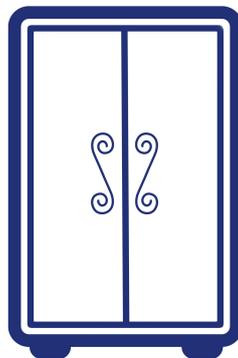


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

MOBILIER

Novembre 2020 – Décembre 2020



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Ameublement: Miliboo pour la première fois rentable en exploitation après un solide 1er semestre

Par Le Figaro avec AFP

Publié le 26/11/2020 à 18:17

Le concepteur et distributeur en ligne de meubles et d'objets de décoration Miliboo a atteint la rentabilité en exploitation au premier semestre de son exercice décalé pour la première fois depuis son entrée en Bourse il y a quatre ans.

Sur la période mai-octobre, le résultat d'exploitation, encore négatif de 1,2 million d'euros il y a un an, est positif, a annoncé jeudi le fondateur Guillaume Lachenal lors d'un entretien téléphonique avec l'AFP. *«C'est le résultat du cercle vertueux dans lequel s'inscrit Miliboo depuis longtemps déjà, avec une hausse des volumes qui permet une augmentation des marges»*, explique Guillaume Lachenal. *«Car plus on vend en quantités importantes, plus on peut faire des économies. Si on lance une production pour 1.000 pièces, et non plus pour 50, notre prix de revient tend à la baisse»*.

Sur les six mois écoulés, le chiffre d'affaires de la société installée en banlieue d'Annecy a progressé de 29,5%, pour atteindre 18,3 millions d'euros. Cette *«croissance rentable»* devrait se poursuivre dans les prochains mois, au point que Guillaume Lachenal n'exclut pas que l'entreprise puisse être *«dans le vert»* au niveau du résultat net sur l'ensemble de l'exercice. *«Nous sommes peu affectés par la situation sanitaire - avec internet et nos boutiques, nous jouons sur les deux tableaux. En novembre, l'impact de la fermeture des boutiques a été largement neutralisé par la progression des ventes en ligne»*.

Guillaume Lachenal a confirmé que le groupe, qui fait fabriquer l'essentiel de ses meubles en Chine, cherchait à renforcer sa production *«made in France»*. *«Le problème, c'est qu'on est très désindustrialisé dans le meuble en France, à part quelques grosses entreprises qui fournissent les grandes enseignes en meubles en mélaminé»*. *«Nous, on est sur du bois massif. C'est un peu tendu sur ce type de produits, à part les canapés, où la France a encore des usines et du savoir-faire. Mais pour trouver du tabouret de bar, il faut aller en Chine»*, regrette-t-il.

D'un autre côté, «les produits "made in France" sont un vrai succès, qui se vendent bien sans dégradation de notre marge». «Sans nous fixer d'objectifs, nous allons avancer pas à pas, référence par référence, en s'autorisant des échecs, en lançant des expérimentations avec de petits industriels, auxquels on donne leur chance. Cela fonctionne plutôt bien», dit-il.

Avec Gautier Meubles, le made in France envoie du bois

+VIDEO // Le fabricant de meubles mise sur sa localisation vendéenne pour convaincre des consommateurs de plus en plus sensibles à l'origine des produits. Gautier Meubles multiplie aussi les initiatives pour réduire son impact sur l'environnement. David Soulard, le directeur général de Gautier Meubles, est l'invité de l'émission « Strategy Club Les Echos ».

David Soulard, directeur général de Gautier Meubles. (Les Echos)

Publié le 24 nov. 2020 à 7:43

« *Le made in France, ça paie* », assure **David Soulard, directeur général de Gautier Meubles**. Installée en Vendée, l'entreprise créée en 1960 par son oncle a su se transformer pour devenir une référence du meuble. A l'origine spécialisée dans la chambre pour enfant, la société a fait de

son origine française une force. *« Au cours des derniers mois, plus de la moitié des personnes rentrant dans nos magasins veulent en savoir plus sur l'origine du produit, souligne David Soulard. La localisation des usines est un sujet important pour elles. »* Une considération que la marque a bien comprise et qu'elle affiche dans ses boutiques, où des photos d'usine sont exposées.

[MEILLEUR MATELAS :...](#)[LISTE DES MARQUES ...](#)

Avis matelas Epeda : le spécialiste des re



Epeda est une marque française traditionnelle de matelas qui existe depuis 1929. Spécialiste des ressorts ensachés, la marque française allie confort et innovations tout en gardant le label France. Avec des matelas qui ne sont jamais vendus en direct, la marque a fait le choix d'un vaste réseau de distributeurs. Parmi lesquels on compte par exemple But, Conforama ou la Cdiscount du lit.

Faisant face à une concurrence toujours plus forte des matelas en ligne, la marque française ne cesse d'innover. Sans pour autant pouvoir changer de modèle économique. Alors quelle est la qualité des matelas Epeda ? Comment se positionne-t-elle face à la montée en puissance des matelas en ligne Emma, Simba et Hypnia ?

Epeda est une des marques de literie traditionnelles les plus connues – et les plus précieuses – avec une large gamme de matelas, nous avons choisi de n'en étudier que deux : nous avons un modèle best seller et un modèle très haut de gamme. Quel que soit le produit de la Epeda fait de très bons matelas à ressorts ou hybrides, il ne faut pas douter à ce niveau.

La marque équipe notamment des hôtels de luxe avec ses couchages. Elle ne se destine pas au très grand public, puisque sa tarification est assez élevée. Seuls quelques matelas se situent "entre 500 et 1 000€", mais la majorité se situent entre 1 000 et 2 000€. Pour un ménage traditionnel, ce coût est vraiment très élevé. Certains privilégieront des matelas 100% en laine, avec des tarifs oscillants plutôt entre 300 et 600€.

1) Le matelas Epeda Bomba, un best seller grand public

Le matelas Bomba d'Epeda est un des meilleurs rapports qualité prix de la marque française. Fidèle à son ADN, Epeda affiche ici un très bon matelas à ressorts ensachés. Présentant une structure moelleuse / mi-ferme pour un soutien ferme et dynamique, ce matelas affiche deux faces pour l'hiver. Il affiche également une indépendance de couchage parfaite provenant notamment de ses ressorts ensachés. C'est ainsi un matelas de qualité que l'on apprécie. Voyons ce qui le compose pour mieux comprendre tout ceci.

Épais de 24 cm, le matelas Bomba se compose de la manière suivante:



- Une couche épaisse de ressorts ensachés recouverte d'une mousse polyester de densité 18 kg/m³
- La face été est en mousse polyester d'une densité de 18 kg/m³ 8 mm ainsi que des fibres hypoallergéniques en polyester toujours.
- La face hiver est faite d'une double couche de mousse polyester d'une densité de 18 kg/m³ et de fibres hypoallergéniques en polyester.
- La housse du matelas Bomba est elle-même faite d'un tissu à 100% polyester plus épais pour l'hiver qu'été évidemment.

L'accueil et le soutien de ce matelas Epeda Bomba sont plutôt fermes. Cela vient de l'épaisseur des ressorts et de la faible quantité de mousse polyester relativement dense. On note la présence de 560 ressorts ensachés qui forment une couche plutôt épaisse. Il s'agit d'un bon maintien et au confort ferme qui ne contient aucun biocide. Il vous faudra le tourner tous les 6 mois afin de bénéficier d'un confort adapté à la saison en question. Ceci peut être contraire à ce qu'on le reconnaît. Cependant cela présente l'avantage d'avoir fraîcheur l'été et chaleur l'hiver sur ce matelas.

- 90×190 cm (couchage simple) = 589,99 euros
- 140×190 cm (couchage double) = 729,99 euros

En terme de rapport qualité prix, c'est une bonne note pour Epeda et son matelas Bomba. En terme de confort, il faudra être sûr à ce prix là d'aimer le côté ferme du matelas. On note enfin que ce matelas est traditionnel dans le sens où il n'est ni comprimé, ni roulé. Il vous faut donc venir le récupérer avec un camion (chez un revendeur) si jamais vous ne souhaitez pas les frais de livraison.

En ce qui concerne les avantages propres à la marque, il faut se rendre directement sur les sites des distributeurs. Prenons l'exemple des magasins But. Vous aurez en achetant ce matelas pour vous rétracter et 5 ans de garantie. La livraison sera elle, payante à hauteur de 29 € mais vous ne récupérez pas le matelas vous-même. Enfin, en terme de facilité de paiement, vous pourrez régler en 3 fois sans frais en carte bancaire.

Les alternatives en ligne au Epeda Bomba

Si le matelas Epeda Bomba est un très bon matelas, vous pourrez aussi trouver des alternatives directement sur internet. Nous allons ici vous parler de quelques modèles en ligne qui tiennent clairement la dragée haute à ce matelas de la marque française. 

Mais une fois de plus n'oubliez pas que le concept est complètement différent. En particulier les marques de matelas en ligne maîtrisent leur chaîne de valeur de A à Z. Elles n'ont aucun intermédiaires (et donc moins de loyers, salaires, logistique), ce qui leur permet d'afficher des rapports qualité prix parfois bien plus séduisants. Elles peuvent aussi se permettre de livrer à domicile, en offrant 100 nuits d'essai et une garantie entre 10 et 15 ans.

