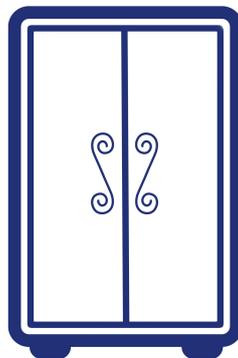


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

MOBILIER

Janvier 2021 – Mars 2021



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

À Dax, le duvet de Castex veille sur votre sommeil

Lecture 2 min



Vincent Bourretère-Castex dans l'atelier de remplissage des couettes. ©
Crédit photo : PHILIPPE SALVAT

Par Pascal Rabiller
Publié le 08/01/2021
Mis à jour à 19h23

Gonflant et léger à la fois, le duvet de canards de Castex, société historique de Dax, tente de rafler les suffrages de plus en plus d'adeptes d'un sommeil haut de gamme.

Il neige. Oh, pas grand-chose, mais quelques flocons. Normal direz-vous, c'est l'hiver. Sauf que là, il neige dans les Landes, ce qui n'est déjà pas si commun, même en hiver, et surtout à l'intérieur d'un bâtiment industriel. Il flotte dans l'air quelques flocons de duvet de canard et ça, c'est tout à fait logique quand on se trouve à Dax dans une des plus prestigieuses fabriques de duvets et couettes...

Basse-Goulaine. Les meubles Gautier dans la zone Pôle Sud



Cyrille et Valérie accueillent les clients au magasin du lundi après-midi au samedi ou se déplacent à domicile | OUEST-FRANCE

Ouest-France

Publié le 18/01/2021 à 06h10

Abonnez-vous

Vitrine

Le fabricant français de meubles contemporains Gautier dispose d'un nouveau point de vente à Basse-Goulaine, le seul dans le sud Loire. Ouvert depuis la fin décembre, c'est le troisième magasin de la marque dans le département, les

autres se trouvant à Saint-Herblain, route de Vannes, et à Trignac.

On y trouve tout pour l'aménagement intérieur de la maison, de la chambre au salon, en passant par la salle à manger, avec des rangements et de la décoration, le tout sur un espace de plus de 350 m². Pas de cuisine, ni de salle de bains, en revanche. **« Au printemps, nous aurons également une offre pour l'extérieur de la maison »**, précise Cyrille Issautier, gérant du magasin franchisé avec sa compagne Valérie.

Outre la vente de meubles de qualité *made in France*, le couple issu du vignoble accompagne les clients dans leur projet d'aménagement. **« Nous utilisons un logiciel 3D pour donner vie aux projets et nous nous déplaçons chez les clients qui le souhaitent. À partir de mars, nous proposerons également la livraison et le montage des meubles en partenariat avec la société GIR qui ouvrira derrière le magasin »**, commente le gérant.

Après vingt-six années dans la grande distribution, dans la vente de produits non-alimentaire principalement importés, l'origine française et familiale des meubles Gautier a été déterminante dans son choix d'aventure entrepreneuriale, en tant que franchisé. Valérie exerçait auparavant dans l'immobilier.

Gautier, 34, rue de l'Atlantique à Basse-Goulaine. Ouvert le lundi, de 14 h à 19 h, du mardi au vendredi, de 10 h à 12 h 30 et de 14 h à 19 h, et le samedi de 10 h à 19 h. Contact au 02 40 54 30 58 ou par e-mail à bassegoulaine@magasins-gautier.fr

Bébé Tedi par Tediber : le meilleur matelas bébé en ligne ?



© Tediber

On désire toujours ardemment ce qu'il y a de mieux pour son bébé. Et au vu du nombre d'heures qu'ils passent à dormir à cet âge-là, autant bien les dormir. En particulier car c'est ce qui permettra au bébé de capitaliser sur ses acquis. Tediber a choisi d'en faire son cheval de bataille, voilà pourquoi le bébé Tedi est aujourd'hui classé comme meilleur matelas bébé en ligne dans notre comparatif.

Tediber est **une marque française de literie en ligne**. Elle propose en tout 3 matelas dont un pour adultes, un pour enfant et enfin le bébé Tedi, pour les bébés. Cochant toutes les cases nécessaires pour être un excellent matelas bébé, le bébé Tedi affiche un confort de fermeté, élément absolument vital au bon sommeil de bébé. Revenons sans plus attendre dans les détails de best seller pour nourrissons.

Le bébé Tedi: meilleur matelas bébé par Tediber

Tediber apparaît depuis sa création comme le spécialiste des matelas fermes. La consécration est d'ailleurs arrivée en Novembre 2019 quand l'UFC Que Choisir prime son matelas universel de meilleur matelas ferme. La bonne nouvelle pour vous et votre bébé, c'est qu'il existe une version bébé, le bébé Tedi qui procurera un confort ferme essentiel au bon dodo de votre nouveau né. La seconde bonne nouvelle c'est qu'en plus d'être confortable, il affiche un prix canon. Enfin, Tediber a fait les choses en grand en donnant à ce bébé Tedi les mêmes avantages qu'à ses matelas adultes.

A 100% Made in France, le matelas bébé Tedi se compose d'une couche unique de mousse polyuréthane haute densité. Celle-ci est d'ailleurs affichée comme sans Composés Organiques Volatiles (COV). Concernant la housse à l'intérieur du matelas, elle est désignée comme "AllergoStop®". Il faut comprendre ici que cette housse par un mécanisme naturel de superposition de couches en microfibres va venir éliminer les allergènes et autres bactéries. Pour finir, vous trouverez un couffin en fibre Tencel à base d'eucalyptus et de polyester.

Épais de 13 cm, le bébé Tedi présente la fermeté idéale pour un bon sommeil de bébé. On attire votre attention ici pour bien vous dire que ce n'est pas votre matelas que vous choisissez. C'est pour bébé que vous cherchez le cocon de confort. Mais pour votre bébé, ce n'est pas du moelleux qu'il faut chercher. Affichant un poids bien plus faible, le bébé n'appuie que très sommairement sur le matelas. Raison pour laquelle un côté trop moelleux pourrait présenter des risques d'étouffement si jamais bébé venait à dormir sur le ventre.

Pour ce qui est des deux tailles présentées par la marque et les prix y relatifs, voici ce que vous devez savoir :

- 60x120 cm = 130 euros
- 70x140 cm = 150 euros

Avec un prix dépassant la centaine d'euros, le matelas bébé de Tediber n'est pas donné (**cf notre avis Tediber**). Toutefois ce niveau de qualité n'est pas à la portée de nombreux matelas bébé non plus. Raison pour laquelle on peut reconnaître le rapport qualité prix de ce bébé Tedi comme très bon.



Bébé Tedi © Tediber

Les avantages offerts à l'achat du bébé Tedi

Non chez Tediber les avantages ne sont pas payants ni triés sur le volet. La marque française ne compte pas et vous offre une palette de services digne d'un matelas de luxe en ligne. Ce qu'il y a de surprenant c'est que le matelas adulte affiche le même niveau de service. Cela met donc bien avant que le sommeil des bébés est tout aussi important que le notre pour Tediber. Et en ce sens, la gamme est révélatrice puisque sur 3 matelas, deux sont pour les enfants. Voyons à présent à quel point les avantages chez Tediber sont attractifs.

On compte 4 points fondamentaux qu'il faut connaître à l'achat du bébé Tedi. Mais alors qu'en est-il ? Réponse maintenant.

Il n'y a rien de pire que de faire essayer à votre bébé un matelas d'exposition en boutiques. Et bien Tediber en a pris conscience et vous propose ici une alternative. Tediber vous proposera ainsi 100 jours d'essai gratuit et sans engagement. C'est ce qui vous permettra de voir si votre bébé est confort dans son matelas bébé Tedi. On notera que 100 jours devraient largement suffire pour voir si votre bébé se fait au matelas ou non. Si jamais l'expérience bébé Tedi ne fonctionnait pas, il vous suffira juste de lancer la procédure de retour gratuit puis de remboursement.

Le deuxième bel avantage d'acheter son matelas bébé Tedi sur internet c'est qu'il vous sera livré gratuitement. Encore une fois on voit une différence notable entre les boutiques et Tediber. La plupart du temps en boutiques, les vendeurs vont pousser pour le matelas le plus cher, et la livraison entrera en compte dans la négociation. Ici, pas de discussions possibles dans le sens ou quoi qu'il arrive la livraison sera offerte à tous. Profitons-en pour vous rassurer ici: toutes les livraisons se font avec le respect des gestes barrières.

Le point suivant est un bien beau gage de confiance de Tediber en ses matelas. La marque tricolore vous offre à l'achat de ce matelas bébé Tedi une garantie de 10 ans qui couvrira notamment tous les défauts possibles de fabrication. Cela vous donnera ce soulagement de savoir qu'en cas de problème d'ordre technique, le matelas vous sera remplacé. Il vous sera même changé à neuf par les livreurs partenaires de la marque française. Entièrement Made in France, cela rajoute une belle corde à l'arc du bébé Tedi.

On termine sur un point qui vous affectera immédiatement. Il s'agit bien entendu du paiement et du service de financement. Chez Tediber, ce service comme tous les autres est identique pour tous les matelas. Vous pourrez offrir ce matelas à votre bébé en 12 fois sans frais. On voit encore ici que Tediber a bien réfléchi. Car c'est au départ que les frais sont les plus élevés pour les enfants. Voilà pourquoi en payant votre bébé Tedi en 12 fois, vous ne vous rendez même pas compte que vous n'avez pas fini de le régler. Personne ne fait mieux sur internet sur cet avantage.

Niveau service, nous pouvons attribuer une mention spéciale à ce Bébé Tedi de Tediber. C'est tout simplement le matelas bébé qui possède le plus d'avantages de qualité pour ce prix là. On apprécie tout particulièrement l'attitude de la marque Tediber de vouloir donner du confort aux bébés dès leur plus jeune âge. Attention toutefois de ne pas confondre le confort de bébé et le votre. Car on ne choisit clairement pas de la même manière ces deux matelas. Soyez-en sûrs, vous resterez chouchoutés chez Tediber avec votre bébé.

Notre avis sur le bébé Tedi de Tediber

Voilà qu'arrive déjà notre avis récapitulatif sur ce matelas bébé Tedi. En plus d'être le meilleur matelas bébé en ligne, il est aussi abordable même pour les budgets les plus faibles. Il conviendra parfaitement au bébé en terme de composition de par la fermeté de sa mousse polyuréthane. Ce qui est important aussi c'est qu'en terme de santé, il protégera votre bébé des allergies et bactéries éventuelles. Et ceci sans traitements chimiques ce qui est essentiel selon les recommandations récentes de l'UFC Que Choisir.

Et si la marque de matelas à l'ours affiche du confort et de bons matériaux, elle ne s'en contente pas. Voilà qui rend d'autant plus agréable l'offre de services qu'elle affiche gratuitement. C'est du jamais vu que pour un matelas bébé, de tels services existent. On compte par exemple les fameux 100 jours d'essai, la livraison gratuite et la garantie de 10 ans sur le matelas. Mais il ne faut aussi pas oublier même si le prix est très abordable, que vous pourrez payer en 12 fois sans frais soit un paiement échelonné sur une année entière.

Bien dormir est important, mieux dormir est fondateur. Raison pour laquelle il est crucial que dès leur plus jeune âge, les bébés dorment dans un confort qui leur est adapté. Et en ce sens, le bébé Tedi devrait combler de bonheur les nuits comme les jours de votre bébé. Quitter les bras de papa et maman pour se retrouver dans ce bébé Tedi n'a après tout peut-être pas tant d'inconvénients.

Tediber et sa gamme de matelas à mémoire de forme

On l'a évoqué au tout début de notre avis sur le matelas bébé Tedi. Trois matelas viennent enrichir cette gamme à mémoire de forme de la marque tricolore Tediber. On compte le matelas bébé Tedi dont on vient de vous faire un récapitulatif complet mais ce n'est pas tout. La marque propose également un matelas Grand Tedi pour les 3 ans et plus, jusqu'à l'adolescence. Et enfin, elle affiche son matelas best seller pour les adultes: l'incroyable matelas Tediber.

Pour ce qui est du matelas Grand Tedi, il a pour avantage de ne pas avoir de concurrent digne de ce nom sur internet. Il affiche de plus deux faces pour un confort idéal entre 3 et 6 ans puis pour les enfants de 6 ans et plus. Il se constitue d'une seule mousse polyuréthane haute densité. Sur la face 6 ans et plus, il présente des découpes au niveau des points de pression. C'est ce qui va conférer ce sentiment de moelleux dans l'accueil. Pour la face 3-6 ans, le confort apparaît comme plus ferme évidemment avec la mousse polyuréthane haute densité non découpée.

On termine par le matelas universel de chez Tediber qui a fait changer de dimension à la marque. Parfaite superposition de mousse à mémoire de forme, de mousse polyuréthane et de latex, ce matelas universel est un produit référence en ligne. Il n'a ainsi clairement pas volé le titre de "meilleur matelas ferme" décerné en novembre 2019 par Que Choisir. On y trouve tout ce que l'on aime dans les bons matelas en ligne: un super prix, du confort et des services à la hauteur de nos attentes.

ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE

Gautier a rejoint la Fédération Française de la Franchise

le 14 janvier 2021

Toute l'actu franchise 1 fois par semaine. [Inscrivez-vous](#) à notre newsletter



Gautier, spécialiste de l'ameublement et de l'aménagement intérieur Made in France, fait désormais partie de la communauté de 177 enseignes adhérentes à la Fédération Française de la Franchise. La FFF fédère à ce jour plus de 45% des franchisés français.

Une nouvelle étape pour Gautier

Né il y a maintenant 60 ans, Gautier a permis jusqu'à ce jour à plus de 5 millions d'enfants et adolescents de dormir dans un des lits qu'il conçoit et fabrique. L'enseigne propose aujourd'hui du mobilier pour toutes les pièces de la maison : salons, séjours, chambres à coucher adultes, chambres pour enfants, dressings, rangements...

Un savoir-faire unique, une équipe de designers intégrée, des créations au design novateur... tels sont les principaux critères qui ont fait de Gautier une véritable réussite.

Soucieuse d'offrir des produits de qualité supérieure, la marque conçoit et fabrique toutes ses créations en Vendée où elle possède 3 sites de production. L'entreprise emploie à présent 750 salariés et est présente dans plus de 60 pays dans le monde avec 120 magasins, dont plus de 70 unités en France.

« Notre adhésion à la FFF s'inscrit dans notre schéma d'amélioration de notre modèle de croissance pour garantir toujours plus de bonnes pratiques et de visibilité à l'enseigne Gautier », a souligné Maurizio Di Salvo, responsable franchise Gautier.

C'est ainsi que Gautier fait désormais partie des 177 enseignes déjà membres de la Fédération Française de la Franchise. Une excellente opportunité d'échanger, d'apprendre, de grandir, et de faire progresser ses idées et celles de ses franchisés et partenaires.

ACTUALITÉS



Gautier s'installe à Paris avec une première boutique

mardi 5 janvier 2021, par [Camille Boulate](#)

L'enseigne de magasins de meubles a ouvert son premier magasin parisien début décembre. L'occasion pour Gautier de présenter un nouveau concept, à l'aube de ses soixante ans.

C'est au cœur du XV^e arrondissement que Gautier a pris ses quartiers. L'enseigne, qui fête cette année ses 60 ans, a ouvert son premier magasin à Paris, rue de la Convention, début décembre. *"L'objectif : faciliter l'accès à la marque en centre-ville, souligne Gautier dans un communiqué. [...] La boutique propose également son service premium digitalisé 'Gautier Home' qui mise sur la 3D pour créer des solutions de rangements modulables et personnalisées."* Avec cette nouvelle boutique, l'enseigne souhaite également séduire une nouvelle cible de clients, plus urbains et peu adeptes des zones commerciales en périphérie des villes. *"Cette nouvelle implantation permet ainsi à la marque vendéenne de conquérir les centres-villes avec des points de vente plus intimistes et qui offrent une nouvelle expérience de marque",* insiste le réseau.

