

unt

its prix.



it ans, comme importateur. *Autec Riva Europe*, est en 4 sociétés brésiliennes. Elle a une cinquantaine de démarques en Europe et four-plets (ustensiles de cuisine, de maison, etc) à des com-arter maritimes. Yvan Cher-quadupler son chiffre d'aff-tre ans. Toute l'activité part *ous réceptionnons un conte-ois chez un logisticien local, our l'activité discount, nous ts d'invendus ou de surplus, ns cash aux entreprises bré-ivité nécessite une trésorerie nous réduisons les frais de rivilégier la distribution.»* Ce l'installation de *Cook Dis-*vestissement hors immobi-ck a été limité à 40.000 €.

**FRÉDÉRIC THUAL** ●

**LE MAGASIN PILOTE COOK DISCOUNT OUVERT EN PÉRIPHÉRIE DE NANTES.**

Importés du Brésil, de Suède ou des Pays-Bas, les produits s'affichent à des prix résolument discount.

complètement bien son univers textile (tissus d'ameublement au mètre, linge de maison ou couvre lits). La précédente mouture datait de 1999 et enregistrait quelque 5.000 visites hebdomadaires. La refonte des sites web de sa filiale *Braquenié*, mais aussi de ses autres filiales *Boussac* et *Fadini Borghi*, les deux dernières acquisitions de l'éditeur, est aussi en projet. ●

## Renoma se diversifie dans la décoration

*La griffe signe des fauteuils-œuvres d'art.*

**R**ENOMA se diversifie dans la déco. La marque de prêt-à-porter vient de lancer une collection de sièges originaux, baptisée *Mythologie* et actuellement exposée dans sa boutique parisienne de la rue de la Pompe. Soit 50 pièces uniques, sièges ou tables basses, de style classique (bergères Louis XV, fauteuils à oreillettes), ornées d'une photo impression d'animal, sur tissu Pvc ou sur laque. L'effet, humoristique, est totalement décalé. «*Nous ciblons un public élitiste, mais aussi les galeries d'art et, bien sûr, les boutiques de mode ou de déco et les grands magasins*», précise le Pdg, Maurice Renoma. Il n'exclut pas de compléter prochainement cet univers par d'autres produits, coussins ou arts de la table. L'entreprise familiale, qui a près de cinquante ans, diffuse ses collections de mode dans un réseau de magasins multimarques et dans ses propres boutiques, en propre ou en partenariat, notamment en Asie. ●

## L'Atelier du Presbytère utilise ses tissus anciens pour l'enfant

**L'**ATELIER DU PRESBYTÈRE repositionne ses collections textiles autour de l'enfant. La marque, fondée en 1997 à Vallabrègues, près d'Avignon, par le couple Thierry et Françoise Méchin-Pellet, était spécialisée, à sa création, dans le linge de maison réalisé à partir d'étoffes anciennes des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles. Aujourd'hui, les fondateurs ont mis de côté les collections de linge de table pour développer du linge de lit et des accessoires textiles pour l'enfant. «*Le tissu ancien se fait rare et cher*, explique Thierry Méchin Pellet. *Nous préférons l'utiliser pour de plus petites surfaces.*» La marque propose ainsi une gamme pratique et amusante de pochettes à bazar, à gros mots ou à doudou, mais aussi des housses de cintre, bavoires, sacs à lingerie. Elle est distribuée dans une centaine de magasins. «*Nous sélectionnons à la fois les boutiques de décoration haut de gamme et les boutiques d'hôtels de charme*», précisent les créateurs. ●