



BEATRICE.b
 IS AN ITALIAN FASHION BRAND



Journal du Textile

EN

CHAQUE SEMAINE - TOUTE L'ACTUALITÉ DU TEXTILE, CHAQUE SEMAINE - 72 000 LECTEURS

A la une cette semaine

- LA CIBLE
- CONTENU
- CALENDRIER
- CETTE SEMAINE
- ABONNEMENTS
- ANCIENS NUMEROS
- PUBLICITE
- PETITES ANNONCES
- EMPLOI
- CONTACTEZ-NOUS
- ← ACCUEIL

Sommaire du numéro 2237 du 20 janvier 2015

L'ÉVÈNEMENT DE LA SEMAINE

| | |
|--|----|
| Le naufrage de Bread & Butter marque la fin d'une époque | 6 |
| Quelles alternatives pour les ex-exposants de Bread & Butter? | 8 |
| Les Salons français pointent du doigt des insuffisances commerciales | 10 |

POINTS CHAUDS

| | |
|---|----|
| La mode française est auscultée par le gouvernement | 12 |
| Les soldes d'hiver n'ont débuté qu'en deuxième semaine | 14 |
| Le nouveau Salon de mode enfantine Kid se lance à Paris | 16 |
| Unibaï Rodamco se désengagerait de Comexposium | 16 |
| Burberry a passé de très bonnes fêtes de Noël | 16 |
| Maxime Simoëns et Lvmh mettent fin à leur alliance | 16 |
| Hom passe sous pavillon autrichien | 18 |
| Rena Lange ne soufflera pas ses cent bougies | 18 |
| Gerry Weber fait irruption dans la mode urbaine | 20 |
| North Sails fait monter à bord Robert Polet | 20 |

LE BAROMÈTRE DU MARCHÉ

| | |
|---|----|
| Les ventes de vêtement féminin en décembre 2014 | 22 |
|---|----|

DISTRIBUTION

| | |
|---|----|
| L'immobilier commercial se fait plus sage | 24 |
| Des investissements immobiliers records en 2014 | 24 |

Journal du Textile

Numéro 2237 • 20 janvier 2015

www.journaltextile.com



**La femme
mêle
les époques**

Mêlant les époques, la nouvelle mode de l'hiver 2015-16 conjugue des constructions et des motifs très contemporains avec de nombreuses réminiscences seventies. Page 44



SALONS
Retour sur le naufrage de Bread & Butter
 Pourquoi un événement le prestigieux Salon des modes urbaines créé par Karl Lagerfeld et Karl Lagerfeld a-t-il été abandonné définitivement comme un château de cartes. Page 6



INDUSTRIE
Hom change de mains
 Propriétaire de la marque française de vêtements masculins, le groupe germano-suédois Trough International la cède au puissant spécialiste autrichien des vêtements masculins qui ajoute entre autres la marque Herno. Page 18



MISSION
La mode revient sur les radars publics
 Éloignée au profit de Paris et grande consommatrice des médias de la mode, Lyon CultureMod est changée par les ministères de l'Économie et de la Culture d'être un état des lieux de la mode française. Page 12