Les alternatives à ce matelas à ressorts ensachés :

- Simba Hybrid
- Hypnia Hybride

a) Le Simba Hybrid

Commençons par [le matelas Simba Hybrid](#) qui est clairement un des best-sellers à retrouver sur internet. Plus épais que le Bomba, il affiche 25 cm d'épaisseur et un confort très similaire d'ailleurs de même pour le soutien. Il n'est pourtant pas exactement le même en termes de composition. Le Simba Hybrid affiche une couche de ressorts ensachés qui est moins é

- 90×190 cm (couchage simple) = 454,30 euros
- 140×190 cm (couchage double) = 573,30 euros

[DÉCOUVRIR LE SIMBA HYBRID](#)

Comme vous pouvez le constater, le Simba Hybrid présente un excellent rapport qualité/prix ce n'est pas tout. Vous pourrez l'essayer chez vous pendant 200 nuits gratuitement et sans engagement. Voilà qui marque une différence fondamentale. On pourrait s'arrêter là mais vous offrira aussi 10 ans de garantie, la livraison gratuite et le paiement en 12 fois sans frais.

Encore une fois, difficile de dire [qui est le meilleur matelas parmi eux](#). Cela dit, au niveau du rapport qualité/prix, Simba est plus abordable financièrement – pour une technologie aussi performante. Ne soyez pas tenté par la tendance à privilégier donc Simba. Cela dit, Epeda est une marque française, et on apprécie (et soutient) le savoir-faire français.

1



- Matelas de luxe (Hybrid Pro)
- Expertise **technologique**
- **200 nuits d'essai**
- Gamme efficace d'accessoires

8.6
/10[VOIR L'OFFRE](#)
Noi



Matelas Hybrid Simba © Simba

b) Le Hypnia Hybride

Le Hypnia Hybride est [aussi un matelas Français à ressorts](#). Tout comme son acolyte le d'Epeda, il affiche également un confort de qualité. Ce matelas possède également deux modèles pour l'été et l'hiver, pour un confort adapté à la saison qui convient le mieux. Composé d'une couche de ressorts ensachés, il est lui aussi fait d'une mousse à mémoire de forme haute densité côté hiver et d'une mousse ultra confort côté été. Le résultat est clairement au rendez-vous. Le matelas reste légèrement moins ferme que sur le matelas Epeda.

[DÉCOUVRIR LE MATELAS HYPNIA HYBRIDE](#)

En terme de prix, voici les rapports de prix dans les deux dimensions standards en France :

- 90×190 cm (couchage simple) = 343 euros
- 140×190 cm (couchage double) = 463 euros

Toutefois il n'a rien à envier à son acolyte en terme de confort et de maintien. Coté avant toutefois l'écart se creuse une nouvelle fois. Hypnia affiche une période d'essai de 120 n gratuites et sans engagement ainsi que 15 ans de garantie et la livraison gratuite. Pour f marque française propose un paiement en 3 ou 4 fois sans frais ce qui est en ligne avec distribue le matelas Bomba d'Epeda.

1



Des matelas qui vous ressemblent

- Marque de literie **française**
- Choix d'oreillers, couettes, surmatelas
- **120 nuits d'essai**
- Matelas **végétal** et **sportif**

9 /10

VOIR L'OFFI

[Notre test](#)

2) Le matelas haut de gamme Epeda Volutéa

Passons à présent à une gamme toute autre de matelas : les matelas haut de gamme. (Epeda, le Monsieur luxe de la maison s'appelle Volutea. Affichant 26 cm de confort de fe de soutien optimal aux points de pressions, il s'agit clairement d'un excellent matelas. A ceci qu'il est "Made in France" et contient zéro biocide pour le coté écologique. Voilà qu nouveau best seller chez Epeda. La marque française n'a pas lésiné sur les moyens ici e ressent dans le prix. Toutefois comme toujours dans le luxe, la qualité se paie. 

Encore une fois, le matelas Volutea d'Epeda affiche deux faces été et hiver pour un con en toutes saisons. Evidemment, vous n'aurez qu'à tourner le matelas 2 fois par an afin de fraîches nuits l'été et chaudes nuits l'hiver. En terme de composition, le Volutea est cons comme suit:

- une couche épaisse de ressorts ensachés qui est recouverte par 6 cm de mousse
- sur la face été, on retrouve une couche de lin et de mousse d'une densité de 18 k que des fibres hypoallergéniques en polyester
- sur la face hiver, on remarque la présence d'une mousse à mémoire de forme d'u élevée de 48 kg/m³. On trouve ensuite une couche multi-matières en cachemire qui est assemblée à des fibres hypoallergéniques en polyester.
- Enfin, la housse est en tissu polyester coté été et en polyester et viscose coté hivi

En terme de confort, on peut parler ici de moelleux dans l'accueil et de fermeté dans le Ce matelas Volutea affiche un excellent niveau de confort. Ces zones de confort viendr d'ailleurs soutenir à merveille les points de pression. On notera que pour avoir un confo l'été comme l'hiver, Epeda a donné deux faces à son matelas. Raison pour laquelle vous

- 140×190 cm (deux places) = 1169,99 euros
- 160×200 cm (Queen Size) = 1459,99 euros
- 180×200 cm (King Size) = 1659,99 euros

Comme vous pouvez le constater, nous sommes ici sur des niveaux de prix élevés. Tout qualité et le confort affichés sont de haute volée. Il s'agit clairement d'un matelas haut de gamme qui a tout pour vous combler la nuit comme le jour. Le seul petit bémol c'est qu'il vous faudra retourner deux fois par an. Ceci en vue d'obtenir le confort optimal procuré par ce matelas. Vous notera que ce n'est clairement pas rédhibitoire au niveau de l'achat. Toutefois tous les détails comptent surtout à ce niveau de prix.

Encore une fois en terme d'avantages, en l'achetant chez But, vous aurez 14 jours de rétractation et une livraison payante à hauteur de 29 euros minimum, et une garantie de 7 ans sur le matelas. Enfin, vous pourrez régler le matelas Epeda en 3 fois sans frais par carte bancaire.

Une alternative sur internet ? Le Diamant Noir

Il s'agit là du matelas hybride le plus haut de gamme que vous trouverez chez un spécialiste de la literie en ligne. La marque Allemande a lancé sa campagne de matelas à ressorts à [Le Emma Diamant Noir](#). Déjà auréolé du titre de "produit de l'année 2020", il a bien plus que ses concurrents. Ses caractéristiques sont loin de se résumer à sa couche de ressorts ensachés de qualité. Affichant un confort et un soutien ferme, le Diamant Noir a de quoi faire de l'ombre au Volutea d'Epeda à bien des égards. Voyons ce que cela donne en terme de composition tout d'abord.

[DÉCOUVRIR LE EMMA DIAMANT NOIR](#)

Concernant sa structure interne, le Emma Diamant Noir est fait d'une mousse froide HR puis d'une couche épaisse de ressorts ensachés. On trouve ensuite une mousse de confort adaptative et une mousse Diamond Degree à base de graphite. Enfin, une housse thermorégulatrice vient enrober le tout avec soin. Epais de 25 cm, ce Emma Diamant Noir a une composition unique notamment sur la partie mousse et l'allie à merveille aux ressorts ensachés. Il a l'avantage de ne posséder qu'un sens et vous n'aurez ainsi pas à le tourner.



Emma Diamant Noir © Emma

Pour ce qui est du confort, il est moelleux de par les mousses supérieures et dynamique et une couche épaisse de ressorts ensachés. On trouve un soutien ferme qui vient des ressorts et de la mousse froide. C'est ce qui va donner le bon contre poids à la pression exercée sur le matelas par les points de pression que sont les hanches ou bien les genoux et la tête. Finalement, en fonction des rapports de prix [en lien avec les tailles du matelas](#), voici ce qu'il ressort de ce Emma Diamant Noir:

- 140×190 cm (deux places) = 1199 euros
- 160×200 cm (Queen Size) = 1299 euros
- 180×200 cm (King Size) = 1399 euros

Tout comme pour le Volutea, nous sommes sur des prix qui sont élevés. Mais c'est le prix à payer pour un confort absolu au lit. On remarque toutefois qu'en 140×190 cm, les prix sont proportionnels à la revanche dans les tailles Queen et King Size, l'écart se creuse. Le Emma Diamant Noir est alors comme moins cher que le Epeda Volutea. On apprécie vraiment en plus que ce matelas permette d'atteindre le sommeil profond plus rapidement. Cela vient de sa mousse en latex qui absorbe la chaleur. Ceci rend le sommeil de meilleure qualité et plus réparateur.

Pour finir, en terme d'avantages, il y a un grand écart entre But et Emma, tous deux spécialistes de la literie. [Emma affiche 100 jours d'essai gratuits](#) et sans engagement, 10 ans de garantie.

A choisir le Emma Diamant Noir, vous pourrez l'essayer de la meilleure des manières qui vous conviendront. Et ceci pendant 100 jours en étant satisfait ou remboursé. Si vous avez besoin d'avis sur la marque, [notre avis Emma vous en dira davantage](#).

1



- Emma Original, le n°1 en France
- 100 nuits d'essai
- Elu Produit de l'Année 2020
- Excellent rapport qualité prix

9.5
/10

VOIR L'OFFRE

[Notre test](#)

Concept: Epeda vs les marques de matelas en ligne

Il y a une différence fondamentale de concept entre les matelas Epeda et les matelas Emma, Simba et Hypnia. Les matelas Epeda sont de très bonne (voire d'excellente) qualité et il faut en dire la dessus. Nous allons ici parler du contrôle de la chaîne de valeur de la fabrication. C'est là que vous allez réaliser pourquoi les matelas Emma ou encore Simba et Hypnia sont si chers.

Epeda fabrique depuis presque un siècle des matelas "Made in France" de qualité d'ailleurs reconnue pour cela. Nous ne mettrons jamais en cause la qualité des matelas avec Bultex et Dunlopillo, c'est une des marques de matelas traditionnelles les plus connues en France. Toutefois, Epeda ne vend ses matelas ni en ligne, ni en boutiques Epeda. Tous les matelas Epeda sont achetés par des revendeurs qui les affichent ensuite dans leurs boutiques physiques ou en ligne. On parle là des magasins But, Conforama ou encore du Magasin de La Poste.

