a besoin d'être guidé. Notre merchandising est là pour ça. Du linge de table, à la vaisselle en passant par le détail comme la serviette en tissu qui depuis un an est devenue l'une de nos plus grosses ventes, tout est fait pour le plaisir du regard et doit donner envie. D'ailleurs vu les volumes que nous achetons, nous allons réfléchir à peut-être lancer notre propre gamme. Notre force est de proposer beaucoup de stock, du volume. En boutique, les articles sont sans emballage, brut de présentation,*



INSPIRING AND GETTING INSPIRATION FROM CHEFS

Le Design de la table is a company that has 11 stores in Brittany – and they have certainly got the message loud and clear around people's quest for authenticity and feeling. The business was bought by Cécile Gilbert four and a half years ago, and now has six own-name stores as well as three warehouses. On offer is a sales experience with a difference (including short lines with

La collection Jean Dubost Laguiole s'enrichit de nouveaux effets de matière pour ses manches ABS : amazonite, façon bois et en bois naturel et boîte kraft recyclé/recyclable). The Jean Dubost collection gets a boost with new material effects for its ABS handles: amazonite, wood style, and camouflage. Price to the public: €60 for the set of six steak knives (presented in a natural wood block, and kraft recycled/recyclable box)

3 QUESTIONS/RÉPONSES POUR UNE TABLE INSPIRANTE

Comment créer une identité personnelle sans tomber dans le total look... ?

« *S'il existe des codes comme à Noël avec le rouge ou le vert, la touche personnelle se crée ailleurs. Nous encourageons à piocher des idées, à se livrer à des recherches, notamment sur Pinterest qui est une formidable source d'inspiration. On peut s'inspirer d'un détail sur une image, d'une autre ambiance ailleurs, et créer son propre mix. C'est cette liberté qui rend une table unique* »

Jérémy Saint Clément, responsable merchandising aux services centraux d'Alinea.

Comment créer un fil conducteur ?

« *Il faut d'abord penser au moment que nous allons passer : avec qui, pour quelle occasion, quelle saison... ? L'idée est ensuite de traduire cela en coloris (trois coloris au maximum) et en ambiance. Par exemple, pour un repas printanier entre amis, nous mettrons peut-être de la vaisselle aux teintes pastel qui mixe des aplats de couleurs et des motifs, des respirations écruées, différents verres élégants ou colorés, combinée à des chemins de tables, quelques fleurs de saison dans des petits vases, de jolies carafes, des serviettes qui se font remarquer... Il est également possible de réfléchir à la mise en valeur du plat qui sera servi pour vivre un instant chaleureux et convivial* »

Véronique Bancells, directrice du style de la marque Atmospha

Une astuce pour une table actuelle ?

« *En 2026, l'une des tendances phares est la superposition des matières. Sur une grande table, je recommande de poser et de jouer avec deux à trois nappes différentes dans la palette de couleurs de la vaisselle. Oser ajouter des sets de tables et oublier l'anneau de serviette pour les déposer nouées dans l'assiette. Cela donne du rythme à une table. Il est aussi possible de mettre un chemin de table en face à face plutôt qu'en long sur une nappe. Le linge de maison est un outil incroyable qu'il faut sortir de son usage classique.* »

Cécile Gilbert, gérante de Le Design de la table.

3 QUESTIONS/ANSWERS FOR AN INSPIRING TABLE

How can you create a personal identity without slipping into a total look?

“*There are certain codes for Christmas such as having red with green, but you will still be generating that personal touch. We encourage people to cherry pick different ideas and to look around – especially on Pinterest which is a fantastic source of inspiration. You might get an idea from a small detail in an image, and an ambiance from something else, and then create your own mix. It's exactly that kind of freedom that makes for a unique dining table.*”

Jérémy Saint Clément, merchandising manager at Alinea central services.

How might you create a guiding thread?

“*First if all, you should be thinking about what kind of event you will be experiencing – with whom? What's the occasion? What season is it? Then you translate that into colours (up to three) and into an ambiance. For example, you might be thinking about a spring meal with friends, in which case you might have pastel-coloured dishware that mixes motifs with flat tints and hints of ecru, and lots of coloured or elegant glasses combined with table runners, a few seasonal flowers in small vases, attractive carafes, and napkins that act as talking points. You might also want to highlight the dish you will be serving to result in a convivial, welcoming occasion.*”

Véronique Bancells, style director at Atmospha

What tips do you have to create an up-to-date table?

