



BUSINESS STORY LA NUIT AMÉRICAINE DE TRÉÇA

Pour ses tissus, Tréca s'approvisionne auprès de Pierre Frey. Pour la décoration des têtes de lit, sommiers et accessoires, il collabore avec des architectes d'intérieur et des designers d'envergure mondiale comme Charles Tassin, Maison Sarah Lavoine, Christian Lacroix, Peter Marino ou encore Pierre Yovanovitch. La collection de têtes de lit Point du jour présentée au Salon du meuble de Milan en avril 2023 était, quant à elle, signée Constance Guisset. « La marque joue à juste titre la carte de la "french touch", portée par un imaginaire de décorateurs, pour se singulariser et créer du désir », traduit Vincent Grégoire, directeur de la prospective auprès de l'agence Nelly Rodi.

Aujourd'hui, Tréca produit sur commande près de 16 000 matelas par an. Compter autour de 15 000 euros pièce dans la gamme prestige,



Ci-contre : Charles-Henri Déon, président d'Adova Group, qui coiffe les marques Tréca, Simmons, Aube Sofa et Hotelys.

En bas : la collection de têtes de lit Point du jour, sortie en 2023, a été conçue pour Tréca par la designer Constance Guisset.

qui réunit le nec plus ultra de la maison. Ces matelas sortent des usines de Reichshoffen, en Alsace, et du site de Beaugency, situé à quelques encablures de Chambord, dans le Loiret. En un an, le fabricant a écoulé une vingtaine de ses lits Auguste. Principalement auprès d'une clientèle fortunée d'Asiatiques, d'Orientaux et de quelques Français. « Nous avons réalisé récemment une vente grâce à FaceTime auprès d'un couple franco-britannique depuis nos boutiques parisienne et londonienne », se souvient Charles-Henri Déon.

LE CHOUCHOU DES CINQ-ÉTOILES

L'arrivée de Tréca aux États-Unis devrait booster les ventes de sa gamme luxe. En Europe, la clientèle continue d'en plébisciter deux modèles iconiques, l'Impérial Air Spring au confort douillet et l'Impérial Pullman, plus tonique, à respectivement 3 600 euros et 4 500 euros le matelas. Des produits auxquels les clients restent fidèles au fil des générations. Difficile, toutefois, de les faire craquer pour des modèles à 10 000 ou 15 000 euros. Peu importe que l'on passe un tiers de notre existence à l'horizontale. Pièce peu ostentatoire, la literie reste le parent pauvre du marché de l'ameublement. Et les lits chers un produit avant tout pour « boomers ». Selon une étude conjointe Ipea, Insee et IFM, malgré l'euphorie actuelle, les ventes de lits n'ont progressé en valeur que de 4,2 milliards d'euros en France entre 2019 et 2022, contre une hausse de près de 26 milliards pour les meubles de jardin.

Tréca compte aujourd'hui 150 points de vente et boutiques en propre, dont une cinquantaine en Allemagne, son premier marché après la France. Le fabricant a aussi élargi son territoire à l'hôtellerie. Depuis 1993, Adova est le partenaire exclusif de LOV Group contrôlé par l'entrepreneur Stéphane Courbit. Ses lits Tréca estampillés « Airelles » sont présents dans les suites de Grand Contrôle, au cœur du domaine du château de Versailles, au Château de la Messardière à Saint-Tropez et aux Airelles de Courchevel. Tréca équipe aussi des palaces et cinq-étoiles comme le Domaine de Manville, aux Baux-de-Provence, le Couvent des Minimes du groupe L'Occitane, à Mane, et Le Mas Les Eydins, dans le Luberon, la nouvelle maison d'hôtes de l'ancien chef étoilé du Petit Nice, Christophe Bacqué. ●

Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend

15 000
EUROS

Le prix moyen d'un matelas dans la gamme prestige de Tréca.



ENTREPRISE À MISSION

L'an dernier, Charles-Henri Déon a décroché pour Adova un autre trophée : le statut d'entreprise à mission. Le groupe s'est engagé à travers son programme « Ressources », qui combine savoir-faire, écoconception, circularité et réduction de la pénibilité pour des salariés.

Pour Tréca, cette démarche se traduit notamment par l'utilisation de matériaux nobles, dont le latex naturel et la laine mérinos d'Arles, réputée pour sa finesse. « Cela véhicule

un message bien-être et écoresponsable essentiel aujourd'hui pour séduire les jeunes générations qui voient dans le lit un espace à vivre », souligne Vincent Grégoire, de l'agence Nelly Rodi.

« Ressources nous a aussi permis de créer un produit unique qui coche toutes les cases afin de répondre aux normes les plus strictes à l'international », ponctue Charles-Henri Déon.