Et bien pour les matelas vendus 100% sur internet, le concept est tout autre. Elles considèrent que ce modèle économique ne permet pas aux Français d'obtenir les meilleurs rapports qualité/prix. Voilà pourquoi elles ont opté pour un modèle économique différent. En voulant maîtriser toute la chaîne de valeur de A à Z, elles ont ainsi supprimés les coûts d'infrastructures et les intermédiaires.

Voilà comment Emma, Hypnia et Simba arrivent à afficher des rapports qualité/prix à 20% moins chers que des matelas équivalents en boutique. Mais ce n'est pas tout puisque vous avez forcément remarqué l'écart de niveau en terme de services et d'avantages proposés. Nous allons vous faire tester le matelas sur le fait, les marques en ligne ont décidé de vous offrir une [d'essai à domicile gratuite et sans engagement d'au moins 100 jours](#). Vous aurez beau dire, n'y a rien de mieux pour essayer son matelas. Les autres atouts viennent du modèle économique qui est différent.

en 180×200 cm arrive dans un carton. Carton que l'on peut même mettre dans une citac déplacer. De l'achat à l'essai en passant par éventuellement un retour gratuit: les marqu matelas en ligne ont bouleversé la manière d'acheter un matelas. Et visiblement, cela p jamais autant de matelas n'ont été vendu sur internet qu'en 2020.



Matelas AÉROLITHE © Epeda

Notre avis sur les matelas Epeda

Vous l'aurez compris, notre avis sur les matelas Epeda est très positif. Les deux modèle: avons sélectionné sont deux des best seller de la marque. Et après les avoir étudié, on: confort de fermeté. Ils présentent également un soutien des plus efficaces ce qui soula dos, vos cervicales et vos hanches à merveille. Mais attention, la concurrence est féroce notamment en ligne. Simba, Hypnia et Emma ont le vent en poupe et affichent des rapp prix exceptionnels.

[DÉCOUVRIR LA GAMME EMMA MATELAS](#)

déléguant la vente de ses matelas, Epeda laisse aux distributeurs le soin de fixer les prix des matelas. Voilà pourquoi aussi, comme on l'a montré, les prix des matelas Epeda sont en générale plus chers. Bien entendu on veut dire en comparaison de ceux des marques cibles en ligne.

Epeda



MOYENNE



 DÉCOUVRIR EMMA



CONTACT

MENTIONS LÉGALES

CO

Copyright © 1997-2020 MacPlus.net

❤️ **Profitez du Black Friday Amazon !** ❤️ GO !

🕒 mardi, décembre 01, 2020



lecodunord.fr

TÉLÉPHONE

CONTACT E-MAIL contact@lecodunord.fr

LOCALISATION Paris

[Home](#) > [Nos constructeurs de Tiny house français](#)

Nos Constructeurs De Tiny House Français

Une récente innovation en matière d'habitation vient offrir une nouvelle option d'habitat : la tiny house ou micromaison. Ce type de maison plus petit que les modèles ordinaires en séduit plus d'un pour plusieurs raisons. Mais vers qui se tourner pour avoir sa tiny house ? Dans cet article, découvrez des éléments de réponse à vos préoccupations.

Avant tout : pourquoi se faire construire une tiny house ?

Le concept de la tiny house émane d'une régression permanente de la surface habitable des pays. Ce nouveau type d'habitation occupe moins d'espace qu'une maison normale avec les mêmes fonctions. L'obtention d'une Tiny house ne nécessite pas un permis de construire. Elle vous [évite beaucoup de dépenses](#) et de démarches administratives. D'un autre côté, la mobilité de certains modèles de tiny house fait qu'on peut se déplacer avec sa maison. La tiny house s'adapte aussi bien à un esprit aventurier qu'à un esprit conservateur et très posé. Cette micromaison vous offre une possibilité de faire du bien à la nature en réduisant les effets néfastes des maisons conventionnelles. Mais vous ne pourrez certainement pas arriver à obtenir votre propre micromaison par vous-même. Dans le cas de l'achat comme de l'autoconstruction, les constructeurs vous accompagnent pour un résultat de qualité.

❤️ Profitez du Black Friday Amazon ! ❤️ GO !

première qualité.

L'atelier des branchés

Constructeur polyvalent, l'atelier des branchés accompagne ses clients dans l'achat ou l'autoconstruction d'une tiny house. Cet atelier offre ses services pour une micromaison fixe ou sur remorque. Les artisans de l'atelier des branchés offrent des maisons faites dans de bons bois résineux ou feuillus issus des chênes, Châtaigniers, Peuplier, Douglas, Épicéa et autres arbres de la Bretagne. L'atelier des branchés fait aussi la promotion d'une économie locale et travaille donc avec des artisans compétents situés à proximité. L'amour pour la planète aussi fait qu'ils n'utilisent que du matériel écologique. Ces artisans accordent une attention particulière à tous les détails et pourront donc vous satisfaire aisément. Ils vous offrent des modèles sur mesure ou sur catalogue.

Le baluchon

Spécialiste du sur mesure, le baluchon possède des locaux physiques et une plateforme en ligne pour assurer l'interaction avec ses clients. Le baluchon offre des modèles sur mesure typiquement français et construits uniquement à l'aide des mains. Soucieux de l'écologie, le baluchon ne se livre à aucune pratique qui porterait préjudice à la nature. Il possède une équipe spécialisée dans le choix des bois pour assurer une très bonne qualité à la construction. Dans la condition d'une autoconstruction, le Baluchon vous offre des outils de qualité et assez adaptés aux travaux.

L'atelier « La tiny house »

« La tiny house » se trouve être un des constructeurs les plus célèbres de France. En plus du choix de matériaux de qualité et d'une conduite écoresponsable, « la tiny house » accorde une attention particulière à l'exploitation de l'espace intérieur de tous ses modèles. Le plus vieux et le premier constructeur de tiny house en France offre ses services aux acheteurs comme aux autoconstructeurs.

Peut-on construire soi-même sa tiny house ?

Vous pouvez choisir de vous acheter une tiny house ou carrément de la construire par vous-même. Mais pour la deuxième option, il faudra être bricoleur et être en mesure de suivre des vidéos sur la construction de mini maison. Gardez aussi à l'esprit que la Tiny house porte un espace intérieur nettement en dessous de celui des habitations normales et est souvent en bois. Elle peut être mobile (sur remorque) ou fixe. Vous pouvez l'installer n'importe où. Ce qui serait avantageux pour vous est de réaliser une construction qui peut accueillir jusqu'à trois ou quatre personnes environ.

La saga du LIT

22H27 - samedi 14 novembre 2020



ERWAN DONVAL, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE MAISON DE LA LITERIE : « LA CHINE, C'EST LE CONTRAT DU SIÈCLE POUR UNE PME FRANÇAISE »



Une PME française qui perce en Chine et exporte la marque France, cela mérite d'être salué ! En cinq ans, le groupe Maison de la literie va doubler sa taille grâce à un partenariat avec le leader chinois de la literie, le groupe De Rucci. Entretien avec Erwan Donval, directeur général du groupe Maison de la Literie.

Erwan Donval, quelle est la situation du groupe dont vous êtes le directeur général, Maison de la Literie ?

[NEWSLETTER / S'INSCRIRE](#)
[RECHERCHER](#)
[EDITO DE MICHEL TAUBE](#)

[NOS CHRONIQUEURS](#)

[A VOTRE SANTÉ !](#)

[ISLAM DE FRANCE, ISLAM DES LUMIÈRES](#)

[ACTU'FOLIES](#)

Notre société se porte bien. Mais l'environnement et la situation globale sont alarmants. On nous parle des dispositifs d'aides, mais nous n'en bénéficions pas, alors que nous subissons des contraintes dont peu de lecteurs peuvent mesurer l'ampleur. Oui, nous pouvons recourir au chômage partiel, mais toutes les entreprises -telle la nôtre- entre cinquante et 5000 salariés sont clairement laissées à leur propre sort. A croire que ce pays serait constitué uniquement de LVMH et de quelques petits commerces, de menus ateliers et de quelques fermes, avec moins de cinquante employés. C'est ahurissant !

Vous vous développez fortement à l'international et votre déploiement passe par la Chine. C'est vous qui êtes allés chercher les Chinois ?

Ils sont venus nous chercher il y a cinq ans. Pierre Elmalek, le fondateur et PDG du groupe, les croisait depuis des années. Lorsque je suis revenu dans le groupe il y a quatre ans, nous avons convenu avec Pierre que cette opportunité de s'entendre avec le numéro 1 chinois de la franchise permettrait de démontrer que notre modèle est exportable et adaptable dans le monde entier. Notamment de repartir sur les Etats-Unis où nous avions tenté une percée il y a quinze ans.

Quel est l'enjeu de taille de cette ouverture sur la Chine ?

Nous sommes déjà présents en Afrique et en Europe mais, grâce à cet accord historique avec de Rucci, en cinq ans, le marché chinois devrait nous permettre de doubler de taille.

Le contrat a été signé en décembre 2018 et nous avons ouvert en 2019 un premier magasin à Shanghai, la ville la plus dynamique de « l'Empire du Milieu », un de ces dragons autour desquels tout tourne, et tournera encore longtemps. Une mégapole mondiale. Un cinquième magasin s'ouvre en décembre à Lanzhou et sont donc déjà ouverts deux magasins à Shanghai, un à Xuzhou, un à Dongguan, la base de production des usines et le siège social du groupe de Rucci.