“*A flagship trend during 2026 is to layer one material on another. At a large dining table I would suggest placing and mixing two to three different tablecloths within a palette that is in line with the dishware colours. It's worth being bold by adding placemats and leaving out a napkin ring, and instead putting a knotted one on the plate. It adds rhythm to a table. You can also place a table runner crossways rather than horizontally along a tablecloth. Home linen is an incredible tool, and people should be repurposing it away from its traditional uses.*”

Cécile Gilbert, manager of Le Design de la table.



À table, les rayures se combinent facilement avec des aplats unis. Ici, la collection Aria chez Maisons du Monde. Prix public : 11,98 € le lot de 2 mugs. Stripes go great with single-colour flat tints. Shown here is the Aria collection at Maisons du Monde. Price to the public: €11.98 for the set of 2 mugs.

nous misons sur de grandes tables dressées et des ambiances qui changent environ tous les quinze jours dont nous mesurons l'impact sur nos réseaux sociaux. Dès que nous postons une vidéo, nos ventes s'en ressentent. »

De quoi séduire les consommateurs mais aussi les restaurateurs qui sont friands de beaux merchandising. « Nous travaillons de plus en plus avec des hôtels et des restaurateurs qui découvrent nos gammes et s'inspirent de ce que nous proposons voire avec lesquels nous travaillons parfois à la demande », témoigne Aurélie Renoux (Céladon). Chez Le Design de la table, ce sont même parfois les chefs qui inspirent le merchandising. « Certains sont très forts pour détourner des objets de leur usage. Nous nous inspirons beaucoup de ce que nous découvrons dans de beaux établissements. Par exemple, utiliser une serviette ou un torchon en set de table, détourner un gobelet à thé en vase ou un dessous de plat en bois en sous-assiette... C'est notre façon de faire, cela interpelle et surtout déclenche des ventes », conclut Cécile Gilbert. ●



Arthur Krupp propose un éventail de pièces complémentaires, utilisables seules ou en mix & match pour composer des tables créatives. A l'occasion de la dernière session de Host, elle a notamment présenté en avant-première 5 lignes de vaisselle pensées pour rédiger un récit culinaire en attribuant une pièce à chaque préparation. Celles-ci partagent des formes tactiles et des couleurs sobres, tout en conservant une personnalité propre : Black Clay évoque la fonte brute, Sandie surprend par sa texture veloutée, White River joue l'irrégularité douce et Stonecraft rappelle l'argile naturelle. Ici, les lignes Black Clay et White River. Arthur Krupp features a range of complementary pieces that can be used singly or as part of a mix & match set to create an interesting dining table. At the most recent iteration of Host, five dishware lines were given a preview of pieces that tell a culinary story, in which each piece is attributed to a culinary recipe. All the pieces have tactile shapes and sober colours, each one retaining its own personality: Black Clay evokes a raw cast iron look, Sandie generates surprise with its velvety texture, White River toys with gentle irregularity, and Stonecraft recalls the feel of natural clay. Shown here are the lines Black Clay and White River.

regular refreshes, promotions, and large-scale presentations) and there are also two Les Popottes stores. "Our core tool is mix and match, explains Cécile Gilbert. The aim is to modernise the French dining table by playing around with colour, style and materials. Every day we see that customers are apprehensive and need guidance. That is what our merchandising is there for – everything we do is geared at visual enjoyment and making people want to buy things including table linen, dishware and the smaller details too such as fabric napkins which have become one of our biggest selling items since a year ago. In view of the volumes we are buying, serious consideration is being given to launching our own range actually. What we do well is to offer lots of stock and good volumes. Our items are unpackaged in the store and presented in their raw state – we are very much about the large dressed table and ambiances that are switched around every fortnight, and we measure the impact of all that on social media. The moment we post a video, we see that reflected in our sales."

That is how consumers are reached – but restaurant managers like good merchandising too. "We're working more and more with hotels and restaurant managers are who are finding out about our ranges and getting inspiration from what we do, and we are even working with some of them on demand," points out Aurélie Renoux (Céladon).

Over at Le Design de la table, Chefs are at times getting inspiration from the merchandising. "Some Chefs are great at repurposing things for what they want to do. We get a lot of inspiration from what we see in good places. For example, some will use a dishcloth or a napkin as a placemat, or will repurpose a tumbler as a case, or a wooden plate protector into an under-plate... It's how we do things, it's how we reach people – and most importantly it's how we generate sales," concludes Cécile Gilbert. ●



Villa Arev imagine des assiettes et des pièces décoratives (fruits, vases) en céramique peintes à la main qui viennent théâtraliser la table. Prix public : 50 € la pomme. Villa Arev has come up with decorative pieces and plates (fruits, vases) made of hand painted ceramic that bring a dash of theatre to the table. Price to the public: €50 for the apple.