

Actualité > Mode
 11 avril 2012



Vertigo se relance en France

Vertigo, marque de prêt-à-porter féminin, se relance en France: après l'ouverture d'une première boutique - showroom le 19 mars au 6 rue des Canettes - la griffe inaugurerait, début mai, un deuxième point de vente, 72 boulevard Jean-Jaurès à Boulogne-Billancourt (transaction Monique Ast Immobilier). Mitoyenne des enseignes Muji et Bel Air, ce nouveau magasin s'étendra sur une surface d'environ 50 m² en rez-de-chaussée.



Collection Vertigo printemps-été 2012

L'histoire de Vertigo commence en 1984, lorsque Daniel Mimoun, son fondateur, décide de créer sa marque de prêt-à-porter, construite autour d'un vestiaire féminin haut de gamme. Dès 1985, Vertigo intègre le marché américain, représentant une mode "à la française".

A partir de 2009, la griffe disparaît du marché européen mais continue d'être distribuée aux Etats-Unis (notamment dans son flagship de Los Angeles) où elle compte actuellement une dizaine de points de vente. Ce n'est qu'en 2011 que Nicolas Cohen, 27 ans, reprend l'ensemble de l'activité de Vertigo et décide de sa réimplantation en France. La marque prend alors un nouveau souffle. Alors qu'elle touchait plutôt une clientèle quinquagénaire, son objectif est de cibler désormais les 20-45 ans. La première collection printemps-été 2012 est donc plus moderne, mais toujours positionnée sur du haut de gamme et le travail de matières nobles comme le cachemire et la soie (120 euros la chemise pure soie).

L'ouverture d'une troisième boutique en France, à Paris vers Etienne Marcel, est prévue pour août. Côté produit, la marque compte développer son offre accessoires, proposant dès juin une ligne de sacs, puis, par la suite, une collection de chaussures et de lunettes.