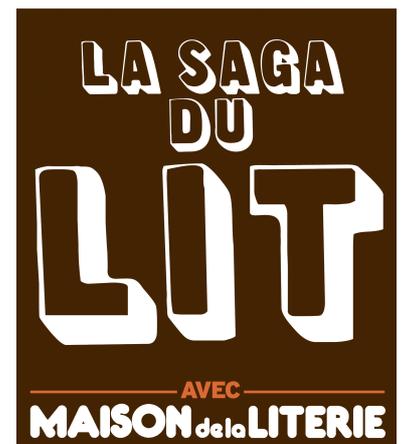
L'objectif du contrat est de déployer 300 magasins en cinq ans en Chine. En France nous sommes 300 magasins. Bref l'enjeu est de dupliquer en cinq ans ce que Pierre Elmalek a mis 40 ans à déployer en France.

Mais le plus important n'est pas là. Je ne peux citer toutes les villes dont partiront d'autres implantations, comme des pétales s'ouvrant du cœur d'une fleur. Cette dimension dépasse tout ce que nous pouvions connaître ici en Europe. Seule la Covid a freiné - mais ce n'est que temporaire - ce déploiement qui monte sérieusement en puissance.

Au-delà des chiffres, notre partenariat se déploie au moment où la classe moyenne explose en Chine. Rien que notre partenaire chinois, c'est quatre mille points de vente et cinq milliards de dollars de chiffre d'affaires : ça résume. Quand vous savez que derrière cette société et ses milliers de



MARRAINES & PARRAINS
D'OPINION INTERNATIONALE



SOLUTIONS POUR LA FRANCE

*Transformer avec vous
les colères en solutions*

collaborateurs – une assemblée générale tient plus du meeting que du salon de thé- disposent des dizaines de milliers de magasins sur l'ensemble du territoire chinois, vous réalisez avec une grande fierté que des centaines de millions de dos chinois vont désormais se poser sur un lit de notre confection.

Y a-t-il eu transfert de technologie ?

Aucun. Les Chinois veulent du made in France, le drapeau français sur les étiquettes. Donc nos produits sont fabriqués en France et exportés sur place. A horizon des 350 magasins en Chine, nos capacités de production en France seront saturées. Nous avons prévu de rediscuter quand ces magasins auront ouvert pour convenir éventuellement de produire sur place certaines lignes de literie, sauf le très haut de gamme qui sera toujours fabriqué en France.

Il n'y a pas de joint-venture mais un partenariat où nous nous rétribuons sur les achats de notre partenaire chinois.

La marque France a-t-elle joué dans la décision de vos partenaires chinois ?

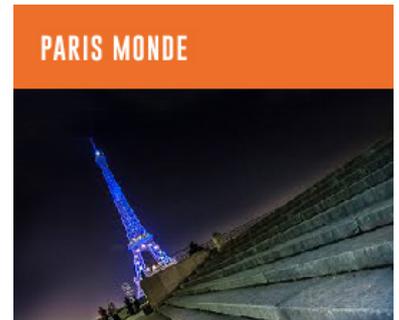
Lors de la signature de ce qui est pour nous « le contrat du siècle », le nom de « Paris » s'est imposé naturellement sur la déclinaison chinoise de notre marque. Le culte que les Chinois portent à notre ville, le prestige qui en découle, ne sont pas indifférents. Nous avons été témoins de la fierté qu'a ressenti Wang Bingkun, le président du groupe de Rucci, lorsqu'il a reçu la Médaille de la Ville de Paris.

Cette valeur France joue aussi sur les prix. Un ensemble de literie de luxe – car nos produits sont d'une extrême qualité – vendu vingt mille euros le sera quatre-vingt mille en Chine, parce que les clients exigeront des améliorations, ici et là, et surtout par l'effet des marques « France » et « Paris ».

Un des aspects les plus déroutants dans les relations avec les Chinois est leur « façon de fonctionner » qui demeure circulaire.

C'est exactement cela. Il y a eu quelques années de flirt dirais-je, de nombreux aller-retour. On avance on recule, on se dit oui, on se dit non. Il a fallu s'approprier les uns les autres sur toutes les dimensions du projet (sécurisation de marque, respect des concepts et de la décoration, rémunérations...). Bref plus d'une année et demi de discussions.

En termes de négociations, ce fut parfois déroutant. Vous arrivez, vous exposez pendant trois heures ce que vous avez à dire et pour finir, vous observez des visages approuvateurs en apparence, et souriants. Vous allez



LA RUBRIQUE BLEUE



LE REGARD DE MOISE B



« La Colombe de la Paix » de
Picasso
Novembre 2015

RECEVEZ LE REGARD DE MOISEB

boire une tasse de thé, tout le monde vous sourit, vous vous absentez vingt minutes et vous apprenez à votre retour qu'il ne faut pas procéder comme vous l'avez fait.

C'est surprenant, déstabilisant la première fois, mais si l'Asie fonctionnait comme l'Europe ou les Amériques, cela se saurait. C'est ainsi. Avec leur méthode, on peut « brosser » et « rebrosser » toutes les questions. C'est tout sauf une perte de temps. C'est le point clé à comprendre si l'on veut avancer avec eux.

Je ne vous apprends rien, les choses ne se passent jamais comme on les programme, lorsqu'on entre en relations d'affaires en Asie. C'est un peu la procession d'Echternach. Trois pas en avant, deux pas en arrière. Voire le contraire ! Il faut du temps, beaucoup de patience et de métier pour conclure. La vérité, désormais bien connue, est que vous êtes pesé, observé, et pour dire les choses carrément, mis à l'épreuve. Pas seulement dans votre compétence professionnelle d'homme d'affaires, la qualité de vos produits, mais sur votre robustesse personnelle. C'est ainsi.

Quelles sont les clés de la réussite chinoise ?

J'en citerai au moins une : une compagnie chinoise s'adosse à l'Etat pour financer son développement international. TOUS les salons d'exposition que les Chinois ouvrent à l'étranger ou sur leur territoire pour attirer des investisseurs sont financés en totalité – je dis bien en totalité – par l'Etat.

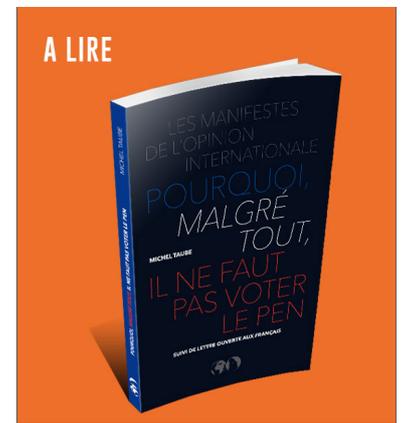
Par curiosité, quel est le meilleur lit pour un Chinois ?

Pour qui connaît l'Asie, et son Histoire, cela n'est qu'à moitié étonnant : une couche « extra-ferme ».

Il y a donc un futon chinois ?

Oui, en d'autres termes, cela signifie une planche de bois – mais d'un beau bois – enrobée de tissus et matières variables. Un habillage matelas en somme. Nous avons donc dû adapter notre offre au niveau du confort. Pour autant, ne nous y trompons pas. Les Chinois grandissent, leurs mœurs évoluent et se rapprochent de nos schémas. Même si le goût des formes pures l'emporte en Asie. Qui s'en plaindrait ?

Propos recueillis par Michel Taube



Les cuisines Hygena font leur retour et défient Ikea avec du made in France

Stoppée depuis cinq ans, la marque Hygena a été rachetée par un groupe vosgien. Ce dernier a engagé sa relance sur les cuisines premiers prix.

Hygena parie sur un nouveau concept, qui permet au consommateur de concevoir et payer sa cuisine en ligne puis de la recevoir en quinze jours grâce à une fabrication en France.

Hygena est positionné sur le segment des cuisines prêtes-à-monter, qui représente 53 % en valeur des cuisines intégrées vendues en France (DR)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 19 nov. 2020 à 11:17

Hygena, la célèbre marque de cuisine née en 1925, est de retour. L'enseigne avait disparu des radars en 2015, après être passée de main en main, dont celles du suédois Nobia, leader

européen du secteur. Son dernier propriétaire, le groupe **Fournier**(Mobalpa) avait transféré ses magasins il y a cinq ans sous sa propre enseigne SoCoo'c, et mis en sommeil la marque. Mais Hygena revient sur le devant de la scène depuis ce printemps, avec déjà 4 ouvertures de magasins dans l'Hexagone.

La marque a été rachetée fin 2019 par une entreprise des Vosges, WM88, fabricant français de cuisines et salles de bains sous marque blanche. Il produisait jusque-là pour la grande distribution (Castorama, But, M. Bricolage...), et voulait changer de dimension. « Nous souhaitons profiter de la notoriété d'Hygena qui reste très

ACCUEIL **MARQUES DE FAMILLE** 16/11/2020

Ligne Roset, la folie des canapés design

SAISON 2020 - 2021 06h00, le 16 novembre 2020

AA



PODCASTS

TÉLÉCHARGER

Partagez sur :



Il y a d'abord eu les crosses pour les ombrelles, puis les chaises d'inspiration scandinave... Mais c'est avec ses canapés très design que Ligne Roset connaît un succès international. Dans le 5e épisode de "Marques de Famille", le podcast d'Europe 1 Studio, en partenariat avec Harmonie Mutuelle, Elisabeth Assayag vous raconte l'histoire de cette entreprise française centenaire en compagnie d'Antoine Roset, directeur marketing et représentant de la 5e génération à la tête de Ligne Roset.

Quand vous entendez le nom "Ligne Roset", vous pensez sans doute aux canapés et notamment au modèle Togo, son best-seller. Mais avant de connaître un succès international avec ce canapé hyper design, l'entreprise a changé plusieurs fois de cap depuis sa création en 1886. Elle a produit des crosses pour les ombrelles, des pieds de chaises et même des chaises d'inspiration scandinaves...