À LIRE AUSSI : Ameublement, des commerces en pleine révolution

Éco-responsabilité et durabilité

Ce nouveau point de vente arbore un nouveau concept, plus premium et toujours axé sur le service aux consommateurs. Aussi, Gautier mise sur ses valeurs fondatrices telles que l'éco-responsabilité et la durabilité du produit. *"Ce concept de boutique met à la disposition de ses clients une palette de services premium pour créer son projet intérieur de A à Z grâce notamment à une matériauthèque complète et inédite dans l'univers Gautier",* précise la marque. Le réseau compte également sur le made in France pour continuer à se démarquer et séduire tant les clients que les porteurs de projets. Avec un réseau de plus de 120 magasins à travers le monde, Gautier compte en effet étoffer encore son maillage territorial notamment à l'international.

La Roche-sur-Yon. Un nouveau magasin de literie sur-mesure s'est installé dans la zone Acti-Sud

Matelas, sommiers, fauteuils de relaxation et linge de lit « Made in France » Voici ce que propose le magasin Maliterie qui s'est installé en décembre 2020 dans la zone commerciale Acti-Sud, à La Roche-sur-Yon.



Christine Renard est la gérante du nouveau magasin de literie « Maliterie », situé dans la zone commerciale Acti-Sud, à La Roche-sur-Yon. La spécialité du magasin : le sur-mesure. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Cannelle CORBEL.

Publié le 26/01/2021 à 19h43

Abonnez-vous

Depuis le mois de décembre le magasin de literie « Maliterie », a ouvert dans la zone commerciale Acti-Sud, à La Roche-sur-Yon. « **Nous existons depuis 75 ans, notre usine est au Mans et tous nos produits sont « Made in France »** », explique Christine Renard, gérante du magasin de La Roche-sur-Yon. L'enseigne propose entre autres des matelas, sommiers et fauteuils de relaxations. « **Nous faisons aussi du sur-mesure et nous pouvons proposer pour un même matelas, deux confort différents pour les deux conjoints** », ajoute Christine Renard. L'une des particularités de la marque est qu'il n'y a pas d'intermédiaire entre l'usine qui fabrique les produits et les 40 magasins de la marque présents en France. « **Tous les produits qui sortent de l'usine sont proposés en boutique** », insiste la gérante du magasin yonnais.

Le magasin est ouvert de 9 h 30 à 13 h et de 14 h à 18 h (en période de couvre-feu).

PUBLI-RÉDACTIONNEL

Le Matelas Vert, vraiment écolo ?

Publié le 08/01/2021 à 17:04



Le Matelas Vert

Ce weekend, Capital, magazine phare de la sixième chaîne, faisait sa rentrée avec une enquête sur le business du sommeil.

Beaucoup de téléspectateurs se sont émus des pratiques frauduleuses de nombreux sites épinglés lors de l'enquête, et comme beaucoup, là encore, une marque au discours visiblement transparent a retenu notre attention: *Le Matelas Vert*. Encore un produit se voulant écolo, pourrait-on d'abord penser, sceptique comme face à la plupart des enseignes présentées dans le magazine.

De nombreux téléspectateurs ont d'ailleurs relevé la quantité de plastique emballant le matelas, et il n'en fallait pas moins pour que certains crient au greenwashing !

Dans le même temps, la marque a connu un succès fulgurant, son site ayant été saturé à plusieurs reprises dans les 24h suivant l'émission.

L'EXPRESS**OFFRE LIMITÉE. 2 MOIS POUR 1€ SANS ENGAGEMENT**

[Je m'abonne](#)

Alors, argument de vente à la mode ou mode éthique de la literie ?

L'un des reproches fait à la marque était qu'un de ses employés reconnaissait sans fard que la mousse de leur matelas n'était pas foncièrement plus naturelle qu'une autre.

Là-dessus, soyons clair, bien que le produit se nomme écolo-mousse et soit partiellement composé de soja, ce sont bien les traitements du matelas et de sa housse qui sont présentés comme parfaitement naturels sur leur site et non la mousse en elle-même. Un bon point pour la marque, surtout quand on sait que celle-ci propose deux autres modèles que l'émission ne mentionnait pas et qui sont eux, pour le coup, parfaitement naturels (laine bio, chanvre, coton bio, latex bio), bien qu'un peu plus onéreux que l'écolo-mousse. À ce propos, le communiqué de la marque faisant suite à l'émission est assez éloquent.

Et l'emballage dans tout ça ? Chez Le Matelas Vert, on se justifie en disant qu'il s'agit de plastique recyclable, fabriqué en France, et réutilisable pour un éventuel retour durant la période d'essai. Heureusement que tous leurs produits viennent de France et qu'il ne s'agit que de circuits courts, sinon on aurait été tenté de leur dire que renvoyer un matelas... Ce n'est pas non plus très écolo !

Passé ce détail qui pourrait en gêner certains, force est de constater qu'avec un arbre planté à chaque vente, des partenariats avec des acteurs majeurs de la défense de l'environnement, de nombreuses certifications, Le Matelas Vert s'impose assurément comme un acteur sur lequel il va désormais falloir compter.

D'autant qu'ils sont les seuls sur ce positionnement à fabriquer en France, sans pour autant pratiquer des prix gonflés comme certains de leurs concurrents.

Les meubles Gautier testent un format de centre-ville

MAGALI PICARD

ENTREPRISES, DISTRIBUTEURS, FRANCHISE

PUBLIÉ LE 05/01/2021

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

GOOGLE +

Fabricant vendéen de meubles qui revendique du made in France, Gautier vient d'ouvrir un magasin de 150 m² dans le 15^{ème} arrondissement de Paris. Un petit et nouveau format pour une enseigne habituée à la périphérie des villes.



Gautier teste un nouveau format et concept dans Paris.

LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Gautier, la PME vendéenne qui réussit dans le meuble

Darty, Castorama, Leroy Merlin, Ikea, les cuisines Ixina...et maintenant Gautier adaptent leur format de magasin aux villes et aux nouveaux comportements de consommateurs en termes de flux. *"Le mouvement des gilets jaunes, puis les grèves, nous avaient déjà alertés sur le délaissement des zones périphériques au profit des*

Le fabricant de meubles Gautier vise l'Ile-de-France

TOUTE LA FRANCHISE



Plus de 1800 concepts éprouvés vous attendent

CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE

villes", nous avait confié il y a plusieurs mois David Soulard, directeur général de Gautier. L'ouverture mi-décembre d'un format de magasin plus petit, 150 m², rue de la Convention, dans le 15^{ème} arrondissement de Paris, n'est donc guère étonnant. 150 m² alors que la superficie moyenne se situe autour de 350 m².

Premium

Adaptation oblige, Gautier ne s'adresse pas de la même manière au citoyen aisé qu'aux adeptes des zones commerciales des villes de province. Il met donc en place un service qu'il qualifie de "premium", à savoir un service 3D d'agencement permettant de concevoir et de créer son dressing, d'assortir **meubles** et murs, à l'aide d'une

"matériauthèque" complète. Ce nouveau format et concept se veut aussi plus "intimiste".

Made in France

Implanté en Vendée, Gautier revendique son ancrage régional et français. Le fabricant travaille avec des PME locales situées à 50 km des sites de production et avec du bois français, issu de forêts durables gérées situées à moins de 300 km. Il compte trois usines, 750 salariés et 120 magasins dans le monde, dont 70 en France.

Likoolis, des canapés convertibles conçus en Charente-Maritime et fabriqués en France

Mardi 5 janvier 2021 à 18:44 - Par Julien Fleury, France Bleu La Rochelle



Breuillet



Depuis 15 ans, Claire et Claude Chardavoine commercialisent des canapés convertibles, depuis Breuillet près de Royan. Des modèles à la fois confortables, compacts et pratiques, grâce à un concept breveté. Mais à 70 ans passés, ils cherchent à passer la main.



Depuis 15 ans, un couple d'entrepreneurs de Breuillet (Charente-Maritime) commercialise un canapé convertible à la fois compact et confortable. Une rareté. - Likoolis

Vous êtes à la recherche d'un canapé convertible ? Et si vous achetiez un produit fabriqué en France, et conçu en Charente-Maritime ? C'est ce que proposent depuis près de 15 ans un couple d'entrepreneurs, basés près de Royan à Breuillet (Charente-Maritime).

Claude et Claire Chardavoine ont créé Likoolis (lit-coulisse), une marque **uniquement présente sur Internet**. Des canapés convertibles à la fois confortables, compacts, et faciles d'utilisation. Au cœur du produit, un **système breveté** y a une quinzaine d'années : un sommier à lattes télescopique, qu'on peut déployer sans effort.

Concept breveté

"Je suis parti sur l'idée d'un cadre à lattes télescopique, qui s'ouvre comme on ouvre un tiroir, raconte Claude Chardavoine. En tirant sur la façade, on déploie deux chariots qui viennent glisser l'un dans l'autre." Une idée efficace, qui permet des positions intermédiaires, type méridienne : "on l'ouvre soit en lit de deux mètres, soit en méridienne d'1,60m, ou encore en lit enfant d'1,80m."

Le canapé peut encore se séparer en deux chauffeuses. En y ajoutant des roulettes, on le déplace facilement d'une pièce à l'autre. Avec toujours la garantie de passer une bonne nuit, grâce à un **matelas en mousse de bonne qualité**. Une qualité qui se paie: 1500 euros minimum pour un canapé deux places. Me juste prix, se défend Claude Chardavoine.

Bonne nuit assurée

"On trouve sur le marché des tas de petits produits modulables, précise l'entrepreneur charentais maritime. On trouve souvent des qualités de matelas très bas de gamme, des produits très compliqués à manipuler, ou au contraire rudimentaires, sans sommier... on est couché sur une planche ! Mais on ne peut pas appeler ça du convertible !"

Likoolis qui a encore innové en 2020, en proposant des accoudoirs amovibles. Résultat : on peut désormais assembler trois chauffeuses pour faire un canapé trois places. En plus des particuliers, la société espère se faire une place dans la **literie hôtelière** et dans les **établissements de santé**.

Made in France

En attendant, l'année 2020 a été difficile en raison du covid. **A peine 1.000 canapés** vendus contre plusieurs milliers les années précédentes. Mais avec un frémissement en fin d'année. *"On le constate lorsque les clients nous appellent : le made in France est très important aujourd'hui"* promet Claude Chardavoine, convaincu qu'il a trouvé un créneau porteur, lui qui fait fabriquer ses canapés par une usine de Vendée.

"On a tout ce qu'il faut pour fabriquer en France, poursuit Claude Chardavoine. On a des techniciens de grande qualité, des matériaux parfaitement adaptés, et ça ne coûte pas plus cher !" Car les coûts de transports pour faire venir un objet de Chine compensent largement le prix de la main-d'œuvre dans notre pays, assure Claude Chardavoine.

Cherche repreneur

A 73 ans, le créateur se consacre aujourd'hui de plus en plus à ses autres passions, **sculpture, peinture**. Il est donc à la recherche d'un repreneur.

Lit Emma Select : faut-il acheter ce sommier tapissier ?



Lit Select © Emma

Depuis 2015, Emma règne sur le marché du matelas en ligne. Depuis, la marque d'origine allemande a développé toute une gamme de produits autour de ses couchages pour répondre à un besoin réel de ses clients. Parmi ces produits annexes, on retrouve **un lit Emma Select ainsi qu'un sommier avec des pieds**.

Si vous aviez l'intention de changer de matelas, pourquoi ne pas en profiter pour prendre un lit avec un sommier ? Les experts sont unanimes, il vaut mieux changer de literie en intégralité au même moment. De cette façon, vous éviterez la dégradation prématurée de votre matelas. Avec un lit neuf, vous évitez les frictions avec le couchage et vous assurez un bon maintien de ce dernier.

1

Emma[®]

→ Emma Original, le n°1 en France

→ 100 nuits d'essai

9.5 /10

VOIR L'OFFRE

[Notre test](#)

Une gamme composée de 2 lits Emma

Emma a toujours voulu rendre accessible des produits pour le sommeil de grande qualité. Si vous avez **eu l'occasion de lire notre avis sur Emma ici**, vous avez vu que la marque proposait des excellents rapports qualité prix sur tous ses matelas. Elle n'a pas hésité à diversifier sa gamme pour répondre à tous les profils et tous les budgets de ses clients.

Pour les lits, la marque a eu une réflexion similaire. Elle a ainsi décliné son lit en deux versions différentes : **le lit Emma Select est plus premium tandis que son sommier à pied est plus basique**. Évidemment, cette stratégie implique que les tarifs ne sont pas les mêmes non plus. Nous allons vous présenter les deux dans le détail ci-dessous.

Dans les deux cas, ces supports viendront parfaitement cohabiter avec les matelas en mousse à mémoire de forme de la marque. Ils offrent une ventilation optimale du matelas pour évacuer toute sensation de chaleur. Que ce soit le lit Emma Select ou le sommier, les 2 fonctionneront à merveille avec le matelas Emma Original. Si vous voulez rallonger au maximum la durée de vie de ce dernier, il n'y aura pas de meilleur investissement qu'un bon lit.

1) Le lit Emma Select, un sommier tapissier premium

La différence entre un sommier et un lit est parfois minime. C'est le cas ici avec le lit baptisé Emma Select et qui n'est autre qu'un sommier tapissier premium. La marque allemande a mis au point un lit qui puisse être personnalisé selon les goûts de chacun. Il existe aussi plusieurs formats pour répondre à la taille du matelas : mais attention, il y a moins de tailles du lit Select que de tailles du matelas Original. Il faut donc être vigilant lors de votre achat.

Dans son argumentaire, Emma se félicite d'avoir ici un lit *"comparable à un lit d'hôtel de luxe"*. Dans les faits, il apporte un soutien uniforme et efficace au matelas, ce qui d'un point de vue confort est beaucoup plus agréable pour le dormeur. En effet, le lit compte presque autant que le confort du matelas : il ne faut donc pas négliger la qualité de ce dernier pour dormir mieux.

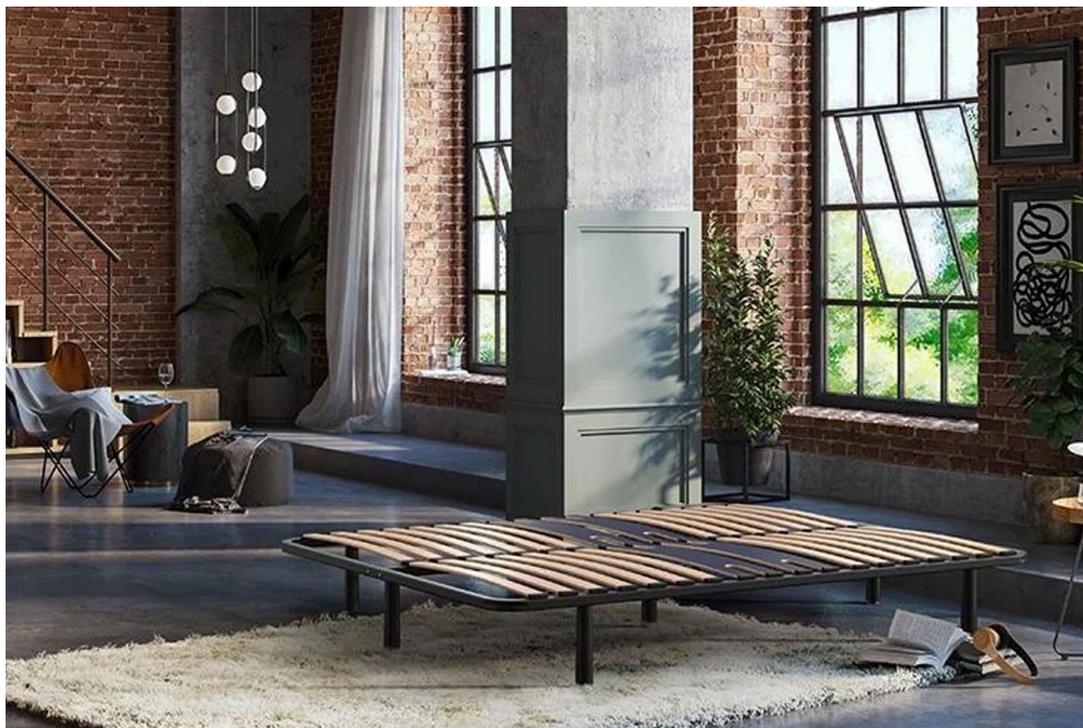
DÉCOUVRIR LE LIT EMMA

Au niveau de la composition, le sommier possède une structure en bois éco-responsable avec un rembourrage en feutre. La hauteur du lit est d'environ 30 cm : il y a 15 cm pour le sommier en lui-même et 15 cm pour les pieds de lit. Selon les goûts de chacun, ces derniers peuvent être personnalisés : chromés, bois blanc, bois foncé ou bois clair – sans aucun supplément.

