SMEG CHOISIT PARIS POUR L'OUVERTURE DE SON NOUVEAU FLAGSHIP STORE

Après les récentes ouvertures à Vérone, Bologne et Barcelone, les nouveaux Flagships SMEG prévus pour l'automne 2026 s'inscrivent dans la volonté de la marque de renforcer sa présence au cœur des grandes villes européennes. Pensés comme de véritables lieux d'expérience, de rencontre et de partage, ils reflètent l'identité de chaque destination tout en célébrant sa culture, son patrimoine et son art de vivre.

Au cœur de Saint-Germain-des-Prés, un nouvel écrin dédié au design italien fait dialoguer l'identité iconique de SMEG avec l'histoire et l'élégance intemporelle de l'un des quartiers les plus emblématiques de Paris.

Le 28 octobre, SMEG ouvrira son nouveau Flagship parisien au 45 rue de Rennes, au cœur de Saint-Germain-des-Prés. Cette ouverture marque une nouvelle étape dans la stratégie de l'entreprise visant à renforcer sa présence directe en France et en Europe. Dans ce quartier emblématique de la Rive Gauche, reconnu pour son patrimoine culturel, ses galeries d'art, ses cafés historiques et ses adresses de prestige, la marque affirme son ambition de créer un véritable lieu de vie autour du design, de la cuisine et de l'art de vivre.

Conçu comme un espace d'expérience et de rencontre, le Flagship accueillera des événements, des démonstrations culinaires et des rendez-vous dédiés aux professionnels comme au grand public, offrant de nouvelles occasions de découvrir l'univers de SMEG.

Réparti sur deux niveaux, le Flagship Store réunit les collections emblématiques de SMEG, des réfrigérateurs "FAB" au petit électroménager, en passant par les solutions encastrables. Au cœur de l'espace, une cuisine de démonstration entièrement équipée offre un cadre dédié aux contenus culinaires, aux événements et aux expériences de marque.

L'architecture du Flagship fait la part belle aux matériaux nobles et au dialogue entre les traditions française et italienne. Installée dans une façade du XIXe siècle soigneusement préservée, la boutique se distingue notamment par quatre grandes vitrines dont le dessin rend hommage à la silhouette iconique du réfrigérateur "FAB", l'un des symboles du design SMEG.

À l'intérieur, la Pierre de Saint-Maximin, une pierre calcaire issue du bassin parisien et intimement liée à l'histoire architecturale française, côtoie le parquet à chevrons traditionnel des intérieurs parisiens. Le noyer Canaletto et les finitions en terre brute viennent compléter cette palette de matières, créant un équilibre subtil entre héritage local et design italien. Utilisée dans de nombreux édifices emblématiques du patrimoine français, la Pierre de Saint-Maximin confère au lieu une élégance minérale et intemporelle.

À l'étage, l'atmosphère évoque celle d'un appartement parisien raffiné, tandis que le double volume central, baigné de lumière naturelle, s'inspire d'une serre contemporaine. À l'entrée, une grande lanterne de verre évoque la fluidité et les reflets de l'eau, apportant une dimension scénographique au parcours et soulignant la place accordée à la lumière et aux éléments naturels.

Le Flagship met également à l'honneur certaines des collaborations les plus emblématiques de SMEG, notamment avec Dolce&Gabbana ainsi que la collection capsule Porsche x SMEG. Ces collaborations témoignent de la capacité de la marque à dialoguer avec des univers partageant une même exigence en matière de design, de créativité et de savoir-faire.

« Pour SMEG, chaque nouveau Flagship est bien plus qu'une adresse commerciale : c'est un lieu de rencontre où l'identité de la marque dialogue avec celle de la ville, à travers le design, l'art de vivre et les expériences partagées. Après Bologne et Barcelone, Paris représente une nouvelle étape importante de notre développement international. Saint-Germain-des-Prés, avec son identité culturelle et créative singulière, offre un cadre particulièrement naturel à notre univers et nous permet de renforcer nos liens avec nos clients, nos partenaires et l'ensemble de nos communautés », a déclaré Vittorio Bertazzoni, président de SMEG.
Dans un marché où l'expérience occupe une place croissante dans la perception des marques, SMEG poursuit le développement de son réseau de Flagships comme de véritables points de contact avec ses publics. En

associant collections, architecture et expériences, ces adresses font vivre l'univers de la marque au-delà du produit et accompagnent sa croissance internationale, tout en renforçant son ancrage dans les grandes villes européennes.