Dans le cinquième épisode de "[Marques de Famille](#)", le nouveau podcast d'Europe 1 Studio en partenariat avec Harmonie Mutuelle, Elisabeth Assayag raconte l'histoire de cette entreprise familiale française qui a su se réinventer. La co-présentatrice de La France Bouge sur Europe 1 prolonge ensuite le récit en donnant la parole à Antoine Roset, directeur marketing et représentant de la 5e génération à la tête de Ligne Roset.

Comment Ligne Roset a-t-elle réussi à créer des objets qui incarnent le "made in France" partout dans le monde ? Comment les canapés les plus originaux de la marque ont réussi à se faire un nom et dépasser les modes ? Qui est le garant de ce savoir-faire unique ? Et quelles sont les valeurs portées par l'entreprise ?

Vous voulez écouter les autres épisodes de "Marques de famille"

>> Retrouvez-les sur notre site Europe1.fr et sur [Apple Podcasts](#), [Google podcasts](#), [SoundCloud](#), [Dailymotion](#) et [YouTube](#), ou vos plateformes habituelles d'écoute.

>> Retrouvez [ici le mode d'emploi pour écouter tous les podcasts d'Europe 1](#)

Ligne Roset est bien sûr une entreprise portée par une famille, mais au-delà, avec quasiment un millier d'employés, c'est surtout une aventure collective. "Le rôle de nos salariés est central. Parce que sans nos ouvriers nous ne sommes rien", résume Antoine Roset. "Le capital humain, ça représente la richesse de la société, ça représente l'ADN, la transmission du savoir, des valeurs de la société". Il n'a donc jamais été question de délocaliser la production, assure Antoine Roset. Le "made in France" et ce lien avec ses salariés, c'est bien la force de l'entreprise. "Nous sommes avant tout fabricants. C'est ce qui nous distingue de nos concurrents". Et d'ajouter : "On a fait le pari du haut de gamme, du savoir-faire, de la relation humaine... On peut dire que c'est un pari gagné pour le moment".

MILIBOO : LE VENDEUR DE MEUBLES MILIBOO EST RENTABLE, UNE PREMIÈRE DEPUIS SON ENTRÉE EN BOURSE

vendredi 27 novembre 2020 à 11h05



(BFM Bourse) - Rentable en exploitation pour la première fois sur un semestre depuis son introduction en Bourse fin 2015, le concepteur et distributeur en ligne de meubles et d'objets de décoration, Miliboo touche un plafond depuis son introduction en Bourse en décembre 2015.

Porté par le confinement, le spécialiste haut-savoyard "de la conception et de la vente de mobilier "tendance", modulable et personnalisable sur Internet" atteint la rentabilité en exploitation au premier semestre de son exercice très décalé. Sur les six mois entre début mai et fin octobre, le chiffre d'affaires de la société installée en banlieue d'Annecy a progressé de 29,5%, pour atteindre 18,3 millions d'euros.

"Nous réalisons à nouveau une très belle performance au deuxième trimestre 2020-21, avec une croissance dynamique de près de +20% (contre +41% au premier trimestre, NDLR), malgré une base de comparaison plus exigeante. Avec un chiffre d'affaires de plus de 9 millions d'euros, nous réitérons quasiment le niveau record d'activité enregistré lors du trimestre précédent (à 9,2

À LIRE AUSSI

Créez et gérez
votre portefeuille
virtuel

millions d'euros, NDLR), confirmant ainsi notre changement de dimension" se félicite le fondateur et président Guillaume Lachenal, cité dans le communiqué. "Cette performance nous permet d'afficher un premier semestre en croissance de près de +30%, en ligne avec notre plan de marche" précise-t-il.

Un budget publicitaire maîtrisé

Mieux encore, le patron du groupe affirme que "pour la première fois depuis notre introduction en Bourse (en décembre 2015, NDLR), nous devrions, sur ce semestre, délivrer un résultat d'exploitation bénéficiaire, confirmant ainsi notre capacité à créer de la valeur". Il précise que des actions promotionnelles limitées et un budget publicitaire maîtrisé ont eu un effet positif sur la rentabilité du groupe.

C'est aussi "le résultat du cercle vertueux dans lequel s'inscrit Miliboo depuis longtemps déjà, avec une hausse des volumes qui permet une augmentation des marges", poursuit Guillaume Lachenal, dans un entretien à l'AFP. "Car plus on vend en quantités importantes, plus on peut faire des économies. Si on lance une production pour 1.000 pièces, et non plus pour 50, notre prix de revient tend à la baisse" détaille-t-il.

Cette "croissance rentable" devrait en outre se poursuivre dans les prochains mois, au point que le PDG du groupe n'exclut pas que l'entreprise puisse être "dans le vert" au niveau du résultat net sur l'ensemble de l'exercice. "Nous sommes peu affectés par la situation sanitaire - avec Internet et nos boutiques (le groupe en a une à Paris et une à Lyon, NDLR), nous jouons sur les deux tableaux. En novembre, l'impact de la fermeture des boutiques a été largement neutralisé par la progression des ventes en ligne" souligne-t-il.

Succès des produits Made in France

Guillaume Lachenal a par ailleurs confirmé que le groupe, qui fait fabriquer l'essentiel de ses meubles en Chine, cherchait à renforcer sa production "made in France", comme le groupe l'a annoncé le 12 novembre dernier. "Le problème, c'est qu'on est très désindustrialisé dans le meuble en France, à part quelques grosses entreprises qui

fournissent les grandes enseignes en meubles en mélaminé". "Nous, on est sur du bois massif. C'est un peu tendu sur ce type de produits, à part les canapés, où la France a encore des usines et du savoir-faire. Mais pour trouver du tabouret de bar, il faut aller en Chine", regrette-t-il.

D'un autre côté, "les produits "made in France" sont un vrai succès, qui se vendent bien sans dégradation de notre marge". "Sans nous fixer d'objectifs, nous allons avancer pas à pas, référence par référence, en s'autorisant des échecs, en lançant des expérimentations avec de petits industriels, auxquels on donne leur chance. Cela fonctionne plutôt bien", dit-il.

La réaction du marché est logiquement très favorable à ces annonces, le titre grimant de 6,9% à 4,01 euros, au plus haut (en séance) depuis juin 2017. S'il venait à terminer la semaine à ce niveau-là, le titre Miliboo clôturerait à un sommet depuis le 15 décembre 2015, jour où Miliboo a fait ses premiers pas sur le marché (au prix de 4,21 euros par action) avant de terminer la séance à 4,26 euros. Il affiche à ce stade un bond de près de 90% depuis le 1er janvier, pour une valorisation de 19 millions d'euros.

Quentin Soubranne - ©2020 BFM Bourse

Actusnews Wire - Diffuseur professionnel d'information corporate et réglementée, autorisé par l'AMF et le CSSF.

 S'abonner (/fr/abonnements)

 Rechercher

 Communiqué de la société MILIBOO du 12/11/2020

miliboo

(/fr/soc/MILIBOO)

MILIBOO (/fr/soc/MILIBOO)

(Euronext Growth Paris)

Code ISIN : FR0013053535

Code mnémonique : ALMLB

Secteur ICB : 40202015 - Ameublement de maison

Site Internet : www.miliboo.com (<http://www.miliboo.com>)

Plus d'informations 

 12/11/2020 - 08:45

MILIBOO SE POSITIONNE DURABLEMENT SUR LE ' MADE IN FRANCE '

 PDF (131 Ko) (/documents_communiqes/ACTUS-0-66086-miliboo_cp_mif_vdef.pdf) 

 (<https://twitter.com/home?status=https%3A%2F%2Fwww.actusnews.com%2Ffr%2FMILIBOO%2Fcp%2F2020%2F11%2F12%2Fmiliboo-se-positionne-durablement-sur>)

 (<https://www.facebook.com/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fwww.actusnews.com%2Ffr%2FMILIBOO%2Fcp%2F2020%2F11%2F12%2Fmiliboo-se-positionne-durable>)

 (<https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https%3A%2F%2Fwww.actusnews.com%2Ffr%2FMILIBOO%2Fcp%2F2020%2F11%2F12%2Fmiliboo-se-positio>)

 Retour

Chavanod, le 12 novembre 2020 – Miliboo (Code ISIN : FR0013053535 – Code mnémonique : ALMLB), la marque digitale d'ameublement, renforce son positionnement de marque éco-responsable en accélérant sur le made in France. La société enrichit ainsi considérablement sa gamme de produits 100% français, essentiellement canapés et assises, appelée à se développer et à se diversifier de manière durable dans les mois à venir.

Un contexte qui évolue ...

Depuis plusieurs années Miliboo affirme sa volonté de s'engager vers une stratégie plus responsable à travers des actions concrètes menées au quotidien.

Elle a été la première marque française de mobilier à lancer il y a un an, son offre de produits reconditionnés en ligne, porteuse de valeurs et de sens. Dans le même temps, la marque a conçu des produits adaptés pour une production française, sans faire de compromis sur la qualité et le prix. Miliboo répond ainsi à une demande forte de la part des clients, sensibles aux problématiques sociétales et environnementales, en adéquation avec ses valeurs.

La période récente de crise sanitaire, qui a profondément bouleversé les entreprises, n'a fait que conforter Miliboo dans ses choix :

- Réduire son impact écologique,
- Sécuriser ses approvisionnements,
- Renforcer la traçabilité de ses produits et la certification des matériaux,
- Maintenir un savoir-faire et des emplois en région.

Guidée par ses valeurs fondamentales, Miliboo intègre toujours plus, dans sa stratégie globale, sa vision d'un développement durable plus engagé avec notamment une fabrication 100% française pour une partie de ses produits.

Renforcer la collaboration avec des partenaires français pour proposer des produits éco-responsables :



Miliboo travaille en collaboration avec des fabricants français pour développer essentiellement des canapés et des assises. Ses partenaires, situés en Bourgogne, offrent une situation géographique idéale en termes d'impact écologique, avec des circuits d'approvisionnement courts.

