Auriez vous des informations et/ou études de marchés sur le secteur du linge de maison, plus précisément le linge de table ?



CC0 Public Domain, via Pixabay

Notre réponse du 28/12/2017

A la Bpi (Paris), nous avons trois études de marché sur ce produit de l'éditeur Xerfi. Ces trois études sont consultables à Bibliothèque publique d'information.

La fabrication de linge de maison et d'articles de literie
Langue : Français
Parution : Nov. 2017
Nbre pages : 180 pages
Code étude : 7TEX02

La blanchisserie et la location de linge
Langue : Français
Parution : Janv. 2017
Nbre pages : 217 pages
Code étude : 7SAE10

L’industrie des arts de la table
Langue : Français
Parution : Févr. 2017
Nbre pages : 241 pages
Code étude : 7CSO11

Base Delphes

Voici une sélection de références récentes sur le marché du linge de maison issue de la base Delphes consultable à la Bpi. Comme vous le voyez, la plupart de ces références provient de la revue *Journal du textile*
D’après le catalogue collectif Sudoc, cette revue est consultable à l’adresse suivante dans votre région (suivre le lien)
MARSEILLE-Musée de la Mode no. 1156 (1989) -…. [lac]
Accessibilité : Disponible sous forme de reproduction pour le PEB
Etat de collection : no. 1156 (1989) -…. [lac]

Le Textile de maison retrouve de l’allant, in : Le marché de la déco
Source : *Journal du textile, 12 décembre 2017 – n° 2360 – pp.24-25*
En 2017, après un premier semestre terne, les spécialistes français du textile de maison investissent et renforcent leur offre afin de se relancer. Des détails au travers de rapides cas d’entreprises. Pas de chiffres. **Descripteurs :** LINGE DE MAISON – STRATEGIE MARKETING – STRATEGIE DE L’ENTREPRISE – ECHANGES EXTERIEURS PAR PRODUIT. **Producteur :** © DELPHES IndexPresse 1

Gabrielle Paris s’ouvre les portes de l’international
Source : *Journal du textile ; 14 novembre 2017 – n° 2356 – p.18*
L’international est la prochaine cible de Gabrielle Paris, marque française de linge de maison en lin. Les premiers

essais vers les Etats-Unis et le Japon, effectués en 2017, ont été bons et laissent penser que le marché est réceptif à ce genre de produits. Après avoir doublé son CA en 2016, l'entreprise va donc faire le pari d'aller voir plus loin que la France en misant sur son offre assez large et sa qualité haut de gamme. Des détails. Pas de chiffres.
Descripteurs : PRODUIT HAUT DE GAMME – LINGE DE MAISON – STRATEGIE INTERNATIONALE DE L'ENTREPRISE – LIN. **Producteur :** © DELPHES IndexPresse 2

Le Textile français préserve l'essentiel
Source : *Journal du textile ; 10 octobre 2017 – n° 2351 – p.16*
Alors que la conjoncture s'est améliorée au premier semestre 2017, le textile a simplement stabilisé son CA. Ses importations ont progressé de +2%, à 8 milliards d'euros, tandis que les exportations ont réalisé +1%, à 4,4 milliards d'euros. Les textiles techniques qui représentent désormais la moitié du secteur se révèlent dynamiques. Les textiles destinés à la mode et à la maison sont quant à eux moins porteurs, avec une stabilisation du CA. Graphique : les salariés du textile en 2016 par catégorie professionnelle, en %. Tableau : répartition des effectifs dans les entreprises textiles en France, nombre de salariés, nombre d'entreprises et effectifs en %. Données chiffrées.
Descripteurs : TEXTILE A USAGE TECHNIQUE – LINGE DE MAISON – TISSU D'HABILLEMENT – TEXTILE – TISSU D'AMEUBLEMENT – MARCHE PAR PRODUIT – ECHANGES EXTERIEURS PAR PRODUIT.**Producteur :** © DELPHES Maxime Mainieri – IndexPresse 3

