



**26/05/2010** Newsletter N°859  
Myriam DE CHASSEY

**Franklin & Marshall s'offre son pied-à-terre français**  
Après Tokyo et Osaka, retour en Europe pour la marque véronaise qui annonce l'ouverture fin juillet d'une boutique à l'enseigne à Toulouse, la première sur le sol tricolore.

**BCBGMAXAZRIA veut reprendre Karstadt**  
Berggruen Holdings s'associe à BCBGMAXAZRIAGROUP pour proposer une offre de reprise des grands magasins allemands Karstadt. La date butoir pour déposer les dossiers serait vendredi.

**Giles Deacon arrive chez Ungaro**  
C'est désormais officiel, Emanuel Ungaro confie « tous les aspects créatifs » de la maison à Giles Deacon, mettant fin aux rumeurs qui circulaient depuis un mois sur son arrivée.

Lorenzo Riva - Autumn Winter 2010  
2011 - Womenswear - Milano - [Voir le défilé](#)

### Textile



#### Le marché du coton bio a crû de 35 % en 2009

Les ventes internationales de coton bio ont atteint les 3,5 milliards d'euros (4,3 milliards de dollars) l'an passé, en hausse de 35%, selon Organic Exchange.

### Luxe



#### Louis Vuitton ouvre vendredi sa Maison New Bond Street à Londres

Dans le calendrier Louis Vuitton, le prochain évènement à ne pas manquer a lieu le 28 mai. Date de l'ouverture de la Maison New Bond Street à Londres, ou « le magasin Louis Vuitton le plus luxueux dans le monde » selon son architecte Peter Marino.

### Beauté



#### Sephora (LVMH) assigné en justice par une association pro-palestinienne

Une association de défense des Palestiniens a assigné la chaîne de cosmétiques Sephora devant le tribunal de grande instance de Nanterre (Hauts-de-Seine) pour interdire la vente de produits issus, selon elle, de Cisjordanie occupée, a-t-on appris de sources concordantes.

### Médias



#### Facebook : neuf marques françaises sur dix ont leur page

Une étude menée par l'agence Performics sur les 50 plus gros annonceurs en ligne montrent une large présence sur Facebook. Le nombre de « fans » resteraient en revanche assez faible, entraînant une prudence des publicitaires.



#### Li Edelkoort chasse les tendances

Connue pour son flair en matière de tendances, Li Edelkoort annonce une journée de séminaire où la mode va se croiser avec l'alimentaire, l'architecture et l'érotisme. Avant-programme...

25-05-2010

**Facebook** : neuf marques françaises sur dix ont leur page

Une étude menée par l'agence Performics sur les 50 plus gros annonceurs en ligne montre une large présence sur Facebook. Le nombre de « fans » resterait en revanche assez faible, entraînant une prudence des publicitaires.



Page Facebook officielle de Lacoste

C'est Lacoste qui tient le haut du classement avec quelque 1,4 million de fans sur sa page officielle. Plus surprenant, c'est le géant du luxe Louis Vuitton (page « The Art of Travel ») qui occupe la deuxième marche du podium avec plus d'un million de fans, suivi par Chanel avec plus de 850000 internautes. Dior arrive en 5<sup>e</sup> position (219 957 fans), suivi à la douzième place par Hermès (102 609 fans), à la treizième par Zadig et Voltaire (83 237 fans), et à la quatorzième par Longchamp (79 075 marques).

Parmi les plus gros annonceurs français, 70 % seraient ainsi présents sur le réseau social au travers d'une page officielle. Un chiffre qui grimpe à 90 % quand on prend en considération les pages créées par les fans des marques. Avec 15 millions d'internautes français utilisant Facebook, le numéro un des réseaux sociaux laisse, cependant, les marques en partie septique. Selon l'étude, 85 % des pages officielles ne dépasseraient pas les 10 000 fans. Constat qui explique le manque de stratégie précise dédiée au support par la marque, ainsi qu'une utilisation parcimonieuse des applications Facebook (jeux, quizz...). Cela expliquerait également des animations seulement mensuelles sur 50 % des pages officielles, quand 12 % ne mettent même jamais leur page à jour.