Ces derniers répondent aux critères de qualité que s'est fixée la marque aussi bien au niveau des matériaux, 100 % français, que du savoir-faire, également « made in France » :

- Des matériaux comme le bois de hêtre ou de pin issus de forêts locales et certifiés PEFC France, ainsi que la mousse, les coussins ou encore le mécanisme, également de fabrication française et régionale,
- Un savoir-faire « made in France » qui s'appuie sur des techniques manuelles réalisées à chaque étape de la chaîne de fabrication du produit par des équipes expertes.

Miliboo propose aujourd'hui une trentaine de références de canapés « made in France » différentes. La marque envisage de diversifier sa production française vers d'autres pièces de mobilier comme les chaises, tables ou rangements pour lesquelles le bois français et l'expertise hexagonale connaissent une forte croissance de la demande.

« Produire à des prix logiques et compétitifs reste l'une de nos priorités. Nous continuons aujourd'hui à le faire tout en parvenant à donner plus de sens à d'autres choix stratégiques. Les deux sont compatibles ! Comme Miliboo, nos partenaires industriels aspirent à une évolution du secteur du mobilier prenant en compte, de manière plus systématique, des objectifs RSE », explique **Guillaume Lachenal, fondateur et PDG de Miliboo**.

Une démarche pleinement intégrée également dans la gamme de mobiliers « Les Essentiels », co-développée par Miliboo et Stéphane Plaza, dont la troisième capsule a été présentée en octobre dernier.

Renforcer la confiance et l'engagement client

À travers tous ses engagements, Miliboo souhaite accompagner ses clients à agir pour demain en leur proposant un autre mode de consommation qui participe au maintien du dynamisme de l'industrie française et de son savoir-faire.

« Nous allons vers d'autres actions concrètes comme renforcer la traçabilité de nos produits, étendre la certification des matériaux ou encore développer le taux de recyclage de nos emballages... Notre volonté est de travailler sur la réduction progressive de notre empreinte environnementale. Comme l'ensemble des acteurs de notre secteur, Miliboo est conscient du besoin de transformer et faire évoluer certains process pour construire des relations business plus responsables et durables », explique **Guillaume Lachenal**.

La vision de l'acteur français va plus loin avec la mise en place de projets made in France plus audacieux. Miliboo a lancé tout récemment la commercialisation de son premier canapé connecté, offrant une expérience 4D immersive, conçu et fabriqué au cœur de la France. En alliant le meilleur de la Tech et du Design Miliboo ouvre d'autres perspectives au secteur du mobilier et de l'habitat.

Prochain rendez-vous :

26 novembre 2020 (après bourse) : Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2020-21

À PROPOS DE MILIBOO

Créé en 2005, Miliboo est un acteur majeur de la conception et de la vente de mobilier « tendance », modulable et personnalisable sur Internet, avec la particularité de garantir une expédition sous 24 à 72h en France. Avec plus de 2 500 références essentiellement vendues sur son site www.miliboo.com (<http://www.miliboo.com>) et dans ses deux « Milibootik », points de vente physiques situés à Paris et à Lyon, la société propose des gammes complètes de meubles pour toute la maison.

Miliboo contrôle l'ensemble de la chaîne de valeur : conception/design, contrôle qualité (filiale en Chine), outils logistiques, marketing et relations clients sont internalisés. Basée à Chavanod (74) et disposant d'un entrepôt à Fos-sur-Mer (13), opéré par un prestataire extérieur, la société est commercialement présente dans 8 pays d'Europe.

Miliboo et ses filiales emploient environ soixante-dix salariés. La société a réalisé 29.9 M€ de chiffre d'affaires au cours de l'exercice 2019-20 (clôture au 30 avril 2020), en hausse de plus de 30% par rapport à l'exercice précédent. Les ventes sont réalisées principalement en France (86% du chiffre d'affaires) et en Europe (14% du chiffre d'affaires).

Plus d'information : www.miliboo-bourse.fr (<http://www.miliboo-bourse.fr/>)

Contacts

ACTUS finance & communication

Guillaume Le Floch - Relations Investisseurs

Tél. 01 53 67 36 70

investisseurs@miliboo.com (<mailto:investisseurs@miliboo.com>)

ACTUS finance & communication

Serena BONI - Relations presse

Tél. 04 72 18 04 92

sboni@actus.fr (<mailto:sboni@actus.fr>)

Cette publication dispose du service "Actusnews SECURITY MASTER".

- SECURITY MASTER Key : x2hwZJdtYZualm+bY5ZrbGVrZ29iyGbGaZOamWeek8yWnW2RnWxmbZXHZm9niW1s

- Pour contrôler cette clé : <https://www.security-master-key.com> (<https://www.security-master-key.com>).



Accueil » Pour se lancer dans l'aventure du mobilier à construire soi-même, découvrez la Fabrique à Fauteuils

LA FABRIQUE À FAUTEUILS

Pour se lancer dans l'aventure du mobilier à construire soi-même, découvrez la Fabrique à Fauteuils

La Fabrique à Fauteuils propose du mobilier français évolutif et réparable pour un intérieur design et respectueux de l'environnement.

Publié le 12 novembre 2020 | Mis à jour le 12 novembre 2020

SPONSORISÉ La Fabrique à Fauteuils sur POSITIVR — Cet article vous est proposé à l'initiative de la Fabrique à Fauteuils, indépendamment de la Rédaction POSITIVR.



Photo : La Fabrique à Fauteuils

Publi-Rédactionnel

[f Partager](#) [Tweeter](#) [in Partager](#) [Partager](#) [Email](#)

[f](#) [Tweeter](#) [in](#) [Partager](#) [Email](#) [+](#)

Trouver du mobilier durable à faible impact sur l'environnement n'est pas une chose facile, Alice et Vivien en ont fait les frais. C'est pourquoi ils ont décidé de créer la Fabrique à Fauteuils, une marque qui propose différentes assises éco-conçues réalisées près de Bordeaux et à monter soi-même. Présentation.

Qui êtes-vous et que faites-vous ?

Je m'appelle Alice, j'ai 31 ans et je suis ingénieure de formation. Avec mon mari, Vivien, nous avons créé La Fabrique à Fauteuils.

L'année dernière, en pleine rénovation de notre maison, nous avons cherché une solution qualitative, durable et écologique pour nous meubler. Nous avons passé un temps fou à chercher, sans trouver de solution qui nous corresponde vraiment. Alors, nous avons développé notre propre chaise. C'est en concevant cette chaise confortable et solide que nous avons eu envie de la partager et que le concept est né.

Par ce biais nous souhaitons œuvrer pour la démocratisation du mobilier durable et donner le pouvoir aux Français de consommer et d'agir pour un mode de consommation plus respectueux de la planète et de notre santé.

La Fabrique à Fauteuils



Pouvez-vous nous présenter votre projet ?

Aujourd'hui, le consommateur en recherche de mobilier doit choisir entre le style, le prix et les valeurs qu'il souhaite soutenir. Des alternatives aux grandes enseignes existent, comme le canapé en palette, celui d'occasion, le tabouret minimaliste, la chaise d'un designer, ou encore le fauteuil presque fait en France et celui du talentueux artisan français. Mais il n'existe pas à ce

jour un produit qui combine l'éco-logique, le design et un coût abordable ! Avec La Fabrique à Fauteuils, on veut prouver qu'il est possible de consommer durablement, avec style et sans se ruiner.

Durables et évolutives, nos assises sont conçues pour minimiser leur impact sur l'environnement et notre santé. De la conception à l'expédition, tout est réalisé dans notre atelier proche de Bordeaux. Nos fournisseurs sont sélectionnés pour leur engagement dans la préservation de la biodiversité de nos ressources naturelles françaises. Notre mobilier est à construire soi-même à l'aide d'une notice interactive spécialement élaborée pour rendre ce moment de bricolage des plus agréables. Cela nous permet de réduire l'impact carbone du transport, de vous proposer du mobilier qualitatif à un prix abordable et de vous offrir une expérience unique et ludique.

En cette fin d'année, nous avons un petit nouveau, c'est GEORGE, un banc/bout de lit. Nous l'avons voulu compact et épuré pour un intérieur design et respectueux de l'environnement. Il est parfait pour se lancer dans l'aventure du mobilier durable à construire soi-même ou pour faire germer une petite graine écologique dans votre entourage.



Photo : La Fabrique à Fauteuils

Pourquoi avez-vous décidé de vous lancer dans cette aventure ?

Notre parcours professionnel et personnel nous a amenés à travailler à l'étranger dans l'industrie et dans l'humanitaire. Nous y avons côtoyé le « gâchis » lié à la surenchère de normes, des nouveautés, à la priorisation financière court terme et les répercussions sur les populations. Nous sommes dans une démarche de consommation raisonnée depuis plusieurs années, et notre expatriation en Égypte a renforcé nos convictions.

Là-bas, l'impact de la gestion des déchets est bien plus visible que dans notre pays. On trouve beaucoup de déchets, partout. Et ce même au beau milieu du désert, à des dizaines de kilomètres de toute habitation. On a vite fait de comparer avec la France, mais la réalité, c'est que notre pays est loin de faire mieux. Nous avons simplement de meilleures solutions pour cacher nos déchets. Pire, lorsque l'on s'est penchés un peu plus sur le sujet, les projections d'évolution nous ont parues simplement hallucinantes.

Nous souhaitons nous impliquer dans la résolution de ce problème en mettant notre formation au service de cette cause plutôt qu'au profit de grandes entreprises. Et nous avons trouvé la solution un peu sous nos yeux, comme une évidence : dans la rénovation et l'ameublement de notre maison. Rendre accessible nos fauteuils, c'est donner une alternative équitable et durable, à tous ceux qui, comme nous, en ont assez de faire des compromis entre la fonctionnalité, le design, le prix et le respect de la planète. Ils souhaitent se meubler de façon durable et responsable, nous leur apportons une solution.

