



jan 08, 2021 11:05 CET

## Des Arts de la table à Dining & Lifestyle : la division se positionne pour l'avenir

À compter du 1er janvier 2021, Villeroy & Boch rebaptise sa division Arts de la table qui devient Dining & Lifestyle. Ce nouveau nom illustre les modifications mises en œuvre au sein de la division. Aujourd'hui, Villeroy & Boch propose en effet, à travers cette division, bien plus que des Arts de la table, sa gamme de produits est devenue plus variée. Désormais, ces articles embellissent les tables, mais ils apportent aussi une touche d'originalité à l'ensemble de la maison. En outre, ils accompagnent de plus en plus chacun en dehors de chez soi. Avec la porcelaine Villeroy & Boch, il est ainsi possible d'être parfaitement équipé(e) à l'extérieur et de se sentir un peu comme à la maison.

Alors que la demande en services de vaisselle complets et d'accessoires pour la table enregistre depuis des années un déclin constant, les accessoires pour la maison et les cadeaux rencontrent, quant à eux, une popularité croissante. « Nous ne sommes pas les seuls à observer ces changements depuis quelques années. C'est pourquoi, nous nous employons à diversifier notre portefeuille de produits afin de proposer des sources d'inspiration à nos clients pour l'aménagement de toute leur maison. De plus, nos produits constituent bien sûr également des cadeaux parfaits à offrir aux autres et à s'offrir. Avec ce nouveau nom, nous souhaitons désormais faire part de cette transition et montrer que la division est bien préparée pour l'avenir », déclare Gabi Schupp, Directrice Dining & Lifestyle.

### **Une classification des assortiments claire**

L'évolution progressive de la division a commencé au cours des années 2019 et 2020 : le lancement de *Villeroy & Boch Signature* et *like. by Villeroy & Boch* qui, existent maintenant en plus de la marque principale Villeroy & Boch, a marqué une structuration claire de la gamme. « Alors que *Villeroy & Boch Signature* rend hommage à la propre histoire de l'entreprise et réunit nos collections premium, la marque principale continue à proposer des arts de la table et des accessoires pour la maison intemporels et pour tous les goûts », explique Gabi Schupp. « Avec *like. by Villeroy & Boch*, nous souhaitons emprunter de nouvelles voies, explorer l'inattendu et plus particulièrement séduire des groupes cibles plus jeunes. En plus de petites séries modernes, nous accordons une attention toute particulière à la tendance poterie qui plaît toujours ainsi qu'au concept Out of Home. Notre porcelaine doit en effet veiller à ce que même en dehors de chez soi, chacun se sente comme à la maison. »

### **Images à télécharger :**

<https://cs.villeroy-boch.com/admin/share/ebc64142>

---

Marque de prestige, Villeroy & Boch se distingue par l'élégance et l'intemporalité de ses créations, notamment en matière de céramique où elle excelle depuis sa création en 1748. L'entreprise familiale, dont le siège se trouve à Mettlach en Allemagne, est symbole d'innovation, de tradition et de style. Présente dans 125 pays, Villeroy & Boch conçoit des collections design dans les domaines de la salle de bains et wellness, ainsi que dans

celui du ☒ Dining ☒ & Lifestyle.

## Contacts



**Corinne Weyrauch**

Contact presse

Global Brand Communications Dining & Lifestyle

Weyrauch.Corinne@villeroy-boch.com

+49 (0) 6864 81 27 71