

Napapijri débarque à Anvers

La notoriété internationale d'Anvers en matière de mode approcherait-elle celle de Milan, Paris, New York où sont implantées des boutiques Napapijri? Toujours est-il que le groupe américain Vanity Fair (VF) a choisi la métropole anversoise pour y ouvrir son premier magasin belge à l'enseigne Napapijri.

Sur 140 m², la marque y propose des collections de sportswear, casual, outdoor et bagagerie pour femmes, hommes et enfants. L'ensemble de l'assortiment véhicule une image qualitative d'aventure et de vie au grand air. La boutique anversoise est la 34^e d'un réseau mondial, appelé à atteindre 55 points de vente à l'horizon 2010. La marque est référencée en outre auprès de 2.500 détaillants multimarques, dont un millier sont établis en Italie. VF compte parmi les plus importants groupes vestimentaires d'outre-Atlantique. Son impressionnante panoplie comprend des marques de jeanswear (e.a. Lee, Wrangler et Maverick), de lingerie (Vanity Fair, Lily of France), de sportswear (Nautica) et de bagagerie (JanSport, Eastpak, Kipling). En 2006, le c.a. consolidé de VF s'est établi à 6,5 milliards de dollars, dégageant une marge nette de plus de 15 %.

P.V.

Info: www.napapijri.com



Sonia Rykiel amarre à Anvers

La boutique Sonia Rykiel qui vient d'être inaugurée au 12 de la Schutterhofstraat à Anvers, sous la voix chaleureuse de la chanteuse belge An Pierlé (White Velvet), est la troisième à ouvrir ses portes en Belgique, après celles de Knokke et de Bruxelles.

Hors de la France, elle est la première à avoir été agencée selon la nouvelle identité visuelle que la griffe française a commencé à dévoiler dans ses boutiques de Paris et de Marseille. Chêne naturel, miroirs clairs et foncés, plomb, laque, inox brillant et moquette évoquent l'avant-garde du look chic décalé, adopté pour revisiter les codes de la marque. Avec une évidente prédilection pour le noir, couleur emblématique de la créatrice. D'une surface de 220 m² étagés sur deux niveaux, l'espace de vente se décrypte comme un parcours de total look. Passé l'entrée dédiée aux accessoires (sacs, chaussures, bijoux, etc.), on accède aux collections fétiches de l'enseigne: le prêt-à-porter de luxe et l' incontournable 'bibliothèque' de pulls. À l'étage dont le décor évoque une salle de fitness, on découvre les essentiels de l'assortiment Rykiel ainsi que la ligne Karma Body & Soul, faite de glamourieux vêtements et accessoires de bien-être et de détente.

P.V.

Info: www.sonirykiel.com

Filippa K à Bruxelles

Et de trois. Après ses deux premiers concept-stores anversois (Steenhouwerstraat, 61 et 65), l'enseigne suédoise Filippa K vient d'en ouvrir un troisième à Bruxelles aux 40-42 de la rue A. Dansaert. Au contraire des deux précités, ce dernier propose à la fois l'assortiment féminin et masculin de la marque.

Déployé sur 250 m², l'espace bruxellois reflète l'image que véhiculent ses collections: murs blancs, matériaux naturels et puits de lumière créent une atmosphère tranquille valorisant la simplicité intemporelle et citadine des articles exposés.

Lancée en 1993, la marque Filippa K a connu une croissance rapide qui lui vaut de s'appuyer aujourd'hui sur un réseau de 25 magasins d'enseigne et de 750 dépositaires multimarques en Europe, en Amérique du Nord et en Océanie. La Belgique est l'un de nos marchés connaissant la croissance la plus rapide, assure le ceo Jan Carl Adelswärd, lequel entend continuer d'y investir avec l'implantation future de deux ou trois concept-stores supplémentaires. Dans notre pays, la marque est référencée en outre auprès de détaillants indépendants d'une cinquantaine de villes.

P.V.

Info: www.filippa-k.com