Photo : La Fabrique à Fauteuils

Pourquoi acheter du mobilier durable, c'est agir pour notre santé ?

100 % de nos intérieurs sont contaminés par des microparticules toxiques (Composés Organiques Volatils) et l'une des causes de cette pollution c'est le formaldéhyde dégagé par nos meubles. Achetez durable et écologique, c'est ainsi prendre soin de sa santé. L'ensemble des éléments de nos assises sont sélectionnés en prenant en compte leur faible émission en COV et ainsi garantir la qualité de l'air de vos intérieurs. Il est important que nous soyons tous sensibilisés à ce sujet qui nous touche tous directement.

Quel message souhaitez-vous faire passer à travers votre action ?

Auparavant, nos grands-parents achetaient des meubles pour une vie. Pourtant trop massif et non-évolutif, nous leur avons tourné le dos en faveur du meuble « jetable » fabriqué au bout du monde en grande quantité, que l'on monte une fois puis qui s'affaisse sous le poids de son utilisation.

Photo : La Fabrique à Fauteuils

Aujourd'hui, pour améliorer leur image, les grandes marques de l'ameublement communiquent sur une production européenne ou la récupération du mobilier usager. Oui, mais la réflexion sur le mobilier doit être systémique en englobant tous les aspects de la chaîne. L'objectif, c'est de diminuer les impacts tout au long du cycle de vie du produit, avec l'éco-conception. L'emploi des ressources doit être optimisé pour réduire les quantités prélevées, l'énergie pour les transformer, et celle pour les transporter.

Nous souhaitons que les modes de consommation évoluent vers plus de respect pour la planète, ses ressources et les savoir-faire locaux, en valorisant nos petits pas au quotidien. Nous sommes là avec d'autres entreprises pour proposer des alternatives et permettre à chaque consommateur d'agir et d'avoir un regard différent au moment de l'achat.

Alors pourquoi ne pas commencer à agir en choisissant des meubles fabriqués en France, durables, réparables et qui minimisent leur impact sur votre santé et l'environnement ? Pour cela rendez-vous sur le site de la Fabrique à Fauteuils ainsi que sur leurs pages Facebook et Instagram.

Économie

Vendée : les Meubles Gautier s'offrent une usine du futur pour ses 60 ans

Pour ses 60 ans, les Meubles Gautier vont s'offrir une usine robotisée à Saint-Prouant. Un nouvel « outil » qui permettra de fabriquer des meubles à l'unité.



David Soulard, PDG des Meubles Gautier, va lancer la construction d'une nouvelle usine robotisée à Saint-Prouant. (©Gautier)

Par **Nicolas Pipelier**

Publié le 19 Nov 20 à 9:56

Gautier n'en finit pas d'innover. Pour fêter leurs 60 ans, le fabricant de **Meubles** du Boupère va s'offrir une **nouvelle usine**. La quatrième en **Vendée**.

Un cadeau d'anniversaire à 12 M € qui débitera ses premières planches en juin 2021. Si le Covid-19 ne vient pas chambouler les plans, la première pierre « de l'usine du futur » devrait être posée avant Noël, à **Saint-Prouant**, route de Chantonay.

A l'unité

Avec ce « nouvel outil », **David Soulard, PDG** du groupe, projette « de fabriquer des meubles à l'unité » en cadence industrielle. Pour cela, « l'ambassadeur du meuble made in France » a opté pour la robotisation. « Cela va nous permettre de travailler en temps réel. »

Ainsi, une fois le bon de commande validé avec le client dans l'un des 65 magasins (100 en 2024), il suffira d'appuyer sur un bouton pour actionner les robots de Saint-Prouant et façonner la pièce sur-mesure.

Comme la mode

« Les gens n'achètent plus le total-look avec des enfilades. Aujourd'hui, on vient rajouter des éléments à l'existant, ajuster des espaces, personnaliser des éléments forts. »

Un travail de conceptualisation réalisable aujourd'hui grâce au logiciel HomeByMe, développé par **Dassault Systemes**, qui permet d'aménager son intérieur en 3D. Et suivre les tendances.

« Aujourd'hui, l'ébénisterie industrielle, c'est un peu comme la mode. On avance dans le sens de la personnalisation. »

La grande table

Avec cette nouvelle usine, Gautier espère pouvoir répondre à cette aspiration pour l'individualisation des intérieurs. Tout en veillant à répondre aux lubies des clients.

Avec en ce moment, un retour en force du bois, après une longue période en « laqué blanc ». Et l'émergence de produits phare comme la grande table de plus d'un mètre de large. « Des meubles qui permettent des instants de convivialité, de retrouvailles en famille. »

40 salariés

La nouvelle usine robotisée, équipée d'emballage automatisé et chaudière biomasse, devrait permettre aussi de limiter le stockage de produits et de matières premières. Avec un objectif : réaliser 10 % de la production du groupe Gautier (8 000 meubles par jour).

A terme, 40 personnes pourraient travailler sur le site. De quoi conforter le chiffre d'affaires de Gautier autour de 120 M € et pérenniser l'avenir des 800 salariés du

groupe.

[Un Noël Made in France] Lafuma Mobilier ne s'assoit pas sur ses lauriers

SYLVAIN ARNULF PUBLIÉ LE 02/12/2020 À 18H14

VIDÉO Chaque jour, jusqu'au 24 décembre, on ouvre une case du calendrier de l'Avent sur L'Usine Nouvelle, avec des idées de cadeaux Made in France. Ce 2 décembre, Lafuma porte vaillamment le flambeau de l'ameublement français.



Lafuma produit du mobilier en toile et métal dans la Drôme.

© Lafuma Mobilier

SUR LE MÊME SUJET



Le drômois Lafuma Mobilier se la coule douce avec Relax

OFFRE ÉQUIPEMENT OU SERVICE

Armoires à rideaux à montage rapide | SARL GSM

Porte pliante métal | SETIN

Lot 2 portes pour multicases avec boutons aluminium | MAXIBURO

Armoires de bureau

En partenariat avec  L'EXPO
PERMANENTE

BESOIN D'AIDE ?

Nos experts trouvent pour vous

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

FLIPBOARD

EMAIL

Après cette année 2020 éprouvante, Dieu sait que l'on a envie de s'asseoir. Voir de s'affaisser dans une assise digne de ce nom, pour retrouver un peu de quiétude et de repos. Cela tombe bien : l'un des produits phares de la marque d'ameublement française Lafuma (spécialiste du mobilier extérieur) est une chaise, dont le design invite naturellement à la décompression. Son nom : la Pop Up XL. Cette assise de toile pliable (en polyester, avec une structure en tubes de métal) est particulièrement confortable et ergonomique. Elle est disponible en différents colis au prix de 99 euros.

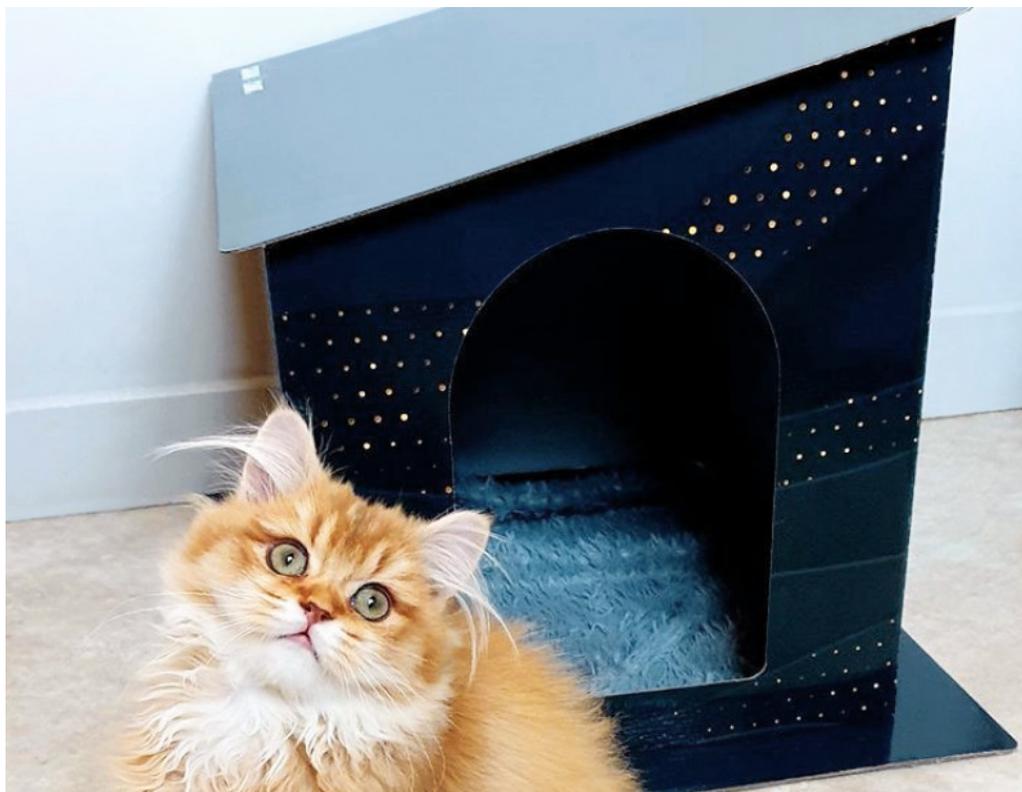


Comme toutes les collections de la marque (créée en 1930 et désormais propriété du groupe textile suisse Calida), elle est fabriquée dans l'usine d'Anneyron (Drôme) - son site historique - fondée par trois frères qui ont imaginé le premier sac à dos à armature métallique. Elle s'est vue décerner le label Origine France garantie en 2014. L'usine, qui compte 130 salariés, produit 250 000 fauteuils de relaxation par an.

