

Le Printemps ouvre une bonbonnière de luxe à New York

L'enseigne française veut séduire les New-Yorkais à partir de ce mercredi avec un « petit grand magasin » qui tient du « concept store » raffiné agrémenté d'un restaurant haut de gamme.



A New York, le Printemps s'installe à Wall Street dans l'ancien immeuble Art déco de la Bank of New York célèbre pour sa gigantesque « red room » recouverte de 200 millions de tesselles de mosaïque. (Gieves Anderson)

Par [Philippe Bertrand](#)

Publié le 11 mars 2025 à 09:30 Mis à jour le 11 mars 2025 à 09:43

Le Printemps fait le pari de l'ouverture d'un magasin [à New York](#). Le point de vente ouvre en catimini mercredi, au coeur du quartier de Wall Street. L'inauguration avec cocktail et petits fours aura lieu le 21 mars, jour du... printemps. Tout ce qui compte dans la mégapole découvrira une bonbonnière à la décoration sans égale. « Le plus beau magasin du monde », s'enthousiasme Jean-Marc Bellaïche, le président du groupe que détient Disa, l'un des fonds d'investissement du Qatar.

La Grosse Pomme n'attend pas l'enseigne que Jules Jaluzot a plantée en 1865 à l'angle du boulevard Haussmann et de la rue du Havre, à Paris. Les « department stores » ne manquent pas : Macy's, Bloomingdale's, Saks, Bergdorf Goodman, etc. La concurrence a poussé des institutions comme Barneys et Jeffrey à la fermeture. [Les Galeries Lafayette](#) n'ont tenu que trois ans et ont quitté en 1994 la tour Trump voisine de Tiffany. Le Printemps a retenu la leçon et joue la différence.

Un « apartment store »

Le site de One Wall Street n'a ainsi pas la dimension d'un grand magasin : 4.000 mètres carrés contre 45.000 pour le navire amiral de Haussmann. « Il s'agit plus d'un 'apartment store', résume Thierry Prevost, directeur général de la filiale Printemps America. « Nous misons autant sur l'hospitalité que sur le commerce », ajoute celui qui a géré l'ouverture du Printemps à Doha, premier jalon de la marque à l'international.

Le Printemps de New York détonne aussi par son implantation loin de la Cinquième Avenue. Le bâtiment qui l'abrite est calé entre l'ancien immeuble du New York Stock Exchange et l'église de la Trinité, en bas de Manhattan, à deux pas de l'emplacement du World Trade Center et sur le chemin des ferries qui naviguent jusqu'à la statue de la Liberté et Ellis Island. « Les banques quittent le quartier, qui accueille de plus en plus de résidents et de touristes », commente Thierry Prevost.



Le Printemps de New York est aménagé comme un grand appartement de luxe. Ici, l'espace de la mode homme, baptisé « la garçonnière ».Gieves Anderson

L'immeuble vaut le détour. Il a été construit en 1930 pour la Bank of New York et constitue l'un des trois fleurons Art déco de la ville, avec le gratte-ciel Chrysler et l'Empire State Building. On y entre par une gigantesque salle cathédrale que l'artiste Hildreth Meiere a recouverte de 200 millions de tesselles de mosaïque rouges et dorées. La « red room », classée monument historique, accueille aujourd'hui les rayons souliers.

Le visiteur pénètre ensuite dans un bar aux allures de boudoir et emprunte un escalier qui mène au premier étage du magasin. Une « salle de bains » avec quatre cabines de soin

présente le maquillage. Les produits de beauté et parfums occupent un corridor en forme de grotte qui débouche sur un plateau salon de 800 mètres carrés exposant la mode femme, avec un coin « garçonnière » pour l'homme et un autre bar à cocktail. Au bout, un deuxième escalier descend vers une « play room » qui possède elle aussi un petit café et une « sneakers room » dans laquelle chaque paire de baskets trône dans une alcôve.



A New York le Printemps joue la carte d'une décoration raffinée, quasi muséale. Gieves Anderson

Le Printemps de New York occupe une configuration en U renversé avec deux piliers au rez-de-chaussée qu'une plateforme relie à l'étage. L'immeuble qui possède une extension moderne a été racheté par l'investisseur immobilier Macklowe Properties. Lequel y a installé entre les deux entrées du Printemps, un supermarché bio [Whole Foods](#) et, au-dessus, plus de 500 [appartements de luxe](#).

Restaurant gastronomique

L'enseigne venue de Paris veut marquer les esprits avec, à l'intérieur de la coque Art deco de son immeuble, une décoration raffinée, colorée et quasi muséale sortie de l'imagination de la jeune architecte française Laura Gonzalez. Celle-ci s'est illustrée par l'aménagement des boutiques Cartier, Christian Louboutin et Pierre Hermé ainsi que du château hôtel Saint James du 16^e arrondissement de Paris. Son style mélange couleurs et matériaux nobles.

Au Printemps New York, les sols alternent les dessins en mosaïque, le mélange de marbre et de bois ainsi que le parquet Versailles. Peintures impressionnistes, céramiques et tentures brodées ornent les murs. Au rez-de-chaussée, le restaurant Passerelle concentre les effets de style. Sous la direction du chef Grégory Gourdet, haïtien d'origine, finaliste de « Bravo », le « Top Chef » américain, trois fois lauréat du prix de la James Beard Foundation, connu pour son restaurant de Portland, The Nines, et formé par le double étoile Michelin new-yorkais Jean Georges, il vise une étoile dès son ouverture.

« Les réservations affluent déjà. Le restaurant est annoncé par les critiques comme l'une des dix ouvertures marquantes de 2025 aux Etats-Unis. C'est un élément cœur de notre

stratégie. Les New-Yorkais travaillent beaucoup et sortent beaucoup. Cela nous apportera du trafic de qualité », explique Thierry Prevost.

Dans ce qui prend la forme d'un grand concept store à la Colette (en plus chaleureux), pas de corners de marques comme dans un grand magasin traditionnel. Les plus de 200 marques (de Balenciaga à Vanessa Bruno en passant par des labels inédits dans la ville comme le malletier Pinel et Pinel) égrènent leurs pièces sur des portants et des étagères comme dans une grande boutique multimarque. « *Dans ce lieu inédit, nous misons beaucoup sur la qualité de l'accueil, argumente Jean-Marc Bellaïche. Il faut que nos vendeurs fassent du « story telling » aux clients pour qu'ils aient le sentiment de vivre une expérience unique ».* A New York, le Printemps, c'est déjà toute une histoire.

Philippe Bertrand (à New York)