En revanche, si vous souhaitez avoir la tête de lit en plus (finitions similaires), il faudra rajouter 90€ au panier. Pour en venir maintenant au prix du lit Emma Select, il varie entre 249€ et 498€ (remise incluse) selon la taille du lit que vous prendrez. Hors réduction, il faut compter en moyenne 30% de plus. Il faut le reconnaître, c'est un budget en plus quand on sait que le **prix du matelas Emma est déjà assez important**. Cela dit, vous pouvez le payer en 3 ou 4x sans frais.

2) Le sommier Emma avec des pieds

Si vous avez un budget plus limité à allouer pour votre lit, le sommier à pieds Emma sera un très bon choix. Celui-ci est moins onéreux que le lit Emma Select, mais il est donc aussi plus basique au niveau de la structure. Le sommier en lui-même est composé de 14 lattes de couleur bois naturel (si vous prenez un sommier pour deux, il y en aura donc 28). Dans le cas de ce sommier, il y a 2 ou 4 lattes doubles au niveau du bassin pour renforcer le soutien.



Sommier à pieds © Emma

La structure en elle-même du sommier Emma est en métal avec des embouts en polypropylène. Que ce soit le sommier une – ou deux – place(s), les pieds mesurent 22 cm. Au final, avec ce sommier et ses pieds, vous êtes donc quasiment à la même hauteur que sur le lit Emma Select. Avec des lattes, le matelas qui est posé dessus peut bien respirer, ce qui assure une bonne ventilation de ce dernier. Cela implique aussi moins d'humidité dans le matelas, et donc moins d'acariens.

Il y a plusieurs avantages à acheter ce sommier lit chez Emma. La première, c'est que c'est un produit 100% fabriqué en France (cocorico). Ensuite, il est aussi bien moins cher que le lit Select. Sur la taille une place, il est seulement à 189€ (sans remise). La version la plus grande grimpe jusqu'à 289€ contre 716€ pour le lit Select si on exclut la remise. La différence de prix est assez significative, et cela vaut donc largement le coup d'y réfléchir.

Comment monter son lit Emma ?

On a tous déjà eu du mal à assembler un lit avec des lattes. Emma a pensé à tout, depuis la livraison jusqu'au montage. En l'occurrence, la livraison sera assurée directement chez vous (au pied de l'immeuble ou dans votre appartement, selon le livraison) et sans aucun frais. Il faut compter entre 4 et 8 jours ouvrés pour le sommier et entre 10 et 20 jours ouvrés pour le lit Emma Select.

Les deux lits sont livrés en kit, il faudra donc ensuite les monter soi-même. Emma a fourni tout un manuel efficace qui vous permettra de le monter facilement et en moins de 20 minutes. La marque premium allemande certifie que vous pouvez réaliser le montage seul, sans avoir besoin d'assistance.

Une vraie promesse sur la qualité du produit

Si vous avez consulté les **meilleures marques de matelas en ligne**, vous avez probablement remarqué qu'elles distinguaient les services entre leur matelas et les produits annexes. En l'occurrence, les garanties et les périodes d'essai ne sont pas les mêmes. Dans de nombreux cas, il n'y a d'ailleurs aucune période d'essai sur les produits comme les oreillers, couettes ou les lits.

DÉCOUVRIR LES LITS EMMA

Emma a décidé de ne rien distinguer et d'offrir les mêmes conditions partout. Vous aurez donc 100 nuits d'essai pour vous convaincre de votre nouveau lit. Que ce soit le lit Emma Select ou le sommier à pieds, vous pourrez donc le tester chez vous, dans les conditions du réel. Si vous avez acheté un matelas Emma au même moment, vous aurez donc l'expérience complète sur toute la durée.

Si le produit ne vous plaisait pas, Emma s'engage alors à vous le reprendre et vous offrir un remboursement. Vous pouvez solliciter à tout moment lors de votre période d'essai le **support client Emma pour obtenir une reprise**. Ce dernier vous communiquera l'heure et le jour de passage du transporteur pour que celui-ci vienne reprendre le lit (et éventuellement le matelas). Entre 48 et 72 heures après le retour, vous serez remboursé sur votre compte bancaire.

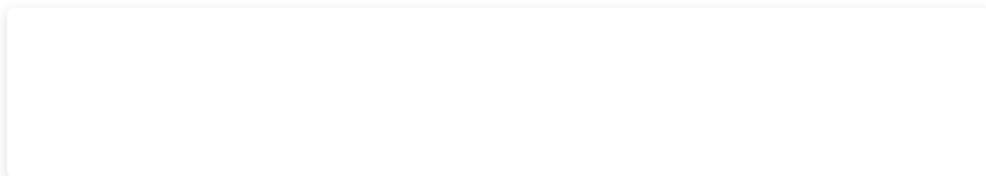
Emma, une marque reconnue et appréciée

En quelques années, la marque allemande Emma s'est imposée comme la nouvelle référence sur la literie. Son matelas Original s'est déjà écoulé à plus d'un million d'exemplaires à travers l'Europe. La France est l'un des marchés principaux de la marque. Avant même la crise sanitaire, elle s'était déjà placée comme un produit de référence : l'UFC Que Choisir l'a reconnu à plusieurs reprises comme la marque avec le meilleur produit.

Outre sa gamme de matelas phares, Emma s'est également diversifiée dans les produits annexes. En effet, les français ont tendance à changer toute leur literie au même moment (pour en maximiser les bienfaits). C'était donc logique que de proposer une gamme avec un oreiller, une couette ou encore un lit Emma. La marque a écouté son public et elle a décliné son lit en deux possibilités : un sommier classique (et efficace) ou un lit Select premium et esthétique.

En combinant un matelas et un lit Emma, vous mettez toutes les chances de votre côté pour maximiser le confort (et la durée) de votre matelas. Cela dit, vous pouvez très bien utiliser chacun de ces produits de manière indépendante. Le matelas Emma peut aller avec un autre sommier / lit, et le lit Select peut très bien convenir à d'autres matelas.

Sachez enfin que tous ces deux lits sont éligibles à la période d'essai de 100 jours. C'est un vrai avantage puisque les autres marques qui proposent des lits (comme Eve ou Hypnia) ne le font pas. De son côté, Simba a tout simplement décidé d'arrêter de proposer des lits à sa clientèle. La marque a eu trop de mal au niveau de l'approvisionnement (et du montage des lits), elle a donc décidé de jeter l'éponge.





Marques de vertu : Quand les éditeurs de mobilier s'engagent pour la planète

Par Olivier Waché | LE 05 JANVIER 2021

DOSSIER DESIGN ET ÉCOLOGIE

[Voir les articles](#)

Ils réinventent des modèles pour faire « moins mais mieux ».

Qui sont ces éditeurs et fabricants qui s'engagent au quotidien pour la planète ? Nouvelles façons de produire, matières premières recyclées, approvisionnement local...

Enquête sur les acteurs du mobilier « vert », loin du greenwashing.

Fabriquer sans penser à l'environnement ? Inconcevable ! La préoccupation écologique est aujourd'hui partout et le mobilier ne fait pas exception ! Matériaux recyclés et recyclables, production vertueuse, énergie renouvelable, fabrication raisonnée et locale, analyse du cycle de vie, réduction des polluants, valorisation des meubles usagés... les pistes sont nombreuses pour proposer à des consommateurs de plus en plus attentifs du mobilier éco-responsable. Loin d'un simple « coup » marketing, quelques marques de vertu prennent vraiment le parti de l'environnement. Qu'elles y soient venues progressivement ou qu'elles aient été fondées sur ce principe, chacune à sa manière nous incite à repenser notre rapport au mobilier.

Des meubles conçus pour durer

Fabricant de meubles depuis soixante ans, Gautier s'engage pour l'environnement. L'entreprise est l'un des 24 membres fondateurs d'Eco-mobilier, un éco-organisme à but non lucratif de collecte et de recyclage du mobilier usagé. Elle a obtenu en 2006 la norme ISO 14001 pour la protection de l'environnement, elle est certifiée PEFC depuis 2012 et une partie de ses meubles est estampillée « NF Environnement ». Enfin, toute sa production est basée en Vendée, dans ses trois usines. « *La question de l'environnement est primordiale*, assure David Soulard, son président. *Nous menons une politique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) depuis longtemps, que nous formalisons actuellement dans un livre blanc. Il est important d'avoir une action globale et ce dès la conception. Avec notre équipe chargée du design, nous concevons des meubles innovants, fabriqués pour durer et dont nous maîtrisons les composants et l'élaboration. Nous quittons la production de masse pour aller vers le "just in time" (système de gestion*

des stocks dans lequel les matériaux sont acquis quelques heures seulement avant d'être utilisés pour la fabrication, NDLR). *Pour cela, nous misons sur la personnalisation et venons d'ailleurs de lancer un plan d'investissement de plusieurs millions d'euros pour créer un nouvel atelier qui nous le permettra. »*

Alki, local et éco-responsable avant l'heure

D'autres ont aussi fait le choix du bois et du local, à l'exemple de Drugeot Manufacture (en Anjou bleu) ou de la jeune marque de vertu Slean et de son bureau malin (qui source en Normandie, Vendée, les Deux-Sèvres et les Vosges). Au Pays basque, **Alki** a opté pour un ancrage local couplé à une production raisonnée. *« Depuis sa création en 1981 sous forme de coopérative, l'entreprise a toujours défendu l'emploi local, un projet à la fois social et culturel, rappelle Eñaut Jolimon, responsable de la production. Pourtant, l'aspect environnemental n'était pas prévu à l'origine, mais il est finalement au cœur de notre démarche puisque nous produisons tout localement, avec un réseau de partenaires situés à 80 % à moins de 100 km de notre atelier de fabrication. Le chêne, notre principale matière première, est labellisé PEFC ou FSC et fourni par un partenaire qui s'approvisionne en France, en Italie et en Belgique. »* Un choix qui permet à Alki de limiter son impact environnemental : les carrelets de bois sont livrés dans une dimension la plus proche possible du produit fini, pour limiter les déchets et rebuts, lesquels sont valorisés dans le chauffage de l'atelier. Quant aux copeaux (non traités), ils sont récupérés par un agriculteur du voisinage.



Gautier a fait le choix du made in France avec ses trois usines implantées en Vendée. Le fabricant peut ainsi maîtriser totalement, et ce depuis soixante ans, le cycle complet de vie de ses produits.

THOMAS LOUAPRE

Alki s'est aussi essayée au bioplastique, pour la coque de sa chaise *Kuskoa Bi*, du designer Iratzoki Lizaso. « *Ce modèle était le premier du genre, explique Eñaut Jolimon. Cela correspondait à notre envie d'innover, de ne pas nous limiter à un matériau. Nos produits peuvent être destinés à un usage professionnel et doivent répondre à une utilisation fréquente, voire intensive. Mais produire un plastique résistant à partir de fibres végétales a nécessité de la recherche, pour trouver la bonne formulation, et des investissements lourds pour les moules.* » Certains, comme Maximum, ont choisi les surplus industriels, d'autres, comme Planq, le textile, pour en faire une nouvelle matière première.

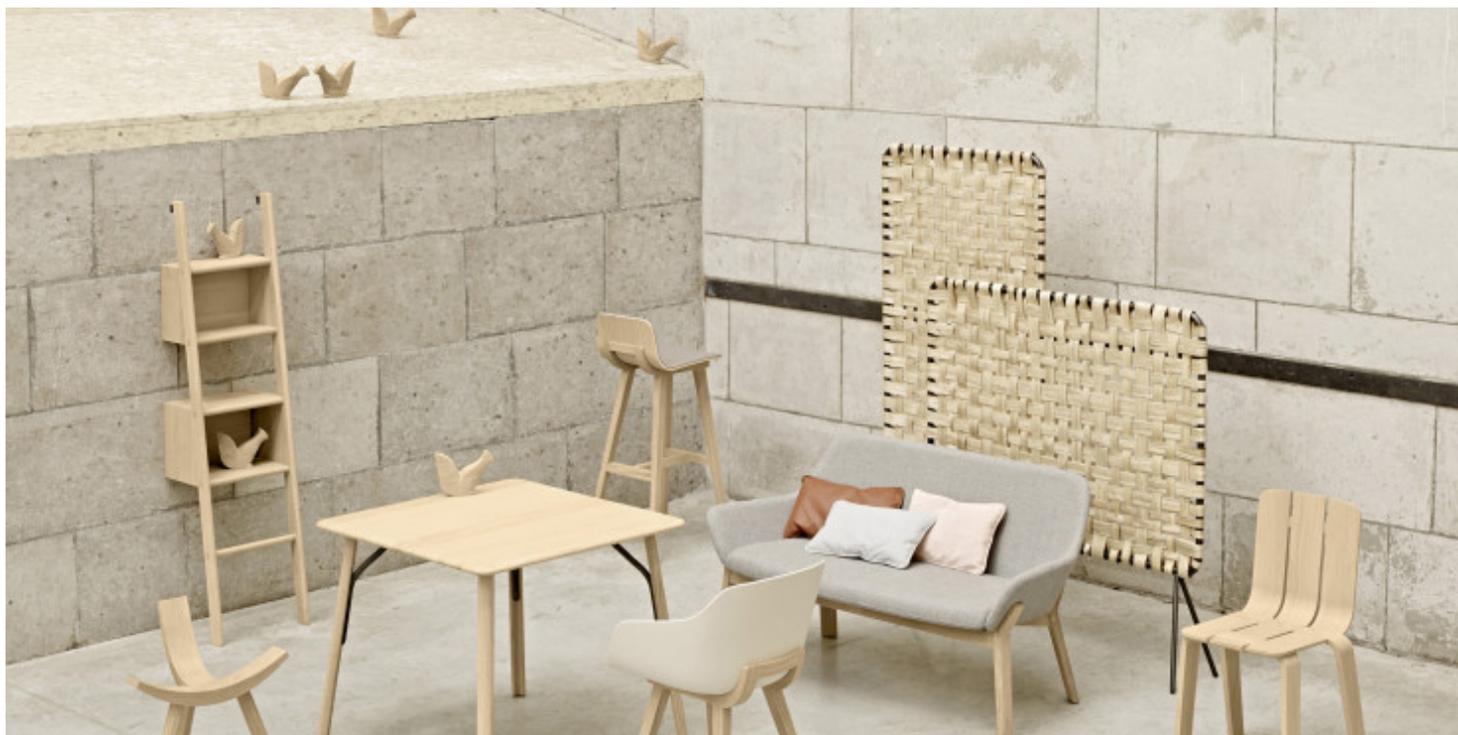
Vers une économie circulaire

Plutôt que des déchets de fabrication (appelés « matières post-production »), les dirigeants de Noma ont, eux, opté pour les matières recyclées post-consommation, c'est-à-dire récupérées après le tri sélectif. « *Nous voulions être acteurs du changement, en proposant une démarche globale et complète d'éco-conception, de la production jusqu'à la fin de vie,* expliquent Guillaume Galloy et Bruce Ribay, les fondateurs. *Dans cette*

approche globale de la durabilité, l'un des axes est l'usage de matières issues du recyclage pour changer le regard que l'on porte sur elles et donner à comprendre que l'on peut faire du beau avec. »

Marque de vertu environnementale

L'éditeur s'approvisionne auprès de partenaires rigoureusement sélectionnés, ce qui garantit la traçabilité et lui permet d'indiquer en pourcentage la teneur exacte en matériaux recyclés de chaque produit. *« C'est une volonté de transparence de notre part, pas un argument marketing, poursuivent-ils. Si la composition en matière recyclée varie, nous modifions le pourcentage indiqué. »* Pour attester du sérieux de sa démarche, l'éditeur se fait accompagner par une agence d'éco-conception, Coopérative Mu. *« Leur appui nous est précieux, avouent-ils. Ils nous forment, nous apportent des solutions d'éco-conception sur l'ensemble du cycle de vie de nos produits : matériaux, emballages, distribution, usages, fin de vie... »* À l'heure où l'on parle de bilan carbone, et donc de l'impact du transport, peut-on fabriquer à l'autre bout de la planète et se revendiquer marque de vertu environnementale ?