L'activité du fabricant d'ameublement outdoor n'a pas pâti de la crise du Covid-19, bien au contraire, les Français s'étant plus que jamais concentrés sur l'embellissement de leurs maisons. Son usine tournait à plein régime en octobre, alors que le pic d'activité habituel se situe plutôt au coeur de l'hiver.

JEU DURABLE

Cabanachat, la maison en carton 100% biodégradable pour nos amis les chats !



© Cabanachat

01/12/2020 - Mise à jour 08/12/2020

Chaque semaine, nous vous offrons la possibilité de remporter des cadeaux durables. Cette semaine, une personne pourra tenter de gagner une Cabanachat d'une valeur de 21,90 € mise en jeu par Cabanachat.

En maison ou en appartement, seul ou avec d'autres animaux, même le plus sociable et le plus câlin des chats a besoin d'un espace rien qu'à lui, d'un cocon où il se sentira parfaitement en sécurité.

Pour répondre à ce besoin primaire de nos amis à quatre pattes tout en respectant la planète, [Cabanachat](#) a mis au point une maison en carton 100 % biodégradable pour leur assurer un petit coin de tranquillité 100 % responsable.

Existant en quatre coloris permanents et se déclinant au fil des événements, cette maisonnette **ecofriendly** pour chats se veut **design et tendance**. Grâce à ces différents modèles, elle s'adapte à tous les types de décoration pour se fondre parfaitement dans nos intérieurs, et plaire autant aux félins qu'à leurs propriétaires !

Fabriquées uniquement à partir de carton par des **partenaires français certifiés et respectueux des normes environnementales**, ces petites cabanes pour chats **100 % recyclés et recyclables** sont également pliables et très faciles à assembler : aucun outil n'est nécessaire pour son montage qui s'effectue par un simple pliage !

Aménageables en cabanes pour que nos petits compagnons à poils y fassent la sieste en y ajoutant un coussin ou une couverture, ou bien en maison de toilette pour y cacher leurs litières, quel que soit leur utilité, ces cabanes à chats restent un endroit rassurant pour leurs petits propriétaires qui y trouveront refuge.

Pour faciliter les déplacements au gré de leurs envies de nos amis à quatre pattes et pour une manipulation plus aisée par les propriétaires, la fermeture du toit à l'aide de pastilles velcro permet également d'ouvrir aisément et aussi souvent que nécessaire la Cabanachat

Afin de **limiter au maximum son empreinte carbone**, la marque effectue ses livraisons principalement en point relais, mais propose également des livraisons à domicile pour les clients qui le souhaitent. Cabanachat, c'est donc la garantie d'un **produit éco-responsable et Made in France**. De quoi faire plaisir à nos compagnons à poils tout en **respectant l'environnement** !

Pour ce jeu-concours, une personne pourra tenter de gagner :

- Une Cabanachat d'une valeur unitaire de 21,90 €.

Bonne chance (durable) à tous !

(Règlement du jeu disponible sur demande à [jeu\(@\)linfodurable.fr](mailto:jeu(@)linfodurable.fr))

Le canapé connecté Miliboo est dispo chez Fnac / Darty

Par **Alex** - 8 décembre 2020



Imaginez-vous tranquillement installé sur votre canapé en train de regarder un bon film et de vivre une expérience inédite. Il y a deux ans, je vous parlais d'un produit, made in France, le **canapé connecté de chez Miliboo**. J'avais eu la chance de l'essayer quelques instants et maintenant, **le canapé connecté Miliboo est disponible au sein des boutiques du groupe Fnac / Darty**.

Pour ceux qui n'auraient pas lu mon précédent article sur le sujet, voici un rappel des principales fonctionnalités de ce produit unique en son genre. Le canapé, qui existe en plusieurs tailles, **renferme un home cinéma 2.1, un système de vibration, un éclairage led** ainsi qu'un **chargeur sans fil Qi**. Et quand on est bien installé dans son canapé, on ne veut plus en bouger. C'est là que les assistants vocaux également intégrés dans le canapé se révèlent fort utiles. Plus besoin de se lever pour éteindre la lumière ou augmenter le volume sonore de la musique.

Voici un descriptif précis des différentes caractéristiques :

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok En savoir plus

- Commande vocale : Google assistant, Alexa
- Equipements : Système de vibration; lumière LED dynamique; microphones MEMS numériques; Port USB charge rapide (QC 2.0, QC 3.0)
- Haut-parleurs : 50 RMS watts
- Subwoofer : 600 watts
- Stéréo : Aux. line in
- Chargeur à induction : Chargeur sans fil Qi charge rapide (5w, 7.5w, 15w)
- Connectivité : Bluetooth audio multipoint (SBC, AAC, Aptx Low Latency, Aptx HD), Wifi 802.11 a/b/g/n/ac
- Exploitation : Système Android embarqué
- Compatibilité : Android, iOS

Pour les dimensions des différents modèles, je vous invite à vous reporter aux pages dédiées aux [canapés connectés sur le site miliboo](#).

Evidemment, installer un tel meuble au milieu de son salon – qu'il soit connecté ou non – n'est pas possible si ce dernier ne correspond pas à vos goûts. En plus de proposer de nombreuses fonctions visant à procurer une expérience et des sensations inédites, il adopte un design contemporain qui devrait plaire au plus grand nombre. En revanche, tout le monde ne dispose pas d'un immense salon. Là encore, Miliboo s'est adapté pour proposer son produit en différentes dimensions.



Le canapé Miliboo est disponible est 3 tailles et en 2 coloris différents. Vous pouvez opter pour le modèle fauteuil ou pour les canapés 2-3 places / 3-4 places. Pour les coloris, c'est soit gris foncé soit gris clair.

Quand j'avais découvert ce canapé pour la première fois, les tarifs de vente précis n'étaient pas encore connus. Ils débutent à **2759€** quelle que soit l'enseigne où vous achetez votre canapé. Voici les prix par modèle :

- Fauteuil : 2 759,99€
- Canapé connecté 2-3 places : 3 249,99€
- Canapé connecté 3-4 places : 3 449,99€

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok En savoir plus

DARTY **fnac** RECOMMANDE

Nos magasins sont ouverts & leurs horaires étendus pour les fêtes.

NOËL DARTY : JUSQU'À -30%

Rechercher

SE CONNECTER PANIER

TOUS NOS RAYONS NOËL BONS PLANS CUISINES SUR MESURE MAGASINS SERVICES CONSEILS

Fauteuil MILIBOO FAUTEUIL CONNECTÉ TISSU GRIS FONCÉ

Vendu et expédié par Miliboo

2 759,99€

Donc 11,00 € d'eco-part. DEEE

État : neuf

En stock
Livraison GRATUITE

Voir toutes les options de livraison

AJOUTER AU PANIER

Canapé connecté Miliboo 3 places tissu gris foncé

Prix Fnac 1 neuf à 3249€99

PRIX STANDARD 3249€99

En stock vendeur partenaire

Livraison Avec RDV Devant chez vous : **gratuit**

Livré sous 8 à 9 semaines

Miliboo ★★★★★ (488 ventes)

Etat du produit Neuf

Pays d'expédition France métropolitaine

Commentaire du vendeur : Expédié sous 5 à 6 semaines. Livraison dans la pièce de votre choix par 2 livraisons sous 5 jours ouvrés. Prise de RDV par SMS. A réception, vérifiez le produit. S'il est endommagé, refusez la

Si vous voulez faire un gros cadeau à votre moitié(e) ou à toute votre famille, voici une idée qui sort de l'ordinaire. En revanche, dépêchez-vous car certains modèles sont livrés sous un certain délai.



Alex

<https://www.unsimpleclic.com>

Plongé dans le monde des ordinateurs depuis l'enfance, je n'ai cessé de m'y intéresser. Pas encore élevé au rang de "Geek" ou de "Gamer", je me tiens au courant des dernières technologies et joue aux jeux vidéos à mes heures perdues. En rejoignant la famille UnSimpleClic, j'espère agrandir l'éventail de sujets déjà traités par le site.



Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok En savoir plus

Voilà ce que deviennent les briques de lait grâce à "Urban'ext" à Yves à côté de La Rochelle

écouter (10min)



Le baladeur de France Bleu La Rochelle

Du lundi au vendredi à 7h10, 7h25 et 7h40

Par [Eric Morgane](#)

France Bleu La Rochelle

Vendredi 4 décembre 2020 à 7:12 - Mis à jour le vendredi 4 décembre 2020 à 10:40

Best of sonore. Réécoutez ICI l'émission condensée en 11 minutes



"Urban'ext" à Yves avec Manuel Chevreuil Concepteur fabricant de mobilier 100 % recyclé © Radio France - Eric Morgane

"Urban'ext" usine située sur la commune de Yves en Charente maritime (17340), conçoit et fabrique du mobilier 100% recyclé issue du **recyclage de briques alimentaires**.



Les coulisses de Urban'ext à Yves (17) © Radio France - Eric Morgane

Notre invité fil rouge **Manuel Chevreuil** nous a présenté les coulisses de son entreprise et toute la gamme de mobilier de fabrication 100% française.



"Urban'ext": Concepteur fabricant de mobilier 100 % recyclé © Radio France - Eric Morgane

Il faut savoir que Urban'Ext a représenté la Charente Maritime pour **la Grande Exposition du Fabriqué en France à l'Élysée.**



"Urban'ext" à Yves, concepteur fabriquant de mobilier 100 % recyclé à l'Élysée © Radio France - Eric Morgane