

AMANDINE DE BREVELAY



Amandine de Brévelay
- Paris -

ACTIVITÉ	Fabricant de linge de maison haut de gamme dans des matières naturelles
SIÈGE SOCIAL	13, le Clos du Pont Creux - 56920 Gueltas
DATE DE CRÉATION	Mai 1991
EFFECTIF	2
CA À L'EXPORT	90% du CA à l'export
PAYS D'IMPLANTATION	Etats-Unis

Créée en 1991, Amandine de Brévelay est reconnue pour son linge de maison brodé inspiré du linge de famille ancien, raffiné et délicat. La marque propose du linge de bain, de lit, des nappes, des rideaux, des accessoires, de la lingerie d'intérieur. Ses créations sont empreintes de tradition et de modernité, elles reflètent un véritable savoir-faire à la française. La marque est labellisée «Atelier d'Art de France». Engagée pour le développement durable, Amandine de Brévelay intègre des pratiques responsables dans la fabrication de ses créations produites en France, grâce notamment à l'utilisation de teintures exclusivement végétales. Distribuée dans un réseau de boutiques sélectionnées, la marque « Amandine de Brévelay » est présente dans de nombreux points de vente en France mais également en Europe, en Asie, en Australie et tout récemment aux Etats-Unis.

Sylvette Le Strat co-gérante

« Pour cette 1ère expérience aux Etats Unis, l'accompagnement reçu nous a permis d'appréhender le salon de façon sereine. Un stand de qualité sur l'espace France, la simplicité des démarches et la disponibilité de l'équipe Business France ont fait que nous avons pu consacrer notre énergie sur les relations commerciales. De belles rencontres et la concrétisation de commandes auprès d'acheteurs principalement New Yorkais. »

Business France, l'export gagnant

M. et Mme Le Strat ont décidé d'intensifier leur présence sur le marché américain en s'y déplaçant pour la première fois en août 2017 pour présenter leur marque sur un salon de référence : NY NOW, le salon du cadeau et de la décoration, au sein du pavillon Business France. La société avait déjà quelques clients américains par le passé, rencontrés sur le salon parisien Maison et Objet. Au-delà d'accueillir la marque au sein de son pavillon, Business France a soutenu sa présence en lui faisant bénéficier d'un coaching spécifique aux salons américains, en abordant la question de la logistique et de l'exportation aux Etats-Unis et en présentant son offre à de potentiels acheteurs en amont du salon. La marque, dont c'était le premier salon aux Etats-Unis, a été très bien reçue. Des commandes avec 2 boutiques de décoration à New York ont été enregistrées. Ce fut également l'occasion pour M. et Mme Le Strat de revoir des clients actuels et ainsi leur présenter (et vendre) la nouvelle collection. Les dirigeants de la société ont pu se rendre compte du style recherché par les consommateurs américains, et également mieux appréhender la manière de faire des affaires en Amérique du nord. Un bilan positif et des retombées concrètes pour ce premier grand saut outre-atlantique.