Alki place le bois au cœur de son activité. Épaulé par le designer Irtzoki Lizaso, qui a accompagné l'entreprise dans son évolution, le fabricant basque privilégie le chêne PEFC ou FSC, mais a aussi utilisé du châtaignier pour la collection tressée « Zumitz ».

DR

Tikamoon veut répondre par l'affirmative et le démontrer. Depuis 2007, le *pure player* (qui exerce son activité exclusivement sur Internet) français propose du mobilier en bois massif livré monté, fabriqué en Indonésie, en Inde, dans les pays de l'Est en Europe et peut-être bientôt en France. « *Nous défendons avant tout l'idée de l'objet qui dure et qui se transmet*, annonce Arnaud Vanpoperinghe, son président. *Nos meubles en bois massif sont fabriqués dans ces pays selon l'essence utilisée, comme le teck, le manguier ou le chêne, de manière traditionnelle et par des partenaires rigoureusement sélectionnés. Bien sûr, la question du transport interroge. C'est pourquoi nous travaillons avec le cabinet spécialisé Carbone 4 sur notre bilan carbone et l'analyse du cycle de vie de nos produits. Ce qui est déjà établi, c'est qu'il n'est pas plus polluant d'importer par bateau du mobilier depuis l'Indonésie que de le transporter par camions des pays de l'Est. Nous faisons également le choix de ne couper que des arbres matures, qui ont capté autant de CO2 qu'ils le pouvaient.* »

Entreprise responsable

Pour démontrer son engagement environnemental, **Tikamoon** va plus loin avec son programme de développement durable baptisé « TikaGreen ». À l'horizon 2023, la **marque de vertu** entend tenir plusieurs engagements, comme proposer 95 % de meubles en bois massif, contre 80 % à ce jour. Si seulement 20 % du bois qu'elle utilise est labellisé FSC aujourd'hui, Tikamoon entend parvenir à 50 %. La garantie actuelle de cinq ans sera portée à dix ans. Enfin, elle entend réduire encore son empreinte carbone. Pour aider le consommateur à choisir en conscience, la marque de vertu a mis en place une « éco-note », avec un classement de une à quatre feuilles, qui permet au consommateur de situer chaque meuble selon six critères : usage de bois massif, labellisé FSC et assemblé traditionnellement, absence de matières composites, économie de la ressource et « réparabilité ».



Engagée en faveur de l'environnement, Tikamoon a mis en place sa charte en faveur du développement durable et s'engage notamment à utiliser du bois massif et de préférence FSC. L'entreprise lilloise s'est aussi essayée au bois recyclé à travers la collection « Brooklyn ».

DR

Ces entreprises fourmillent d'idées pour faire évoluer les choses. « *Nous voulons inciter nos clients, s'ils ne gardent pas leurs meubles, à leur offrir une seconde vie. Nous réfléchissons aussi à un système de location de mobilier, dans une approche d'économie d'usage plutôt que de propriété,* poursuit Arnaud Vanpoperinghe. *Nous envisageons de*

*devenir une société à mission, dans le cadre de la loi Pacte *, ou de rejoindre le mouvement B Corp (pour Benefit Corporation, NDLR), comme l'a fait la marque de vêtements spécialisés Patagonia, qui est pour nous un exemple d'entreprise solidaire. »*

Les marqueurs d'une évolution

Cette certification, créée par l'ONG B Lab, accordée à des entreprises engagées notamment d'un point de vue sociétal et environnemental, intéresse aussi Noma. *« Il est important de s'engager dans une démarche à la fois transparente et exigeante, clament les dirigeants. Les choses évoluent, mais il reste de nombreux points en suspens, comme l'affichage environnemental (qui permet au consommateur de connaître l'impact environnemental d'un produit avant son achat, NDLR), sur lequel nous travaillons. Il serait bon que les grandes entreprises s'emparent à leur tour de ces questions, pour que le secteur du mobilier soit porteur de nouvelles valeurs. »* Rendre compatibles développement économique et sobriété, voilà une réflexion qui résume bien le défi à relever pour notre siècle.

** La loi Pacte introduit la qualité de société à mission permettant à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux et environnementaux.*

Nice : Le nouveau roi du « Trone » veut continuer à révolutionner

les pauses pipi

2021 A DU TALENT L'année 2021 a débuté et « 20 Minutes » vous présente celles et ceux qui vont l'animer par leur créativité, leur performance ou leur bienveillance. Le Niçois Hugo Volpei va lancer une nouvelle gamme de WC anti-odeurs

Fabien Binacchi  Publié le 04/01/21 à 10h28 — Mis à jour le 04/01/21 à 10h28



Hugo Volpei, 29 ans, a commencé à commercialiser Icone 0.1 il y a deux ans — *Trone*

- En ce début d'année, *20 Minutes* vous présente celles et ceux qui feront l'actu en 2021 grâce à leur action associative, leur performance sportive, leur esprit d'entreprise ou leur créativité.
- Le Niçois Hugo Volpei a créé la marque *Trone* pour révolutionner les WC.
- En 2021, il lancera son deuxième modèle avec un dispositif anti-odeur.

C'est parce qu'on y consacre en moyenne trois ans et demi d'une vie qu'Hugo Volpei s'y est intéressé. Les WC, les toilettes, les chiottes... ce Niçois de 29 ans que *20 Minutes* a choisi de mettre à l'honneur dans sa série « 2021 a du talent » veut continuer à les révolutionner.

Etudiant en HEC, celui qui voulait « devenir architecte et ouvrir des restos » s'est finalement lancé il y a deux ans dans cet objet du quotidien. Avec *Trone*, la société qu'il a lancée avec trois

associés, il s'est engagé avec l'espoir « de susciter du désir sur une chose qui n'en a jamais suscité ».

Xavier Niel investit dans l'affaire

Bingo. Icone 0.1, son premier « trone » vendu jusqu'à 2 000 euros, design et haut de gamme (100 % made in France avec cuvette en céramique émaillée, lunette en bois de frêne et réservoir d'eau en verre transparent), a permis à la start-up de dépasser le million d'euros de chiffre d'affaires.

Forte d'une récente levée de fonds de deux millions d'euros. (Xavier Niel, Thibaud Elzière, Frédéric Jousset et Victor Lugger sont entrés dans le capital), la société d'Hugo Volpei veut continuer à chambouler la pause caca avec une deuxième génération de toilettes... anti-effluves.

« Bactéricides, virucides et fongicides »

« Notre ambition n'a jamais été de travailler que sur le design. Cet 'Icône 0.2' proposera, en option, un dispositif de traitement de l'air. Capté, il sera mélangé à de l'ozone pour détruire les odeurs en moins d'une minute », promet le jeune entrepreneur.

Et cette nouveauté, qui devrait être commercialisée dès le mois de février, aura également l'avantage « de purifier l'atmosphère de la pièce avec des propriétés bactéricides, virucides et fongicides », vante encore Hugo Volpei.

Transfarmers lance un pot de fleurs qui composte en appartement

JENNIFER MATAS | Le 06/01 à 07:00



Le lombricomposteur de Transfarmers se présente comme un pot de fleurs dans lequel on peut mettre ses déchets. - Photo Damien Poullenet

Imaginé par trois ingénieurs agronomes et une graphiste, ce pot en terre cuite made in France valorisent les biodéchets des particuliers. Les épluchures nourrissent micro-organismes et vers de terre qui apportent eau et nutriments à la plante.

Les [biodéchets \(https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0211515357242-tryon-meiko-veolia-le-creneau-des-biodechets-aiguise-les-appetits-304035.php\)](https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0211515357242-tryon-meiko-veolia-le-creneau-des-biodechets-aiguise-les-appetits-304035.php) représentent un tiers des poubelles des Français. Or, une bonne partie sont naturels et biodégradables, et pourraient donc servir à **faire du compost**

<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0600197148121-compost-les-jeunes-pousses-envahissent-le-marche-325615.php>) plutôt que de partir en fumée avec le reste de nos détritiques. Ceux qui ont la main verte, et surtout un jardin, font déjà du compost maison. Mais comment aider ceux qui vivent en appartement ou ne sont pas spécialement portés sur le jardinage à valoriser leurs épluchures de fruits et légumes ? C'est là que **Transfarmers** entre en jeu.

Six générations de prototypes

Conçu par trois ingénieurs agronomes, **Louis Jamin, Thomas Colin et Henri Thomazo**, et la graphiste **Aliette Thomazo**, Transfarmers est un **pot de fleurs composteur** adapté à l'usage en intérieur. Deux compartiments séparés avec, d'un côté, la plante et, de l'autre, le compost où jeter les déchets naturels. En se décomposant grâce à des micro-organismes et des vers de terre, vendus avec le pot de fleurs si besoin, ils apportent nutriments et eau à la plante qui a ainsi moins besoin d'arrosage et encore moins de fertilisant.

« *Nous cherchions un moyen de recycler nos biodéchets en appartement, en respectant le cycle naturel des déchets de cuisine* (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/aides-reseaux/0600003868269-restauration-9-incubateurs-et-programmes-pour-se-lancer-324402.php>), raconte Henri Thomazo. *C'est là que l'idée* (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0602244338205-12-idees-pour-creer-son-entreprise-en-2020-333199.php>) *d'inventer un lombricomposteur d'intérieur est née.* » Réalisés en bois, les premiers prototypes ont fourni des résultats encourageants. « *Pour chaque test, nous devons patienter 3 à 4 mois pour vérifier si le compostage est efficace ou non*, poursuit Henri Thomazo. *Heureusement, nous n'étions pas pressés et avons conservé en parallèle nos emplois respectifs. Au total, il nous a fallu 6 générations de prototypes différents.* » La commercialisation a démarré en septembre 2020 sur le site internet de Transfarmers, grâce à une première **campagne de crowdfunding** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/financer-sa-creation/0301770321940-le-financement-participatif-seduit-toujours-plus-d-entreprises-321586.php>) sur **KissKissBankBank** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/racheter-fusionner/030415238208-crowdfunding-kisskissbankbank-rachete-par-la-banque-postale-311298.php>) lancée en juin 2019. Cette dernière a permis de pré-vendre un peu plus de 500 pots et récolter près de 128.000 euros. Le projet est également soutenu par deux incubateurs montpelliérains et la région Occitanie via différentes subventions.



Les pots sont fabriqués en Champagne par la Poterie d'Amance. La fabrication est artisanale : un seul objet demande environ 15 jours de travail, dont deux journées de cuisson. - Photo Damien Poullenot

Une fabrication artisanale

L'invention ainsi que le modèle sont protégés par un **brevet** (<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/aides-reseaux/depot-de-brevets-les-dispositifs-dedies-aux-start-up-313779.php>). Le pot de fleurs composteur est fabriqué avec des matériaux naturels. Exit le bois, c'est finalement la terre cuite qui est retenue. Elle permet de diffuser l'humidité du pot grâce à sa porosité. *« La terre cuite est plus chère, plus difficile à travailler et nous avons eu du mal à trouver des artisans prêts à collaborer avec nous. Mais finalement, c'est ce qui fait la clef de voûte de notre système. »*

Les pots sont fabriqués en Champagne par la Poterie d'Amance. La fabrication est artisanale : un seul objet demande environ 15 jours de travail, dont deux journées de cuisson. *« Nos capacités de production sont donc limitées à environ 300 pièces par mois actuellement, et nous cherchons un moyen de les augmenter »*, ajoute Henri Thomazo. Les bouchons des deux

bacs sont quant à eux en liège. « *Seule la membrane qui sépare les compartiments est en plastique, mais il s'agit de plastique régénéré, sorte de chutes de plastique récupérées de l'industrie* », précise l'ingénieur agronome.



Henri Thomazo, Thomas Colin, Alette Thomazo et Louis Jamin, les cofondateurs de Transformars. - Ananda Photo Factory

De la pédagogie pour rassurer

Le produit fini est vendu 210 euros auxquels s'ajoutent une trentaine d'euros pour un sac de vers de compost. « *Nous sommes conscients qu'il s'agit d'un certain budget, mais c'est un objet qui a vocation à durer toute la vie* », explique Henri Thomazo. L'entreprise privilégie la **vente directe sur son site internet** afin de prendre le temps de détailler toutes les caractéristiques du produit. « *C'est aussi l'occasion de répondre aux nombreuses questions que se posent les futurs acheteurs, comme 'est-ce que les vers peuvent s'échapper du pot ?' ou encore 'combien de temps faut-il attendre avant d'observer les premiers résultats ?' On sent que de nombreuses personnes ont besoin d'être accompagnées sur ce sujet et nous sommes prêts à le faire.* »

Un couple de Saint-Marcel a imaginé un fauteuil de bureau ergonomique qui cartonne !

Entreprise. Un couple de Saint-Marcel a imaginé et commercialisé un fauteuil de bureau ergonomique à l'assise mobile, made in Eure. Déjà 150 exemplaires ont été vendus... Rencontre.

«C'est vraiment très confortable ! » **Fabrice Darmon, à la tête de JFK Sellerie**, ne tarit pas d'éloges sur son fauteuil de bureau, ou plutôt d'atelier. Le sellier de La Chapelle-Longueville a adopté **l'un des trois modèles de la société NOUform, basée à Saint-Marcel**. Et l'artisan est bien placé pour en parler puisqu'il réalise la couverture des assises.

Il a d'ailleurs customisé le sien aux couleurs de la compagnie pétrolière Gulf Oil. Et c'est l'entreprise d'ébénisterie Sonnet, également basée à La Chapelle-Longueville, qui fabrique l'assise en bois. **Alu Steel, à Évreux** s'occupe pour sa part de la partie tubulaire. Bref, NOUform propose des produits *made in France, et même made in Eure* ! « Les fauteuils sont assemblés à la maison », révèlent Rachida et Ebénézer Dzogang.

Le couple a commencé à réfléchir à ce projet il y a six ans et y investit ses économies. Il faut dire qu'ils sont tous les deux bien placés. Rachida travaille en qualité d'*infirmière et Ebénézer est ostéopathe*. « Le mouvement est la solution », insiste le concepteur de ce fauteuil, ou plutôt de ces fauteuils puisqu'il se décline en trois versions.