Dedar donne une meilleure assise à sa croissance
Source : *Journal du textile ; 12 septembre 2017 – n° 2347 – p.31*
L'éditeur italien de textile de maison Dedar a réalisé un CA de 8 millions d'euros sur le marché français. La filiale Dedar France s'impose ainsi comme le premier marché du groupe, devant l'Italie et les Etats-Unis. La plupart de ses autres marchés connaissent également une belle dynamique, au point

que Dedar a enregistré une progression de plus de +12% de son CA global, pour atteindre 45 millions d'euros. Un succès qui s'explique par un niveau d'investissement qui n'a jamais fléchi, encourageant une créativité sans cesse renouvelée. Pour autant, l'export ne constitue pas le seul levier de croissance. Le marché du contract laisse également envisager de belles perspectives. Alors que le groupe réalise 10% de ses ventes dans ce segment, le chiffre atteint 30% au sein de la filiale française. Article court. Quelques données chiffrées. **Descripteurs :** STRATEGIE MARKETING – LINGE DE MAISON – INFORMATIONS FINANCIERES PAR ENTREPRISE. **Producteur :** © DELPHES Maxime Mainieri – IndexPresse 4

Le Textile de maison perd de la valeur en rayons

Source : *Journal du textile ; 20 juin 2017 – n° 2342 – p.20*

Les 4% de croissance des volumes générés en 2016 peuvent constituer un miroir aux alouettes pour le marché français du textile de maison. En effet, mesuré en valeur, ce score n'est pas aussi réjouissant. Un recul de 1% est même constaté, eu égard à la baisse moyenne de 5% des prix. Cette baisse peut également s'expliquer par la nouvelle répartition des parts de marché des différents acteurs. Un levier est utilisé pour enrayer la baisse en valeur du rayon : la mise en place de produits capables de générés un coup de coeur, là où prédominait la raison auparavant. Quelques données chiffrées. **Descripteurs :** LINGE DE MAISON – MARCHE PAR PRODUIT.**Producteur :** © DELPHES IndexPresse 5

Le renouveau de Linvosges

Source : *LSA, 6 avril 2017 – n° 2454 – p.24*

Le spécialiste du linge de maison Linvosges, originaire des Vosges, qui compte un réseau d'une trentaine de boutiques, complété par un catalogue de vente à distance et un site marchand, affiche une dynamique retrouvée. Après un important travail de repositionnement de son offre et de modernisation de son image, la marque est à nouveau sur le chemin de la croissance : son CA a progressé de 5% en 2016, à 92 millions

d’euros. C’est grâce au virage de l’omnicanalité que le vépéciste se développe plus rapidement en France, mais également à l’international : la marque s’attaque au marché allemand en 2017. Des détails. Quelques données chiffrées.
Descripteurs : STRATEGIE MARKETING – COMMERCE ELECTRONIQUE – VENTE A DISTANCE – STRATEGIE MULTICANAL – LINGE DE MAISON – INFORMATIONS FINANCIERES PAR ENTREPRISE.
Producteur : © DELPHES IndexPresse 6

Le textile de maison s’active, in : Le marché de la déco
Source : *Journal du textile ; 13 – 20 décembre 2016 – n° 2319 – pp 28, 30*
En 2016, l’activité des fabricants français de textile de maison est soutenue, et ce, malgré l’érosion de la consommation durant certaines périodes de l’année. Pour trouver de nouveaux relais de croissance, ils sont nombreux à se diversifier, à élargir leur offre, à mieux communiquer et à tenter de s’internationaliser, notamment en s’appuyant sur la « french touch ». Des détails au travers de rapides cas d’entreprises. Pas de chiffres.
Descripteurs : LINGE DE MAISON – STRATEGIE MARKETING – STRATEGIE DE L’ENTREPRISE – ECHANGES EXTERIEURS PAR PRODUIT.
Producteur : © DELPHES Indexpresse 7

Cordialement,

Eurêkoi – Bibliothèque Publique d’Information