



## Catry veut doper la notoriété de ses moquettes

**Le fabricant nordiste va se doter de succursales.**

**C**ATRY veut se forger une image. A l'aube de son centenaire, le petit fabricant nordiste de moquettes haut de gamme entend se doter de son propre réseau de succursales, afin d'accroître sa notoriété et de développer ses ventes. Le premier exemplaire des futurs show-rooms à l'enseigne *Catry* devrait voir le jour avant la fin de l'année dans le vieux Lille, sur une surface de 115 m<sup>2</sup>. Un investissement qui s'élève à 100.000 €. A terme, l'objectif est de multiplier ce concept de boutique, ouverte à la fois aux professionnels (décorateurs, architectes d'intérieur) et aux particuliers, sans doute à Lyon ou à Bordeaux, éventuellement sur la Côte d'Azur, à Nice ou à Cannes.

Bien implanté à Paris, notamment au travers de sa société sœur *Codimat* qui assure 60% de la distribution de ses moquettes, *Catry* veut élargir son champ d'action dans les régions. « Ces points de vente ne présenteront pas uniquement les produits de la marque. Nous allons créer

tout un univers de décoration autour de la moquette », précise Caroline Catry, directrice générale de l'entreprise depuis 2009 et représentante de la quatrième génération aux commandes de l'entreprise nordiste. En dupliquant à Lille un concept déjà déployé par *Codimat* dans ses deux show-rooms parisiens – mais à sa propre marque –, *Catry* espère séduire la clientèle bruxelloise et londonienne.

Fournisseur de lieux prestigieux au travers du *Mobilier national*, *Catry* est également fournisseur du Sénat et de l'Assemblée nationale, ainsi que d'une multitude de grands hôtels et restaurants (hôtels *Bristol* et *Crillon* à Paris, *Hôtel du Cap* à Antibes), sans oublier d'illustres particuliers, tels que Serge Gainsbourg, Catherine Deneuve ou Jackie Kennedy. Implantée à Roncq, dans la métropole lilloise, l'entreprise continue de produire localement 4.000 m<sup>2</sup> par mois de moquettes et carpettes unies ou jacquard, sur sa trentaine de métiers artisanaux à canettes

*Wilton* (essentiellement en laize de 70, mais aussi en deux mètres). Seuls *Masure* et *Flipo*, à Tourcoing, disposent du même outil de production. Ces métiers anglais presque centenaires ont une faible productivité, mais tissent en même temps le dossier et le velours, conférant à la moquette une meilleure qualité et longévité que la simple moquette piquée. Environ 80% de la production est effectuée en laine pure et 20% en polyamide.

La moitié de la production s'inspire de modèles disponibles en catalogue, notamment les dessins classiques, regroupés sous la collection *Escaut* et *Manoir de la Catrière*, mais aussi de motifs plus contemporains (gamme *Co-design*), ainsi que des motifs de la décoratrice Madeleine Castaing, dont *Catry* a l'exclusivité pour le tapis de sol, et d'*Edmond Petit* pour les tissus. L'autre moitié de la production s'inspire de créations réalisées sur mesure à la demande des clients. Une partie des développements, notamment au niveau des coloris, sont assurés à partir des vastes archives de *Catry*, qui possède un patrimoine de quelque 10.000 dessins.

Regroupés depuis l'an passé au sein de la holding familiale *Enneade*, *Catry* et *Codimat* réalisent chacun 3 millions d'€ de chiffre d'affaires. A Roncq, *Catry* emploie 35 salariés, dont une trentaine à la production. Alors qu'il cherche à développer ses ventes hors de Paris, *Catry* entend également accroître son activité à l'exportation, qui pèse seulement 5% de son chiffre d'affaires, avec des agents en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Avec le soutien de *Cci International*, l'entreprise va étudier l'opportunité d'entrer sur de nouveaux marchés et va conforter son label dans l'univers du luxe.

**THIERRY BUTZBACH ●**



### MOQUETTE CATRY.

Le fabricant de tapis devrait ouvrir sa première boutique d'ici à la fin de l'année, à Lille.