En position balcon

Le couple s'est appuyé sur le Swiss Ball, ce gros ballon sur lequel on effectue des exercices dans une salle de sport. Il leur a d'ailleurs inspiré le nom de leurs créations, French Stool, French Funny Ball et French Smart. Ce dernier comporte un dossier qui a la particularité de pivoter lui aussi, permettant de se mettre en position dite balcon, c'est-à-dire avec le dossier devant soi pour s'y appuyer, ou de le faire glisser à sa droite comme à sa gauche pour s'accouder. Le French Funny Ball est lui monté sur roulettes alors que le French Stool est fixé sur un socle.

Contrairement à une chaise ou un fauteuil classique, l'assise *du fauteuil de NOUform est mobile*. « On passe de l'assise statique à l'assise dynamique ! Le corps bouge, se muscle ! Le fauteuil est aussi à mémoire de forme et anti-escarre. C'est aussi très bien pour les problèmes de cervicales, de lombalgies... » Déstabilisante les premiers instants, l'utilisation se révèle vite intuitive et même ludique.

circulation

L'assise bascule de gauche à droite et de l'avant vers l'arrière, permettant une grande flexibilité de mouvements. Elle est d'ailleurs assez large en raison de la présence d'un pivot mobile qui autorise les déplacements du corps. Il constitue même la base de la conception révolutionnaire de ce fauteuil dont le moindre centimètre a été pensé par ses concepteurs *pour le bien-être de l'utilisateur*. « *Il a été médicalement observé que les chaises de bureau coupent la circulation sanguine. Les rondeurs de notre fauteuil permettent d'éviter les arêtes* », avance Ebénézer Dzogang, qui a déjà séduit environ 150 utilisateurs, *particuliers comme entreprises*. « *Nous sommes dans la vérité. Tous les professeurs ont validé l'ergonomie de l'assise*. »

Reste à l'entreprise à muscler sa communication, qui se fait beaucoup *de bouche à oreille actuellement*. « *Mais essayer, c'est l'adopter* », s'amuse le Dr Dzogang, très fier de cette fabrication made in France. D'ailleurs, chaque fauteuil arbore un petit drapeau tricolore.

pratique

Combien ça coûte ?

Compter 950 € hors taxe pour French Stool et Funny Ball et 1 350 € HT pour French Smart, la version avec dossier. Les modèles sont garantis cinq ans et peuvent être personnalisés.

Poursuivez votre lecture sur ce(s) sujet(s) : [Saint-Marcel \(Eure\)](#)

Dunlopillo se lance dans les «web-matelas» sur mesure et personnalisé

Le célèbre fabricant propose désormais une gamme spécialement dédiée à la vente sur Internet. Une offre qui donne un peu d'espoir sur le site de production de Limay (Yvelines), près de Mantes-la-Jolie.



Limay, ce mercredi. Vous pouvez désormais commander ce matelas sur Internet, sans bouger de votre salon. LP/Mehdi Gherdane

Par Mehdi Gherdane

Le 3 février 2021 à 15h52, modifié le 3 février 2021 à 20h04

Dunlopillo invente le matelas à la demande. Le célèbre fabricant, dont le siège est situé à Limay (Yvelines) vient tout juste de lancer un nouveau service baptisé [Woozbed](#) grâce auquel il espère reconquérir de nouvelles parts de marché. La région Ile-de-France a apporté 800 000 euros pour aider au développement de l'entreprise, notamment sur le numérique.

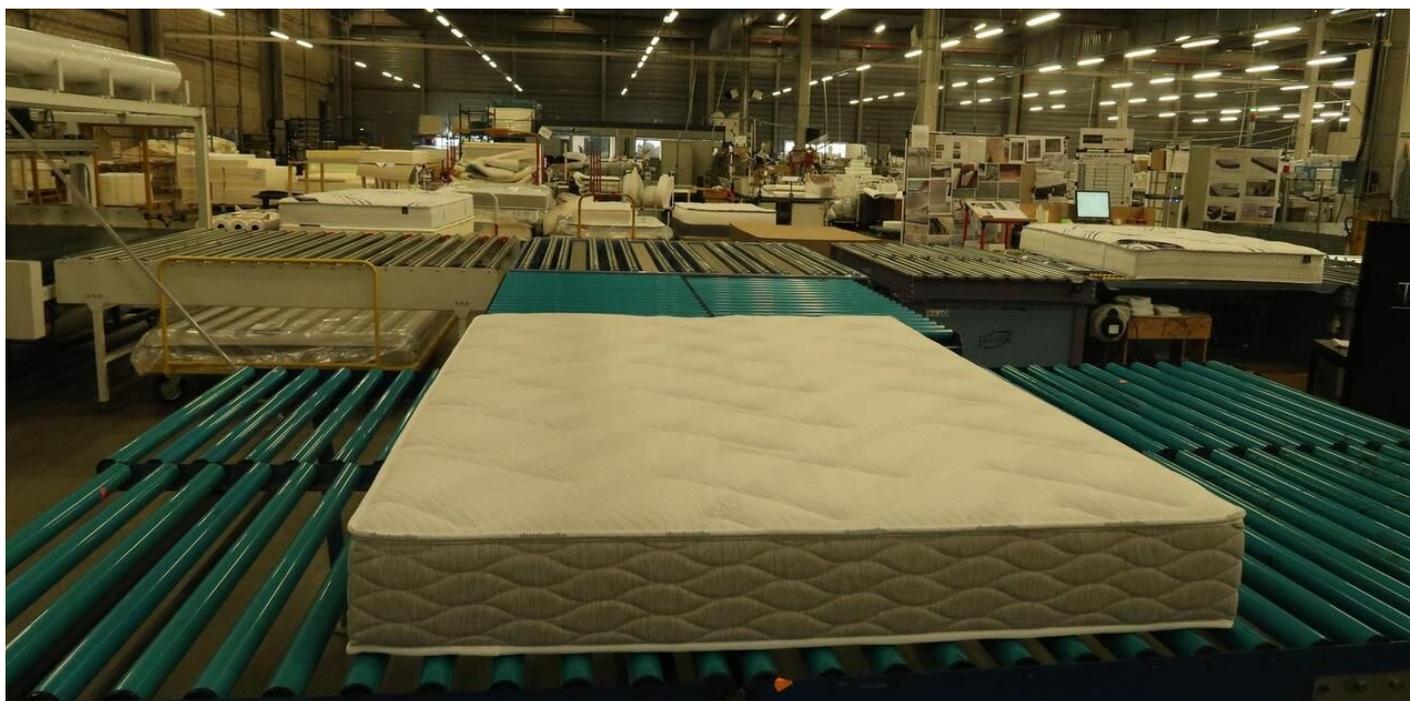
Le service est d'une simplicité diabolique : depuis le site Internet de cette nouvelle gamme, vous pouvez personnaliser votre literie en taille et en confort. Et en quelques clics, vous avez passé commande d'un matelas de moyenne gamme made in France pour un tarif compris entre 500 et 700 euros.

Livré sous 48 heures

« Il sera vendu compressé et roulé pour un gain de place maximal et sera livré gratuitement sous 48 heures, même le dimanche », s'engage une source interne de cette célèbre marque rachetée en 2020.

LIRE AUSSI > [Covid-19 : la France perd de son attractivité économique en raison de sa gestion de la crise](#)

Adoubé par les salariés et les syndicats, cet ancien menuisier originaire de l'Aveyron [a redressé l'entreprise](#) qui produit aujourd'hui près de 400 unités quotidiennes depuis son usine proche de Mantes-la-Jolie. Mais en dépit de ce pari réussi, le groupe pâtit, à la marge, du contexte économique.



LP/Mehdi Gherdane

Essentiellement vendus dans les magasins d'ameublement, les matelas Dunlopillo ont souffert de la profonde réorganisation de ce secteur et [de l'agonie de certaines enseignes comme Conforama](#).

Une exclusivité Internet

Face au développement des ventes sur Internet et à la concurrence agressive des autres fabricants, la marque s'est alors penchée sur les ventes digitales. Mais céder à la mode de la vente digitale, c'était exposer ses revendeurs à une concurrence inégale et délétère. L'idée a donc été de créer une gamme uniquement vendue sur le Web et introuvable en magasin. Des points de retrait sont néanmoins prévus dans les magasins revendeurs de la marque.

Équipés de protections zippées, d'une housse lavable en machine et d'un tissu déperlant, ces matelas ne sont proposés que sur le site Wozbed. Ils sont garantis 10 ans et 100 nuits d'essai sont même proposées pour vous faire une idée de leur confort. Pour 30 euros, le livreur de Dunlopillo repart même avec votre ancienne literie.



LP/M.G.

À LIMAY, DES ANCIENS SALARIES... REMBAUCHÉES

Il y a un an, Dunlopillo comptait 180 salariés. Une crise sanitaire et un redressement judiciaire plus tard, ils ne sont plus que 94 à travailler sur le site de Limay, qui a remplacé l'usine historique de Mantes-la-Jolie.

L'entreprise avait promis aux juges du tribunal de commerce de sauvegarder 50 % des emplois locaux. 90 salariés ont donc été conservés au moment du rachat. Et depuis peu, quatre employés ont rejoint les effectifs. C'est peu, mais c'est un signe d'espoir au regard du contexte économique.

Newsletter L'essentiel du 78

Un tour de l'actualité des Yvelines et de l'IDF

[S'inscrire à la newsletter](#)

[Toutes les newsletters](#)



Le carnet de commandes et la bonne santé du groupe ont permis de recruter. « Le nouveau patron a même tenu à ce que ce soient des anciens ouvriers, licenciés l'an passé. C'est un geste que nous saluons, applaudit la CGT. Nous avons devant nous un vrai patron, qui sait de quoi il parle, bien loin des

financiers et des fonds d'investissement qui l'ont précédé et qui ont dépouillé la boîte. »

D'autres recrutements pourraient être effectués dans les prochains mois si le contexte ne se dégrade pas. Et si les Français se décident à changer leur matelas tous les cinq ans, comme c'est pourtant recommandé.

Gautier : les meubles du Vendéen résistent au made in China

MADE IN FRANCE

+ SUIVRE

ZELIHA CHAFFIN

Publié le 26/02/2021 à 14h16



SP/Gautier

Le dynamisme industriel des Vendéens fait une nouvelle fois parler de lui. Face à la concurrence des meubles à bas coûts chinois ou portugais, l'entreprise familiale Gautier a investi lourdement pour maintenir sa compétitivité.

A l'usine du Boupère, nichée à quelques encablures des Herbiers (85), c'est le branle-bas de combat depuis juin. « Les commandes affluent, c'est de la folie, se réjouit Benjamin Buteau, responsable du pôle performance industriel, encore surpris par ce retour en fanfare. On se disait que le meuble ne serait pas forcément la priorité des clients à la sortie du confinement. On s'est trompés », poursuit-il. Dans l'atelier de production, où s'entassent des centaines de panneaux de bois de toutes tailles, l'ingénieur virevolte dans les allées, détaillant les étapes de production : plaquage, façonnage, perçage... Qu'ils soient expédiés à Paris, Dubaï ou Toronto, tous les meubles de Gautier passent ici, au Boupère, ou dans l'une des deux autres usines voisines, à Chantonay ou Saint-Prouant. « Notre fierté, c'est d'être indépendants : on fabrique tout chez nous », s'enthousiasme notre guide.

Le Vendéen peut se réjouir. Les ventes ont bondi depuis la réouverture des commerces l'été dernier : 62% de croissance en juin 2020 par rapport à 2019, + 25% en juillet et en août, et + 19% en septembre. Des résultats nettement supérieurs à la hausse observée dans le secteur, et qui ont permis à l'entreprise familiale (120 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019) de compenser la chute d'activité pendant les mois de fermeture. « Les consommateurs ont redécouvert leur intérieur pendant le confinement. Ils ont repensé l'aménagement de leur habitat en délaissant les basiques de la grande distribution pour se tourner davantage vers le milieu de gamme et le local », analyse Christophe Gazel, directeur général de l'Ipea (Institut de prospective et d'études de l'ameublement). La société chantre du made in France touche du bois. « On espère que la tendance s'installera durablement, mais rien n'est gagné », tempère David Soulard, son directeur général.

>> A lire aussi - Alimentation, textile, meuble.. ces petites marques françaises résistent aux multinationales

Il faut dire que l'entreprise régionale (750 salariés), qui vient de fêter ses 60 printemps, a traversé pas mal de tempêtes. Fondée en 1960 par Patrice Gautier et Annick Soulard, l'ébénisterie familiale, qui sur une intuition géniale de ses fondateurs s'est lancée sur le marché encore balbutiant de la chambre d'enfant, connaît très vite un essor fulgurant. Sa collection de lits-voiture – concept que Gautier invente en 1968, abondamment copié depuis –, dont un modèle de 1978 inspiré de la Formule 1 d'Alain Prost reste particulièrement célèbre, assoit alors sa popularité dans les foyers en France et à l'étranger.

L'onde de choc de la crise pétrolière aura toutefois raison de la société : lourdement endettée par le rachat d'usines à l'étranger, de chaises, de cuisine, de meubles en kit au Canada ou de bois en Afrique, elle est étranglée. En 1985, elle est rachetée pour 1 euro par le groupe Séribo, qui maintient à sa tête Dominique Soulard, beau-frère du fondateur. En ruine, l'entreprise tente de se reconstruire. Mais, en 1999, un désaccord avec le directoire, qui se solde par le limogeage de Dominique Soulard et le déclenchement d'une grève de solidarité des salariés, redistribue les cartes.

>> A lire aussi - Ikea, Action, Happy Cash... les meilleures enseignes pour équiper votre maison

La famille Soulard réussit à mobiliser des capitaux pour racheter la société via un LBO (endettement), pour 128 millions d'euros. « Le pari était osé. Mon père avait à peine 100.000 euros sur son compte. On a mobilisé des amis industriels vendéens comme Sodebo et nos cousins producteurs de canard, qui nous ont prêté de l'argent. On y croyait parce que Gautier, c'est notre sang », se souvient David Soulard.

La famille fait bloc. Et le patriarche, épaulé par ses quatre enfants (David, Valérie, Hervé et Arnaud) alors revenus dans l'entreprise, pose les jalons de la nouvelle stratégie. « On a notamment commencé à ouvrir des points de vente en franchise pour distribuer nos meubles », explique David

Soulard. L'entreprise compte aujourd'hui 120 magasins à travers le monde, dont 72 dans l'Hexagone. Un choix plutôt malin qui permet de développer la notoriété de la marque Gautier, au positionnement milieu de gamme (le panier moyen tourne autour de 2.000 euros), et affichant un design original.

En parallèle, le vendéen continue de fabriquer des meubles pour la grande distribution (Conforama, But...) sous sa marque d'entrée de gamme Gami, s'assurant par ce biais de gros volumes. « Ils ont eu l'intelligence de jouer sur les deux tableaux, à une époque où beaucoup d'entreprises familiales du meuble, aujourd'hui disparues, ont tout misé sur la grande distribution et perdu leur identité en devenant de simples sous-traitants », observe Christophe Gazel.

>> A lire aussi - But + Conforama : le nouveau groupe détrônera-t-il Ikea ?

Mais la force de Gautier, c'est surtout d'avoir misé très tôt sur le made in France. Aujourd'hui, toute la production se déroule sur ses sites vendéens. Dans l'approvisionnement aussi, l'entreprise privilégie les circuits courts. Le bois provient ainsi à 100% de forêts françaises gérées durablement et toutes situées dans un rayon maximal de 300 kilomètres autour du siège. « Il faut sans cesse optimiser le coût de revient, et la déferlante du made in China, puis du made in Portugal, nous a fait très peur, mais on a tenu bon », précise le patron. Cette position à contre-courant a renforcé l'attractivité de la marque à l'export, où le « Stylish French Living » s'affiche en gros caractères sur les devantures des magasins. Le made in France a poussé l'entreprise à gagner en agilité, tant dans les délais de livraison dans l'Hexagone, qui représente 80% de ses ventes, que dans les délais de mise sur le marché des nouveaux produits imaginés par ses designers (six à douze mois en moyenne). Un atout qui lui permet de mettre en rayon 25% de nouveaux produits chaque année.

