

La saga

MARQUE



Pylones, le grand coloriste des petits cadeaux

Il y a plus de trente ans, Jacques Guillemet a fait passer avec humour le marché des petits cadeaux de la banalité aux couleurs et design inspirés.

EN DATES

- 1^{er} mai 1985**
Création
- 1987** Première boutique, sur l'île Saint-Louis (75)
- 2000** Ouverture d'un atelier à Colombes (92)
- 2010** Première boutique en centre commercial, au Carrousel du Louvre
- 2011** Rachat du prestataire chinois de Shenzhen

EN CHIFFRES

- 120** boutiques, dont 35 en France
 - 60 M€** de CA en 2016
 - 300** salariés en France
 - 3000** gammes créées
 - 10 €** de prix de vente moyen des articles
- Source : Pylones

Etre consommateur insatisfait constitue un bon point de départ pour créer une enseigne riche de 120 magasins dans le monde ! C'est la voie suivie par Jacques Guillemet (photo), fondateur de Pylones. « *Au moment de faire des cadeaux, j'étais désespéré par les offres de listes de mariage ou les babioles de cafés-tabac, raconte-t-il. Aucun design ou humour, aucune couleur !* ». L'esthétique de cette mi-temps des années 80 se conjugue en mode noir ou métallique dans d'austères et onéreux objets. Jacques Guillemet va donc se mettre à fabriquer les cadeaux dont il rêve, avec le concours de sa compagne, dans son pavillon de Suresnes, à côté de Paris. Ce sont des bijoux en caoutchouc ou résine, « *originaux, émouvants, accessibles et surtout... colorés !* ». Cet inventeur de cadeaux ludiques voit un signe dans le jour d'enregistrement de son entreprise, la Fête du travail de 1985 !

Les premières collections sont proposées en dépôt-vente dans des boutiques de mode et d'ob-

jets, dont une sur l'île Saint-Louis, à Paris. La cession de ce fonds de commerce offrira à Jacques Guillemet l'opportunité d'ouvrir son premier magasin. Quant au nom Pylones, « *c'est ceux fièrement dressés dans les champs comme vecteurs d'énergie, mais c'est aussi la tour Eiffel ou les entrées de temples antiques*, poétise le créateur. Et la rareté du mot dans les requêtes commerce de Google le hisse au top des recherches ».

Une clientèle à 85 % féminine

Du sous-sol suresnois, la production émigre dans un box de garage, jusqu'à la fabrication par un partenaire chinois en 1990, finalement racheté ! Un atelier de 5000 m² ouvre aussi à Colombes (92). « *Nous avons deux axes de création, détaille Jacques Guillemet. Les objets du quotidien transcendés en les agrémentant de motifs, tels que boule à sucre, brosse à cheveux ou bouteille thermos. Et un design plus formel, perpétuant le style d'objets anthropomorphes ou zoomorphes aussi anciens*

que l'humanité. » La cuillère à khôl de l'Égypte ancienne en forme de corps féminin allongé devient... couvert à salade chez Pylones. Qui invente aussi des ciseaux-oiseaux ou un chat pince à épiler, plus contemporains. Ces trouvailles plaisent aux femmes, qui représentent 85 % de la clientèle. Et « *le langage universel des couleurs* » parle également aux étrangers, séduits par ces souvenirs moins conventionnels que ceux des boutiques à touristes. D'autant que Pylones crée des lignes graphiques dédiées à Paris, Nice, ou Bordeaux...

En 2010, le Carrousel du Louvre héberge le premier Pylones en centre commercial, typologie où la moitié du parc est depuis implantée, jusqu'en Asie, en Amérique latine et dans les pays du Golfe. Ayant longtemps résisté aux sirènes des licences de super-héros ou de blockbusters, l'enseigne a lancé, cet été, une collection Le Petit Prince. Le juste contenu poétique pour fleurir au jardin multicolore de Pylones. ■ **DANIEL BICAUD**