



## ACTUFRANCE

Île-de-France

# Nouveau showroom pour la miroiterie Charles Costa à Paris



**L**a miroiterie parisienne Charles Costa, implantée dans le XI<sup>e</sup> arrondissement de la capitale, vient d'inaugurer son nouveau showroom baptisé "Glass Lab Paris by Charles Costa". Sur un espace de 200 m<sup>2</sup>, à l'image d'un loft contemporain, il dévoile ses solutions décoratives et à haute technicité pour l'aménagement intérieur et extérieur.

Plus d'une centaine de verres, en échantillons grand format ou mis en situation dans une entrée, une cuisine, une salle de bain, un bureau ou encore un patio, sont à découvrir. Ces solutions sont complétées par des accessoires de finitions (fixations murales, poignées...) afin de proposer des réponses "clé en main", un gain de temps pour les clients.

### QUID DE CHARLES COSTA ?

Créée en 1920 dans le XX<sup>e</sup> arrondissement de Paris, la société se développe au fil des années grâce notamment à des chantiers d'envergure pour des industriels de renom, dans les secteurs de l'automobile, de l'aviation. Dès 1965, elle conçoit des vitrines de boutiques, des baies vitrées tout en verre.

En 1977, elle déménage à proximité dans des locaux plus spacieux, au 77 rue de la Plaine, afin de pouvoir accueillir de nouvelles machines et accroître sa capacité de production.

L'entreprise est reconnue pour sa large gamme de verres en stock, le plus important dans Paris avec plus de 250 tonnes.

Elle enrichit ses références avec une palette de couleurs de glaces laquées dès 2007, puis de verres photo-numériques en 2012. En 2015, elle intègre de nouveaux miroirs de couleurs, des imprimés, des feuilletés tissus et maillages, des verres réfléchissants ou opacifiants, ou encore des miroirs avec réserve pour écran vidéo.

L'usine de découpe et de façonnage, d'une superficie de 1 500 m<sup>2</sup> est aujourd'hui équipée d'outils et de machines programmables à commandes numériques : trois tables de découpe pouvant recevoir des plateaux jusqu'à L. 6 x l. 3 m, une perceuse, une rectiligne et quatre ponts roulants pour la manutention des cadres et des grands volumes. Un atelier de fabrication de double vitrage et un magasin d'accessoires et de consommables complètent le dispositif. L'entreprise emploie 43 personnes qui génèrent un chiffre d'affaires 6,124 millions d'euros (2014).



Alexandre Costa dirige l'entreprise Charles Costa S.A. avec son épouse Anne Costa.

« Ce lieu créateur d'ambiance, unique en Ile-de-France, nous l'avons conçu pour constituer une source d'inspiration pour les particuliers, les professionnels de l'agencement et du bâtiment (architectes, décorateurs, stylistes, designers, artisans...) », explique Alexandre Costa, qui dirige l'entreprise Charles Costa S.A. avec son épouse Anne Costa, responsable du service négoce et distribution.

Traditionnels ou intégrant les dernières tendances en matière de design et de technologie (maillage tissu ou métallique, palette étendue de coloris, impression numérique, réserve pour écran vidéo...), les verres proposés se distinguent par leur fabrication sur-mesure et 100 % française.

### **Des espaces thématiques déclinent les produits verriers proposés**

L'atelier d'architecture Caubet, qui a créé ce showroom, a voulu que le visiteur particulier qui le parcourt puisse se projeter dans son futur environnement, et que le visiteur professionnel puisse proposer des solutions au plus près des attentes de ses clients.

Mis en situation dans plusieurs espaces thématiques (salle de bains, cuisine, salon et salle à manger, entrée, bureau, escalier ou sol et terrasse ou balcon), le verre dévoile son éventail de possibilités pour répondre à tous les imaginaires. Personnalisable en dimensions, couleurs, motifs, textures, types de vitrage..., il démultiplie les idées décoratives.

Enfin, "Glass Lab Paris by Charles Costa" investit également la toile avec son nouveau site Internet [www.glass-lab-paris.com](http://www.glass-lab-paris.com). Il invite les particuliers, professionnels de l'agencement et du bâtiment, à une visite à 360° du nouveau showroom. Les internautes ouvrent des "portes virtuelles" et plongent dans un univers où le verre est maître. Ils peuvent se déplacer à travers les différents espaces, zoomer sur des produits spécifiques exposés ou réaliser un panoramique pour avoir une vue d'ensemble. Une manière ludique de découvrir les dernières tendances en matière de verre décoratif avant de se déplacer pour les manipuler. L'interface bénéficie d'une navigation ergonomique et aisée, organisée sous cinq rubriques "Accueil", "Entreprise", "Showroom", "Fabrication" et "Produits". ■