Son outil industriel est au top. Chaque jour, plus de 8.000 nouveaux meubles sortent de ses ateliers. « L'ébéniste industriel du futur » a mis sur la table 10 millions d'euros en 2015 pour créer sur son site historique du Boupère une ligne dédiée à la production de petites et moyennes séries (moins de 100 unités). Et Flex – c'est son nom – a bien changé la donne : à peine trois heures suffisent pour peaufiner un produit contre cinq jours auparavant ! Infatigable, la tribu Gautier rêve déjà plus loin. Cet été, elle mettra en service une nouvelle usine robotisée à Saint-Prouant, la quatrième du groupe, qui lui permettra de fabriquer à l'unité des meubles personnalisés à haute cadence industrielle. Coût de ce nouveau bijou : 12 millions d'euros. « Elle réalisera à la commande, ce qui nous offrira la possibilité d'élargir considérablement les options de personnalisation sans avoir de contrainte de stock », explique David Soulard. Car entreposer les meubles sortis d'usine coûte cher. Le roi du meuble made in France défend bien sa couronne.

Gautier offre une opportunité d'implantation sur Bordeaux

le 11 février 2021

Toute l'actu franchise 1 fois par semaine. [Inscrivez-vous](#) à notre newsletter



Spécialiste de l'ameublement et de l'aménagement intérieur "Made in France", **Gautier** ne cesse de rechercher de nouveaux talents contribuant au développement de son concept. Avec déjà plus de 120 magasins, dont 70 en France, l'enseigne offre de nombreuses opportunités d'implantation dont une sur Bordeaux.

Gautier désire augmenter sa présence à Bordeaux

Déjà présent à Bordeaux, dans la zone commerciale de Mérignac plus exactement, le réseau Gautier souhaite poursuivre son développement sur ce secteur et recherche pour ce faire son futur ambassadeur.

L'enseigne vise plus précisément la zone de chalandise de la métropole bordelaise en priorité qui représenterait un potentiel de chiffre d'affaires dépassant le million d'euro, mais s'intéresse aussi aux zones de Bègles/Villenave et de Sainte-Eulalie qui restent des alternatives très attrayantes.

La métropole bordelaise est en perpétuelle croissance démographique et séduit davantage de ménages au pouvoir d'achat élevé. La marque jouit d'une excellente notoriété en Nouvelle-Aquitaine et les amoureux des meubles Gautier se retrouvent pleinement dans les valeurs prônées depuis une soixantaine d'année par l'enseigne : le fabriqué en France, l'écoconception et la durabilité.

En novembre dernier, Gautier s'est démarqué pour la 5ème année consécutive avec le label de "Meilleure enseigne en qualité de service" dans la catégorie ameublement milieu de gamme. Une nouvelle reconnaissance pour l'implication des franchisés Gautier et de leurs équipes pour toujours apporter une qualité de service irréprochable et premium à leur clientèle.

Rappelons que pour lancer son projet entrepreneurial avec l'enseigne Gautier, un apport personnel de 100 000€ est nécessaire, pour 200 000€ d'investissement global minimal.

News News Franchises Ameublement GAUTIER

Gautier ouvre un nouveau magasin à Basse-Goulaine

Aurélien Desert

Publié le 24/02/2021 18:00 FRANCHISE AMEUBLEMENT



Le fabricant français de meubles Gautier a ouvert un nouveau magasin à Basse-Goulaine, le deuxième de l'agglomération nantaise. Ce nouveau point de vente est porté par un couple de franchisés : Cyrille et Valérie Issautier.



GAUTIER

Franchise Ameublement

Meublez, Vivez

GAUTIER, une enseigne 100% française, spécialiste de l'aménagement d'intérieur

120
IMPLANTATIONS

100 000 €

« *Notre activité démarre très bien* »

A 47 ans, après avoir travaillé pendant des décennies dans la grande distribution non-alimentaire, Cyrille souhaitait changer de secteur d'activité, mais à n'importe quelles conditions. Son épouse et lui cherchaient en effet une enseigne connue et reconnue mais

APPORT
PERSONNEL

portant des valeurs
fortes, dont le made in

France « *Gautier dès le départ, cochant toutes les cases de nos clients : le made in France, des produits de qualité française et un choix d'objets de décoration qui séduisent. Nous avons aussi l'impression d'entrer dans une vraie famille, orientée à la fois business mais aussi fondée sur un vrai partage de valeurs communes* » témoigne-t-il ainsi.

**Demander une
documentation
gratuite**

Retardé à cause de la crise sanitaire du Covid-19, le projet a finalement pu être concrétisé le 17 décembre dernier, et connaît déjà un franc succès. « *Notre activité démarre très bien et les clients sont au rendez-vous. Les gens connaissent Gautier et se retrouvent parfaitement dans les valeurs portées par l'enseigne. Ils s'intéressent aux origines des produits, à qui est derrière la marque et nous constatons au quotidien que nous répondons à leur quête de sens pour leurs achats* », confie Cyrille.

Si vous aussi, comme Cyrille, vous souhaitez ouvrir une boutique de meubles fabriqués en France avec une enseigne connue et reconnue par les clients, rendez-vous sur la fiche franchise Gautier pour en savoir plus.

MOTS CLÉS : DÉVELOPPEMENT



News > News Franchises Ameublement > GAUTIER

Gautier recrute un franchisé pour ouvrir un magasin à Bordeaux

Aurélien Desert

Publié le 18/02/2021 13:00 - FRANCHISE AMEUBLEMENT



Déjà présente dans l'agglomération bordelaise, dans la zone commerciale de Mérignac, l'enseigne vendéenne de mobilier contemporain et 100% made in France souhaite poursuivre son développement en ciblant la métropole. C'est pourquoi elle recherche actuellement un candidat à la franchise pour ouvrir un nouveau magasin dans Bordeaux.



GAUTIER

Franchise Ameublement

Meublez, Vivez

GAUTIER, une enseigne 100% française, spécialiste de l'aménagement d'intérieur

Un chiffre d'affaires potentiel d'un million d'euros

Elue meilleure enseigne de l'année 2021 dans la catégorie ameublement milieu de gamme pour la 5ème année consécutive et déjà présente sur l'agglomération par le biais de son magasin de la zone commerciale de Mérignac, l'enseigne Gautier dispose sur Bordeaux d'une excellente notoriété auprès de la clientèle.

C'est pour capitaliser sur cette notoriété ainsi que la croissance exponentielle de la perle d'Aquitaine, dont la population, qui devrait atteindre 1 million d'habitants en 2030, croît en moyenne de plus de 1% par an, que le fabricant vendéen de meubles 100% made in France recherche des candidats à la franchise pour ouvrir au r

Aucune
sélectionDemandez une documentation
gratuite

les analyses de l'enseigne, une boutique franchisée Gautier à Bordeaux dispose d'un potentiel de chiffre d'affaires d'un million d'euros.

Alors si vous souhaitez ouvrir un magasin de meubles avec un fabricant français en pleine croissance et reconnu par la clientèle, rendez-vous sur la fiche franchise Gautier pour en savoir plus.

MOTS CLÉS : RECRUTEMENT, DÉVELOPPEMENT

Vous appréciez cet article? Notez-le.

Soyez le premier à noter

Trouver une franchise

Secteur d'activité Apport personnel 

Ville

Rechercher

L'enseigne Gautier poursuit le déploiement de son réseau

[Actualités & Interviews](#) / [Actualités des réseaux](#) / L'enseigne Gautier poursuit le déploiement de son réseau

Créé le : 17/02/2021 Modifié le : 17/02/2021

Partager :

Ébéniste contemporain et fabricant de mobilier design, **Gautier démarre clôture son année 2020 en grande pompe**. A l'affiche : nouveau concept, ouvertures et recherche de partenaires.



La boutique Gautier à Paris-Convention

Inauguration de la première boutique parisienne

A l'occasion de son 60^{ème} anniversaire, le **4 décembre dernier**, Gautier a **ouvert les portes de sa toute première unité parisienne**. Un nouvel espace de vente qui a opté pour le nouveau concept de la marque qui se veut plus attractif. Via cette nouvelle adresse, située au cœur du **15^{ème} arrondissement à Convention**, la marque souhaite séduire une cible plus urbaine en allant à la conquête des centre-ville et en offrant une nouvelle expérience.

Ce nouveau concept boutique met également à la disposition de ses clients une palette de services premium afin de créer son projet de A à Z. Avec Gautier Home, il sera ainsi possible de co-créeer avec l'aide d'un agenceur une solution de rangement entièrement personnalisé.

Ouverture d'un second point de vente à Nantes

Quelques semaines après son installation dans la capitale, l'enseigne prend la direction de la Loire-Atlantique pour **l'ouverture de son nouveau magasin à Nantes Sud**. Inaugurée le **17 décembre 2020**, l'unité de Nantes Sud est la 3^{ème} boutique du département à voir le jour après celle de Nantes Nord et de Saint-Nazaire.

Aux commandes de la nouvelle implantation, Cyrille et sa compagne Valérie, couple passionné par le commerce qui a décidé de se lancer dans l'aventure de la franchise auprès d'une chaîne jouissant d'une belle notoriété.

« Gautier, dès le départ, cochait toutes les cases de notre cahier des charges : le made in France, des produits de qualité au design tendance et un choix d'objets de décoration qui nous a tout de suite séduits. Nous avons aussi l'impression d'entrer dans une vraie famille, orientée à la fois business mais aussi fondée sur un vrai partage de valeurs communes », confient les franchisés.

En quête d'un futur partenaire à Bordeaux

Afin de maintenir sa belle dynamique et de continuer à étoffer son réseau qui compte aujourd'hui plus de 120 points de vente dont 70 en France, **Gautier est à la recherche d'un candidat à la franchise souhaitant s'établir à Bordeaux.**

Déjà présente dans la capitale emblématique de la Nouvelle Aquitaine avec son point de vente situé dans la zone commerciale de Mérignac, l'enseigne vendéenne désire y renforcer sa présence.

ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE

Le réseau Gautier s'est densifié d'une nouvelle ouverture à Nantes

le 22 février 2021

Toute l'actu franchise 1 fois par semaine. [Inscrivez-vous](#) à notre newsletter



Spécialiste de l'ameublement et de l'aménagement intérieur Made in France avec plus de 70 points de vente, **Gautier** poursuit le développement de son réseau de magasins en renforçant sa présence particulièrement en Loire-Atlantique. En effet, l'enseigne a ouvert le 17 décembre dernier une nouvelle boutique à Nantes.

Gautier a réalisé une nouvelle implantation

Déjà présent à Nantes Nord, dans la zone commerciale de la route de Vannes et à Saint-Nazaire, c'est au sud nantais que la marque Gautier a décidé de s'implanter avec une nouvelle boutique depuis le 17 décembre 2020. Cyrille et sa compagne Valérie ont choisi de vivre cette aventure entrepreneuriale ensemble et de mettre leur passion pour le commerce au profit de leur projet.

« Gautier, dès le départ, cochait toutes les cases de notre cahier des charges : le made in France, des produits de qualité au design tendance et un choix d'objets de décoration qui nous a tout de suite séduits », a souligné le couple. L'esprit de famille ainsi que les valeurs de partage sont des critères déterminants.

Le démarrage du couple a été excellent avec bien évidemment des clients au rendez-vous et qui connaissent déjà bien la marque Gautier. Outre un vaste éventail de services, l'équipe de Nantes Sud utilise le logiciel 3D "Gautier Home" pour concevoir une solution de rangement ou d'aménagement intérieur sur-mesure.

En raison de la crise sanitaire, Cyrille et Valérie ont dû retarder leur ouverture, qui était prévue 4 mois plus tôt, mais ont été toujours soutenus par la GautierTeam.

Patrick Rucart

observatoiredelafranchise.fr

Le Trone : ces WC design français à 2.000 euros font fureur dans les grands hôtels

HYGIÈNE

+ SUIVRE

PASCAL DUPONT

Publié le 01/02/2021 à 15h18



Ces toilettes made in France ont déjà naturellement trouvé leur place dans nombre d'établissements haut de gamme. © SP

Cette start-up culottée fait le pari de réinventer les W-C. Avec des modèles 100% made in France qui séduisent grands hôtels, bars branchés et architectes de renom.

Début 2018, Hugo Volpei, frais émoulu d'HEC, va dîner avec des amis chez Sketch, un restaurant à la déco conçue spécifiquement pour Instagram, dans le très chic quartier de Mayfair, à Londres. Dans ce haut lieu de la branchitude, une immense pièce est entièrement dédiée aux toilettes, en version ultra-design. «L'expérience y est assez incroyable, raconte le jeune entrepreneur: c'est une pièce avec des cabines en forme d'œuf, des changements de lumière, des bruitages, etc. Mais une fois à l'intérieur de la cabine, il ne se passe plus rien. Les toilettes sont blanches, banales. En partant du restaurant, je me suis dit qu'il y avait quelque chose à faire pour réinventer ce moment et en faire une expérience mémorable.»

Il en ressort avec une conviction: il veut importer l'idée d'une révolution high-tech dans les «petits coins», ces 2 mètres carrés ennuyeux où l'on

passerait en moyenne plus d'un an de sa vie. Aussitôt dit, il développe Trone, un projet inattendu, au nom pour le moins accrocheur, de latrines douillettes, arty et sophistiquées.



Particularité du "Trone", la chasse d'eau est un cylindre transparent, pour faire prendre conscience de la quantité d'eau utilisée. © SP

Car, qu'est-ce qu'on n'a pas entendu sur les W-C, le dernier endroit qu'on visite dans un café, un appartement...? Hugo Volpei, 29 ans, a entrepris de faire mentir les idées reçues. «On a démarré il y a deux ans en balbutiant, raconte-t-il. A Paris, on a trouvé un premier soutien avec le groupe Big Mamma et son restaurant La Felicità, installé au sein de Station F, l'incubateur de start-up de Xavier Niel.» Il y conçoit huit «cabines», chacune dans un style différent. Et d'ajouter: «J'aime cette idée de créer du désir pour un objet qui n'en a jamais suscité. Depuis 2018, nous avons fait notre petit bonhomme de chemin, grâce aussi à Xavier Niel, qui nous a présenté quantité de personnalités et futurs clients potentiels, tels l'artiste Jeff Koons, le prince héritier du Danemark ou Jack Dorsey, patron de Twitter.»

>> A lire aussi - La nouvelle attraction très particulière de Tokyo

Pour mener son projet à bien, Hugo Volpei s'associe à deux jeunes architectes, Romain Freychet, un copain d'enfance, et Antoine Prax. Avec l'aide de Camille Mourgues pour la conception technique, ils modélisent leurs premiers produits. Sa philosophie? Améliorer l'ordinaire. «J'aime réenchanter le quotidien. Ça a été le fil rouge de toute ma vie, depuis que je suis petit.»

Ainsi, le design entre dans les W-C. Avec des formes variées et un large échantillon de couleurs. Avec aussi des matériaux nobles. La cuvette est en céramique émaillée de chez Desvres, unité de fabrication réputée près de Maubeuge (Nord). La lunette en frêne, particulièrement confortable, est, elle, réalisée à Arras à partir d'arbres issus de la forêt de Marœuil dans le Pas-de-Calais. Et les autres pièces comme le réservoir d'eau transparent ou les commandes en aluminium sont, elles, fabriquées en région parisienne.

