



# Le nouveau Triangle d'or

## RIVE GAUCHE

En à peine un an, le petit quartier de la rue du Bac, du boulevard Saint-Germain et de la rue de l'Université est devenu le point de ralliement des grandes marques internationales de design. Explications.

**L**es spécialistes haut de gamme du design contemporain ont toujours eu un faible pour les très sélects VI<sup>e</sup> et VII<sup>e</sup> arrondissements de Paris. Pionnière, Knoll s'est ainsi installée dès 1960 sur le boulevard Saint-Germain, tandis que Poltrona Frau y a ouvert sa toute première boutique en 1984. Mais rien à voir avec l'actuelle ruée. En quelques années, les éditeurs, notamment italiens, ont multiplié les ouvertures de showrooms. Tous ont choisi de s'implanter à proximité les uns des autres, dans un périmètre défini par la rue de l'Université, le boulevard Saint-Germain et la rue du Bac. « C'est un quartier prestigieux, élégant, à la fois dynamique et animé, explique Dario

Rinero, PDG de Poltrona Frau. *En plein cœur de Paris, il a su conserver sa dimension humaine. Autant de caractéristiques propices à la mise en valeur du design italien.* » Kartell, Cassina, Roche Bobois et leurs consœurs forment ainsi l'une des plus importantes concentrations de boutiques de design en Europe, et sont en train de transformer le quartier en véritable Triangle d'or, à l'image de la via Durini à Milan.

## Métamorphose

Le phénomène a encore été amplifié ces derniers mois par l'implantation successive des nouveaux showrooms B & B Italia, Poltrona Frau et Poliform Varenna (la semaine dernière), dans les locaux réhabilités de l'ancienne Direction des douanes, cédés par l'Etat à la société d'investissement Carlyle. Mais derrière ce développement exponentiel se cache aussi une métamorphose du goût de la clientèle parisienne. « En dix ans, le consommateur français, généralement sensible à un style plus traditionnel, s'est rapproché du design contemporain », observe Dario Rinero. Les résultats sont flagrants. Après le creux de 2009, Poltrona Frau table cette année sur une progression de ses ventes de 25 % (environ 24 millions d'euros), ce qui fait de la France son deuxième marché, en termes de chiffre d'affaires, après l'Italie. Même constat pour le groupe Silvera, qui a ouvert neuf établissements parisiens depuis 1991, dont plusieurs en association avec B & B Italia, Poliform Varenna ou Maxalto.

**C.M.**



