

La nappe reprend du galon

LE MARCHÉ DU LINGE DE TABLE connaît un véritable sursaut grâce à ses nombreuses déclinaisons.

Avec une croissance de 9% en valeur lors des douze derniers mois (données Kantar arrêtées fin octobre), le marché du linge de table est aujourd'hui dynamisé par une large palette d'offres, depuis les nappes jusqu'aux serviettes et sets de table. «*La nappe à proprement parler marque un très léger repli pendant cette période, mais les données enregistrées durant les fêtes de Noël et la fin de l'année vont changer la donne*», indique Hélène Jaricaud, la directrice études de l'unité mode et maison de Kantar. Avec le retour, même limité en nombre de participants, des fêtes familiales et des rencontres entre amis, l'envie de réaliser de belles tables revient en force, constatent les principaux acteurs du marché.

Le grand gagnant Internet

Ils profitent également des efforts mis en œuvre par les chaînes de centre-ville, les spécialistes de la décoration et du mobilier et, plus globalement, les indépendants pour mettre en scène et valoriser cette catégorie de produits. «*Les trois circuits rassemblés enregistrent une belle reprise, jusqu'à comptabiliser un quart des dépenses globales du segment*». Le grand gagnant de la période reste toutefois Internet, qui rassemble désormais 24% du chiffre d'affaires du marché, contre 16% il y a deux ans. «*Le Web est devenu, en peu de temps, le premier lieu de dépenses du linge de table*».

Pour l'été 2022, les nappes affichent des visuels particulièrement forts, tout à fait susceptibles d'attirer l'œil des internautes. Garnier-Thiebaut surprend ainsi avec deux modèles. *Rose des vents* ose le noir d'un jacquard tissé en compte serré pour redessiner la finesse des motifs, quand *Jardin de Bretagne* déploie de gigantesques hortensias sur un 100% lin provenant d'Italie. «*Tous les modèles bénéficient d'un traitement anti-taches qui rend leur usage particulièrement facile*», souligne Mélanie Hodeau, la chargée de communication. Une caractéristique qui a gagné cette saison quasiment l'ensemble du marché, y compris du côté des modèles en lin.

Aux côtés des références classiques en coton ou en lin, *Le Jacquard français* étoffe ses lignes enduites, qui remportent un franc succès, jusqu'aux États-Unis, où elles sont particulièrement appréciées. Le thème *Arrière-pays* se décline en coton enduit pour la nappe, les sets et chemins de table, tout en se déployant également à travers une ligne de coussins, un plateau et des dessous de verre. Sur le thème classique *Portofino*, la marque vosgienne tente un autre type d'innovation, en proposant une nappe à rallonge. «*Le modèle de base est constitué d'un carré de 175 x 175 cm*, précise Béatrice Brandt, la dirigeante. Avec l'aide de petits boutons, il de-



vient possible d'y ajouter, en fonction des besoins, une ou plusieurs bandes d'une largeur de 55 cm.»

Il est aussi question de praticité chez Winkler, qui propose, dans sa gamme *Pompéi*, un coton imprimé doté d'un traitement déperlant. Cela permet d'utiliser la nappe à la fois à l'intérieur et en extérieur. «*La gamme se décline en galettes de chaise, tabliers et torchons*», indique Marianne Kucharski, la responsable de communication du groupe Sde (Winkler, Vivaraise, Ateliers du linge). Avec *Délicia*, Winkler s'invite sur le segment du coton recyclé, encore peu exploré dans l'univers de la nappe. Traité anti-taches, le modèle bénéficie d'une élégante finition en point de cheval.

Exotisme et praticité

Chez Tradilinge, si les motifs se veulent exotiques et joyeux, la matière, quant à elle, doit se montrer particulièrement pratique et facile d'usage. «*C'est indispensable pour séduire les plus jeunes consommateurs*», estime Mikaelle Fumaz, la styliste de la marque. Tradilinge propose plusieurs modèles de nappes en coton enduit anti-taches, aux côtés de damassés faux uris en polyester, qui présentent l'avantage de sécher très rapidement et n'ont pas besoin de repassage.

De son côté, Coucke (groupe Vanderschooten) mise sur les deux grandes tendances du marché, les motifs

forts et les unis intemporels. Dans le thème *Amazonie*, de gigantesques feuilles de palmier se déploient sur un 100% lin, tandis que les nappes *Cambrai*, en 100% coton, se déclinent dans une palette de coloris vifs et joyeux. «*Le modèle est labellisé Origine France garantie*», précise Cécile Demoor, la chargée de communication. Alexandre Turpault, l'autre marque vedette du groupe nordiste, propose avec *Infusion* une édition limitée de nappes en coton brodées, fabriquées en France dans une démarche d'upcycling.

Le grand gagnant des nouvelles collections de l'été 2022 reste le lin, qui est désormais représenté chez une grande majorité de marques. *Blanc Cerise* le met en scène à travers une palette de coloris chaleureux, alors que les finitions bourdon donnent aux nappes une élégance sophistiquée. Quant à la marque *Harmony*, récemment rebaptisée *Haony*, elle poursuit l'extension de ses gammes en lin lavé. «*Fortes d'une quinzaine de modèles, les nappes représentent 10% de nos ventes globales, ce qui constitue une belle performance au regard du marché global*, souligne Lionel Dubos, le dirigeant. *Seule ombre au tableau, l'évolution des prix de cette matière très prisée et plutôt rare*». Pour les prochaines collections, le dirigeant a d'ores et déjà décidé de limiter les laizes des nappes, afin d'annuler ou de limiter l'impact des hausses sur le prix de vente final. ■ A.L.