>> A lire aussi - Une application vous permet de noter l'état des WC des bars et restaurants

Le profil des premiers clients? Particuliers, hôtels et restaurants (le groupe Barrière, le groupe Big Mamma donc), les bars chics comme Sauvages, rue Jean-Jacques-Rousseau à Paris. Trone a ainsi logiquement trouvé sa place dans la pâtisserie ouverte à Opéra par le chef star d'Instagram, Cédric Grolet. On le retrouve aussi à La Scène, le restaurant de Stéphanie Le Quellec. «Et quantité d'architectes (Jean-Michel Wilmotte, entre autres) nous passent commande de pièces particulières, comme des urinoirs.» Au total, Trone s'est implanté à Paris et dans une quarantaine de villes, petites et grandes, en province. Mais aussi à l'étranger, dans six pays européens dont la Slovénie, et au Liban. Ce qui explique que la marque ne porte pas d'accent circonflexe.

Le modèle d'entrée de gamme, le Trone, coûte entre 1520 et 1929 euros HT selon les accessoires. Mais les tarifs peuvent vite grimper lorsque le Trone est réalisé sur mesure... «On travaille de plus en plus sur des demandes ciblées et l'aménagement d'espaces personnalisés.» Exemple avec le Popine, resto italien du 11^e arrondissement à Paris: les murs des toilettes sont des miroirs troubles dotés de néons, auxquels sont fixées six

caméras factices qui pointent vers les toilettes... comme dans une cellule de prison un peu psychédélique. Un gag plutôt perturbant mais qui fait le buzz! «Les gens viennent autant pour goûter une bonne pizza que pour se prendre en photo quand ils vont faire pipi.»

>> A lire aussi - Un WC en or subtilisé dans l'ancienne maison de Winston Churchill

Les chiffres du succès? Courant novembre, Trone dépasse le million d'euros de chiffre d'affaires. Et annonce une croissance de 20% par mois. La suite de l'aventure? Une augmentation de capital en décembre avec une levée de fonds auprès de grands entrepreneurs. Et diffusion d'un dispositif anti-odeurs, à partir de février 2021. C'est l'acte II de cette comédie fofolle... Le prochain produit? «Des carafes. Comme ça, on reste sur l'eau. C'est notre vision à long terme!»

LIGNE ROSET : LE MOBILIER DESIGN "MADE IN FRANCE" S'EXPORTE EN CHINE

En partenariat avec China Radio International

Le 16/02/2021 à 9:00



Entreprise familiale fondée en 1860, Ligne Roset conçoit et commercialise des meubles contemporains haut de gamme. Le groupe, qui compte 720 points de vente dans le monde, réalise 280 millions de chiffre d'affaires, dont 15% en Chine.

“On ne fabrique absolument pas en Chine”. Contrairement à beaucoup d’entreprises qui n’hésitent plus à ouvrir des usines locales pour réduire leurs coûts de production et de transport, Ligne Roset se démarque avec une toute autre stratégie pour continuer à vendre son mobilier design haut de gamme au public chinois. *“Notre marché ne cherche pas de produits “made in china” mais des produits “made in France” donc il n’y aurait pas d’intérêt à fabriquer en Chine”* conclut Antoine Roset.

C’est en 1999 que la société Ligne Roset s’est orientée vers le marché chinois. *“C’est un marché très contemporain, très demandeur, très haut de gamme. Ils ont une appétence très forte pour les produits français, pour les produits de luxe (...)”* observe Antoine Roset, Directeur marketing groupe Roset. Ce dernier constate également, depuis une dizaine d’années, un réel *“intérêt par rapport à la société elle-même et pas qu’aux produits”*. L’entreprise a donc agrandi son réseau de distribution et propose désormais 30 points de vente exclusifs en Chine.

Ce contenu a été réalisé en partenariat avec China Radio International.

En partenariat avec China Radio International

Ligne Roset, l'indépendance à tout prix

Paris Match | Publié le 14/02/2021 à 06h56

[Anne-Sophie Lechevallier](#)



Les Roset, pères et fils, à la tête de l'entreprise familiale : Pierre et Antoine, assis sur un canapé Multy, et Olivier et Michel. Dans l'usine de Briord, dans l'Ain, le 2 février. Kasia Wandycz / Paris Match

×Close

La société de meubles design fabriqués en France ne souffre pas de la pandémie, bien au contraire. L'esprit de famille résiste encore.

Des années que leurs usines n'avaient connu telle activité. A travers le monde, on change de canapé, de table et de chaises. Les dirigeants de Ligne Roset et de Cinna ont été les premiers surpris par cet effet du confinement. Comme tout le secteur de la fabrication de sièges et de meubles, malmené depuis la crise de 2008, cette entreprise familiale spécialisée dans le haut de gamme redoutait les conséquences des huit semaines de fermeture du printemps. Au lieu de cela, le seul éditeur-fabricant-distributeur français s'attend à une progression de 40% des ventes sur un an.

Au siège installé à Briord, dans la plaine de l'Ain, Michel Roset, 71 ans, n'en revient pas. Avec son frère Pierre, 73 ans, ces représentants de la quatrième génération partagent la direction de l'entreprise avec ceux de la cinquième, deux de leurs enfants, les cousins Antoine et Olivier, 40 ans. «Rarement nous avons eu un carnet de commandes rempli pour les dix-huit prochains mois, constate Michel Roset. A tel point que cela nous désorganise, personne ne sait gérer une telle courbe exponentielle. Les délais de fabrication sont passés de deux mois à plus de quatre.» Les cinq usines françaises, qui fournissent 85% des produits vendus par les deux marques, ont peu de stock; elles fabriquent «à la contremarque». Les commandes sont traitées selon leur ordre de passage, et les combinaisons de coloris, tissus et finitions choisis par les clients sont multiples. Les chaînes d'approvisionnement des matières premières, comme les mousses garnissant les canapés, sont, elles aussi, en tension face à l'augmentation générale de la demande.

La marque a meublé en son temps les résidences de François Mitterrand

Après des années pendant lesquelles le nombre de salariés a baissé, Ligne Roset, qui en compte 800, dont 700 en France, embauche une trentaine de personnes. Certains gestes sont désormais si rarement demandés, comme ceux des tapissiers et des couturiers, que des formations diplômantes sont mises au point avec Pôle emploi. «Des sociétés qui plaquent leurs panneaux de bois, ça n'existe quasiment plus», note également Pierre Roset.

Si l'entreprise a survécu à l'hécatombe qui a frappé le secteur, c'est en partie grâce à ses produits iconiques fabriqués en France, installés depuis des années dans les meilleures ventes. A commencer par le Togo, inspiré, selon son créateur, Michel Ducaroy, d'un tube de dentifrice replié, devenu un symbole des années 1970, qui s'est écoulé depuis à 1,5 million d'exemplaires. Certains clients, comme Lenny Kravitz, les collectionnent. Ligne Roset va lancer une offre d'économie circulaire : les vieux Togo sont récupérés contre un bon d'achat, puis retapissés et revendus à moitié prix ou recyclés. La marque, qui réédite une grande partie des créations de Pierre Paulin, a meublé en son temps les résidences de François Mitterrand, rue de Bièvre à Paris et à Latche dans les Landes. Habitée aux collaborations avec des designers, souvent jeunes –une petite centaine d'entre eux ont des comptes ouverts-, elle a aussi connu un succès avec le Ploum, un canapé des frères Bouroullec. «Une fois tous les dix ans, les planètes sont alignées et vous avez un coup d'avance», remarque Michel Roset.



Le Togo, canapé iconique, s'est écoulé à 1,5 million d'exemplaires depuis sa création, en 1973. © DR

Le fabricant s'en est aussi sorti car il est resté indépendant, une leçon retenue de Jean, leur père et grand-père, qui avait participé à la reconstruction au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, en meublant des collectivités comme les universités, les hôpitaux ou les maisons de retraite. Il a gardé son réseau de distribution. Il ne dépend pas d'un seul marché mais réalise 70% de son chiffre d'affaires de 110 millions d'euros pour le dernier exercice, à l'étranger, notamment aux Etats-Unis, en Allemagne et en Asie, où la marque profite de l'engouement pour le made in France. Surtout, la famille a gardé le contrôle de l'actionariat, alors que nombre de maisons italiennes de design industriel ont été rachetées par des fonds américains. Les deux frères ont bien eu un moment d'hésitation au début des années 2000 quand ils ont eu des offres importantes. Malgré les années de crise, Michel Roset ne regrette rien : «Un fonds autour de la table ne penserait qu'à l'argent et au court terme.» Finalement, la passion peut payer.

ÉCONOMIE

Meubles Gautier : l'insubmersible entreprise familiale

Publié le 10/02/2021 à 09:11 | Mis à jour le 11/02/2021 à 09:57

Les Meubles Gautier c'est l'histoire d'une success story familiale qui, en plus de 60 ans, a révolutionné l'ameublement pour enfants puis conquis l'industrie des meubles design et éco-responsables.

« *Gautier illustre la reconquête industrielle* » confie Agnès Pannier-Runacher.

Ce vendredi 22 janvier l'entreprise Gautier, fabricant de meubles made in France, reçoit une invitée particulière dans son usine du Boupère, en Vendée. La ministre déléguée à l'industrie vient rendre visite au lauréat du plan France Relance qui va bénéficier d'une aide de 800 000 €. « *Les industriels comme Gautier prennent leur destin en main et trouvent des solutions pour avancer malgré la crise* » affirme la ministre. On pourrait même dire : « malgré les crises » si on en croit l'histoire de l'ETI vendéenne !



Une entreprise made in France qui s'exporte depuis 1975

Gautier, c'est d'abord l'histoire d'un couple : Annick Soulard et Patrice Gautier. L'une à l'âme d'entrepreneuse, l'autre est ébéniste... un match parfait ! Passionnés et déterminés, les Vendéens s'installent dans un petit atelier au Boupère une commune d'un peu plus de 3 000 habitants, et commencent à écrire les prémices d'une success story à la française. En 1960, la France d'après-guerre est alors en plein baby-boom. Le culte de « l'enfant roi » bat son plein et transforme radicalement le mode de consommation des ménages. Une aubaine pour le couple qui imagine alors les premières chambres pour enfants, permettant à l'entreprise de devenir en quelques années leader sur le marché du junior.

Mais c'est l'année 1968 qui marquera un véritable tournant pour l'entreprise. « *A l'époque mon oncle avait envie de créer un bel objet, un meuble d'envie. Il a alors imaginé le premier lit-voiture* », raconte David Soulard l'actuel dirigeant de Gautier et neveu des fondateurs. Dès 1975, le lit-voiture devient un best-seller qui permet à l'entreprise de s'internationaliser, notamment aux Etats-Unis où, aujourd'hui encore, le nom Gautier reste associé au lit-voiture.

L'entreprise connaît son apogée dans les années 1980, jusqu'à ce que le second choc pétrolier et l'arrivée de géants du meuble tels qu'Ikéo, fassent plonger les ventes. « *La société n'était pas structurée pour traverser une telle tempête* », commente David Soulard. « *Elle a déposé son bilan deux fois, en 1983 et 1985* ». Dominique Soulard, le frère d'Annick, reste néanmoins aux commandes de la partie commerciale.

La reconstruction

Malgré un rachat en 1985 par Sérigo, la famille Soulard doit encore traverser une nouvelle tempête avec le remerciement de Dominique suite à un différend capitalistique. Mais c'était sans compter sur la grande fidélité des salariés de l'entreprise qui lancent alors un mouvement social contre son licenciement. « *Cet évènement nous a permis de prendre notre indépendance* », affirme David Soulard. En un week-end, Dominique Soulard épaulé par ses quatre enfants – dont David Soulard – décident de racheter l'entreprise.

Après plusieurs années de « *reconstruction et mutation* », l'entreprise semble trouver sa vitesse de croisière. 2020 s'annonçait d'ailleurs sous les meilleurs auspices pour Gautier grâce à sa participation à la Grande Exposition du Fabriqué en France présentée à l'Elysée. Une fierté pour la société vendéenne qui peut ainsi faire briller sa région.

Pourtant en mars, l'entreprise est victime d'un virus, « *sauf que celui-ci n'était pas issu du monde médical mais d'une attaque informatique qui nous a paralysé pendant 15 jours* ». A peine sorti de cet épisode, Gautier - comme tout le reste de la France - doit entrer en confinement. Après avoir mis ses salariés à l'abri et

sécurisé financièrement son entreprise, David Soulard se tourne vers son réseau. « *Dans ce genre de moment il est primordial de ne pas s'isoler et réussir à prendre de la hauteur. J'ai eu cette chance grâce à Bpifrance, La French Fab, l'interprofession, mais également les Vendéens qui se sont serrés les coudes pour faire front en meute* ».

Ebéniste industriel

Aujourd'hui Gautier a réouvert tous ses magasins et poursuit son développement. « *Plus que transformée, je dirais qu'en 20 ans l'entreprise a muté. La crise n'a d'ailleurs fait qu'accélérer des chantiers déjà engagés* ». Précurseuse, l'ETI l'était déjà en se tournant avant tout le monde vers des *megatrends* tels que la digitalisation, la RSE, la personnalisation ou encore le made in France. Une « envie d'oser » qui se traduit également par la multiplication de magasins et franchises : plus de 120 dans le monde, dont le dernier né vient de s'installer au cœur de Paris dans le 15^e arrondissement. « *Avec notre nouveau magasin de Paris-Convention, nous voulions retrouver une proximité avec nos clients mais également leur proposer une sorte de Lab pour les accompagner dans la création de leur intérieur* » affirme l'entrepreneur.

Des intérieurs qui n'ont d'ailleurs jamais été autant bichonnés que depuis ces derniers mois. « *C'est le contre balancement d'un délaissement* » constate David Soulard. « *On achète un appartement, souvent très cher, du coup pour « limiter la casse » on récupère d'anciens meubles qui sont, pour certains, mal adaptés à notre nouvel environnement. Quand on ne passe que quelques heures chez soi, cela ne pose pas de problème, en revanche lorsqu'on est contraint de faire de son lieu de vie son bureau...c'est une toute autre histoire ! Chaise pas assez confortable, table de salle à manger mal adaptée à un usage professionnel, manque de rangements... des constats qui ont entraîné un pic de consommation dans nos magasins entre mai et juin 2020* ».

Usine du futur livrée à l'été 2021, personnalisation et fabrication à la demande de meubles, digitalisation des outils... Les chantiers sont nombreux pour l'entreprise vendéenne. « *La prochaine grande étape est de faire de Gautier une entreprise apprenante grâce à un grand projet d'accompagnement des collaborateurs afin de faire muter nos métiers pour qu'ils s'inscrivent dans la durée* ».

Économie

Le Mans. Et si vous aménagiez votre appartement avec des meubles en carton ?

Installée au Mans, Breen a dû se réinventer. Depuis février 2020, l'entreprise s'est diversifiée afin de pallier l'absence d'événements et s'ouvre peu à peu aux particuliers.



Le nom de la société vient du mélange de « brown » pour la couleur du carton et de « green » pour le volet écologique. (©Frédéric Juvet / Actu Le Mans)

Par **Frédéric Jouvét**

Publié le 2 Mar 21 à 8:02

La société **Breen**, fondée par Hugo Duval au **Mans** (**Sarthe**), conçoit du mobilier en **carton** issu du recyclage. Avec l'arrêt de toutes les manifestations, elle a du s'adapter.

« J'ai fait un constat sur les grands événements comme les 24 Heures du Mans : une grande partie des personnes ne pouvait pas s'asseoir, ce qui devenait problématique. »

Ce constat a fait émerger dans l'esprit d'**Hugo Duval**, entrepreneur au Mans, l'idée d'un siège facilement transportable et démontable.

À lire aussi

Sarthe. Les couches lavables 100% françaises de Langeline cartonnent !

Celui qui a dirigé une usine en Roumanie par le passé imagine alors une solution pour concevoir un siège à la fois **issu du recyclage et recyclable**. Il conçoit un modèle de tabouret en carton découpé au cutter et lance l'aventure **Breen**.

Recyclage et écoresponsabilité

Canapés, fauteuils, mur d'enceinte en carton... Breen conçoit du mobilier en carton **100 % recyclé** avec de la matière première provenant d'Angers ([Maine-et-Loire](#)) et de [Nantes](#) (Loire-Atlantique).

Notre rêve est de fonctionner différemment, d'apporter des solutions qui ont du sens dans un milieu qui a encore un impact négatif sur l'environnement et sur l'économie locale.

Hugo Duval

Président et fondateur de Breen

L'entreprise collabore avec des partenaires du monde de **l'événementiel** afin de leur proposer des solutions écologiques et facilement démontables pour l'organisation de grands événements.

« Le carton est une matière luxueuse »

Le fervent défenseur du « **made in ici** » souhaite sensibiliser les marques à l'éco responsabilité à l'heure où « des stands sont trop peu recyclés » et que « peu de solutions made in France » sont proposées dans l'événementiel.

Je considère que le carton est une matière luxueuse.
Il est recyclable à l'infini ou presque.

Hugo Duval

Président et fondateur de Breen

De nouvelles activités à l'heure du Covid-19

La crise sanitaire a eu raison de la majeure partie de l'activité de Breen. Avec la mise à l'arrêt du secteur événementiel, « on a subi un stop quasiment à 100 % dès **février 2020** », relève Hugo Duval.



Hugo Duval a remporté le concours Cap Création Sarthe avant d'enregistrer sa société en avril 2015. (©Frédéric Jouvett / Actu Le Mans)

Pour rebondir, le fondateur de Breen a misé sur la **diversification** en répondant à des demandes de décors en carton pour des showroom ou en développant

de nouvelles activités comme le packaging.

Breen en quelques chiffres :

- 15 : c'est le nombre de partenaires avec lesquels travaille Breen. Ils sont tous situés en France sauf un qui est un partenaire allemand.
- 5 : c'est le nombre de personnes qui travaillent à Breen (Hugo Duval, deux salariés actuellement au chômage technique et deux alternants).
- 10 000 : c'est le nombre de tabourets en carton produits par Breen pour l'édition 2017 du Gamescom, un salon international de jeux vidéos qui se déroule à Cologne (Allemagne).
- 320 : c'est la charge verticale, en kilos, que peut supporter un tabouret en carton de Breen.

A la faveur de l'épidémie, Hugo Duval a conçu des poignées en carton pour éviter les surfaces de contact dans les transports et un étui afin d'y ranger son masque.

« On est mature pour redécoller à fond »

« Notre particularité est de développer des produits à 200 000 exemplaires ou un produit unique », affirme le fondateur en désignant du doigt une décoration en carton représentant un rhinocéros.

La chose certaine, c'est que quand l'événementiel reviendra, on fera partie du peloton de tête car on propose du 100 % made in France et du 100 % recyclé. On est mature pour redécoller à fond. On sent une volonté farouche de ne choisir que du 100 % écoresponsable et ça, c'est notre ADN.

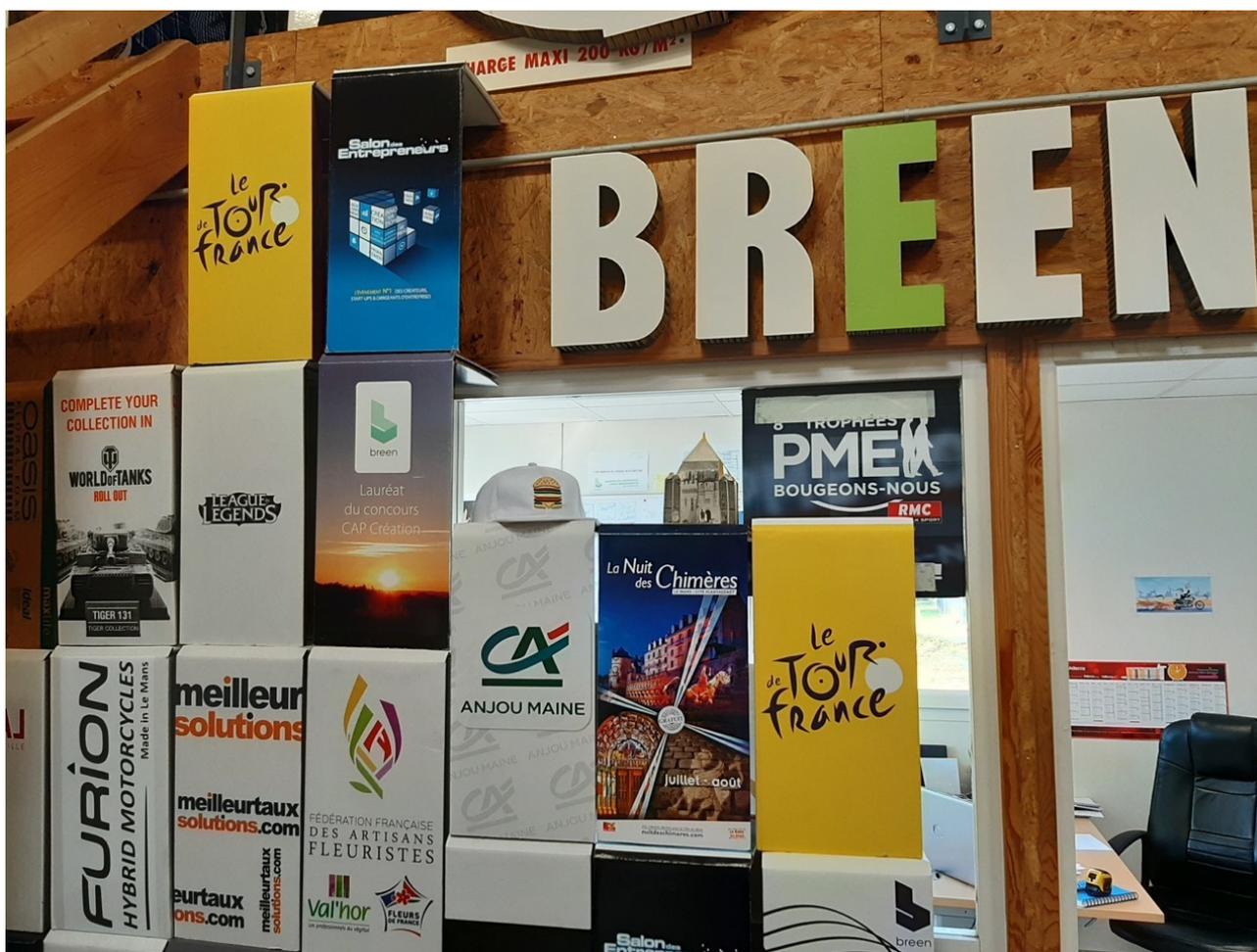
Hugo Duval

Président et fondateur de Breen

En attendant une reprise rapide de l'événementiel, Hugo Duval investit de nouveaux créneaux.

Breen se tourne vers les particuliers

L'entreprise entend s'adresser à un nouveau public, celui des **particuliers**, en proposant de la décoration intérieure. Le fondateur note un frémissement du côté des particuliers qui s'intéressent de plus en plus au mobilier en carton.



Les sièges en carton de Breen ont jalonné le parcours de l'édition 2016 du Tour de France. (©Frédéric Juvet / Actu Le Mans)

« Ce qui est surprenant, c'est que la crise du Covid a amené cette réflexion-là. On commence à avoir des **consommacteurs** (n.d.l.r : mot-valise formé à partir des termes consommateur et acteur). Il y a un particulier qui reste six mois au Mans et a aménagé tout son appartement avec du carton », abonde Hugo Duval.

On est au tout début de ça mais je suis convaincu que dans les dix ans, on va avoir une arrivée du carton dans les foyers pour une isolation économique, écologique ou pour l'absorption acoustique.

Hugo Duval

Président et fondateur de Breen

Hugo Duval considère qu'il reste encore un peu de chemin à faire pour que le mobilier en carton fasse des **émules**. « Les gens n'ont pas encore la réelle valeur du carton français. Ce n'est pas évident de se dire que le carton n'est plus une matière inutile », constate-t-il.

« Nous dessinons nous-mêmes des modèles » : les Meubles Franck Auger fabriquent en Vendée

Lancée en 2011 à Sèvremont, l'entreprise spécialisée dans le sur-mesure développe des collections en chêne massif. Elle mise sur le haut de gamme et la vente directe. Son atelier monte en puissance.



Franck Auger et son épouse Amélie, en charge de la comptabilité et d'internet, dans le hall d'exposition de 700 m2 aménagé dans le site de l'Epau. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Roselyne SÉNÉ.

Publié le 10/03/2021 à 15h42

Entre Franck Auger et le bois, c'est une histoire qui a commencé dès le berceau. Alors, quand l'entreprise de fabrication de meubles créée en 1973 par son père Jacques Auger a été liquidée, l'enfant de Saint-Michel-Mont-Mercure ([Sèvremont](#)) ne s'est pas avoué vaincu.

...

Accueil **Retail**

Camif enregistre une croissance de 44% en 2020

Publié par Stéphanie Marius le 9 mars 2021 | Mis à jour le 10 mars 2021 à 09:19



Après une année 2020 en forte hausse en raison des tendances de consommation poussées par les restrictions sanitaires, Camif table sur une croissance de 15% en 2021.

[Je m'abonne](#)

En 2020, Camif a enregistré une **progression de 44% de son chiffre d'affaires par rapport à 2019, soit un CA de 50 millions d'euros.** *"Après un premier trimestre en baisse en raison du confinement, notre activité est repartie en flèche dès le mois de mai avec 200% de croissance, puis 100% en juin, explique Emery Jacquillat, Pdg de Camif. Cette tendance s'est poursuivie de façon plus raisonnable mais soutenue jusqu'à la fin de l'année."*

Selon le retailer, cette performance est due au report d'un volume important des dépenses des Français qui, en raison de la crise sanitaire, ont privilégié **l'investissement dans leur intérieur.** Cela s'est concrètement traduit par une hausse de toutes les familles de produits pour Camif, des canapés à l'électroménager, en passant par les articles d'extérieur pour jardins et terrasses et l'équipement de bureau.

"Depuis 2009, j'ai voulu positionner la marque sur le sourcing de proximité mais aussi sur l'écoresponsabilité et l'économie circulaire, notamment avec notre collection Camif Édition, précise Emery Jacquillat. Et cela porte ses fruits, puisque 88% de nos nouveaux

clients ont acheté chez nous par adhésion à nos valeurs de consommation responsable, de made in France, de qualité et de durabilité."

En 2020, le retailer a mis en place un plan de solidarité et de relance à destination de ses fabricants français, lesquels représentent les trois quarts de son chiffre d'affaires. Parmi les actions notables: une **campagne TV lancée en plein confinement** pour mettre en avant le made in France et générer un maximum de commandes à la réouverture des usines, **l'anticipation du paiement des fournisseurs d'une dizaine de jours**. Parallèlement, Camif a envoyé à ses fournisseurs un bon d'achat Camif de 50 euros pour chacun de leurs collaborateurs.

Concernant 2021, le pure-player de l'ameublement prévoit une **croissance d'au-moins 15%** et la poursuite du rajeunissement de sa clientèle (45% de ses 500000 clients ont moins de 45 ans). Pour accompagner le développement de son activité, une nouvelle évolution du site Camif.fr verra le jour en septembre. Enfin, un troisième entrepôt a ouvert fin 2020 pour disposer de davantage de stock, et anticiper d'éventuelles difficultés d'approvisionnement chez les partenaires fabricants.

Économie

Dans l'Orne, Anne Poisson exerce le métier de vitrailliste par passion

L'ancienne technicienne d'achat dans l'industrie est devenue vitrailliste. Elle exerce ce métier depuis 10 ans. L'histoire d'une grande passion pour Anne Poisson.



Anne Poisson, dans l'atelier de sa maison de La Lande-Saint-Siméon, dans le département de l'Orne. (©L'Orne combattante)

Par **Guy Vallée**

Publié le 21 Mar 21 à 15:55

Il y a quelques années, **Anne Poisson** a décidé de tourner la page de son emploi dans l'industrie dans l'[Est de la France](#) pour changer totalement d'orientation. De [technicienne achat](#) dans l'industrie, elle est devenue [vitrailliste](#). Deux métiers totalement opposés.

Cela fait un peu **plus de dix ans** qu'elle a décidé d'exercer ce nouveau **métier d'art** nullement en voie de disparition. Bien au contraire. Il y a toujours **des écoles de formation** pour ce métier de vitrailliste.

À lire aussi

Du pain bio cuit au bois fabriqué dans l'Orne à La Lande-Saint-Siméon

Ils en forment de trop, il y a environ un vitrailliste sur dix qui trouve un emploi.

Anne Poisson

Vitrailliste

Anne Poisson travaille actuellement sur la restauration de l'un des vitraux de l'**église Saint-Pierre de La Carneille**, commune déléguée **d'Athis-Val-de-Rouvre** près de **Flers**, dans **l'Orne**.

À lire aussi

Les élus d'Athis-Val-de-Rouvre ont voté la convention d'agrandissement de l'épicerie de La Carneille

Comme beaucoup de vitraillistes, pour **obtenir son Cap**, elle a suivi une formation chez un **maître verrier**.

Comme elle vivait dans l'Est à cette époque, c'est dans cette région qu'elle a travaillé dans différents ateliers.

Pendant sa formation, elle est même intervenue sur des vitraux installés provisoirement dans la [cathédrale de Chartres](#).

Une mère passionnée de patchwork

Si Anne Poisson, installée depuis 3 ans dans une ancienne maison familiale restaurée petit à petit à **La Lande-Saint-Siméon**, exerce ce métier de vitrailliste ce n'est peut-être pas le fruit du hasard. Sa maman faisait [du patchwork](#).

J'ai toujours beaucoup aimé le vitrail. Ma maman était passionnée de patchwork, et quand je suis tombée sur le vitrail, je me suis dit : c'est ça que je veux faire. J'aime beaucoup la restauration avec le travail du verre ! Vous faites les traits et ensuite, vous enlevez les surplus de matière avant la cuisson.

Anne Poisson

Vitrailliste

Le métier de vitrailliste est l'un des plus anciens avec la construction des édifices religieux et leurs magnifiques vitraux parfois de tailles impressionnantes. Si les techniques ont évolué depuis le Moyen-Âge ainsi que les matériaux, le verre et le plomb sont deux matières incontournables pour la création et la restauration.

À lire aussi

Près de Flers, la commune d'Athis-Val-de-Rouvre refuse d'acheter un bien sans maître

Les matières premières sont chères

La découpe du verre ne se fait plus à la pointe de diamant, mais avec une molette en carbure de tungstène plus précise et moins risquée. La découpe se fait uniquement du côté lisse du verre.

Pour donner de la coloration ou réaliser un dessin, le vitrailliste utilise toujours de la poudre de verre très fine. De la grisaille et des émaux pour les différentes

couleurs.

Vous faites les traits et ensuite, vous enlevez les surplus de matière avant la cuisson.

Anne Poisson

Vitrailliste

La cuisson du verre ne se fait plus dans un four à bois comme d'antan mais à l'électricité ce qui donne une chaleur homogène contrairement au bois.

Le verre utilisé est toujours fabriqué en France par l'entreprise Saint-Gobain qui est la dernière à produire des verres colorés pour les vitraillistes.

J'espère qu'ils vont continuer à le faire encore des années. Autrement, il faudra se tourner vers la Chine, mais les verres chinois ne sont pas beaux.

Anne Poisson

Vitrailliste

Un travail de précision

Le verre et le plomb sont des matières premières qui sont chères du fait du manque de concurrence chez les fabricants. Le plomb démonté lors d'une restauration n'est plus réutilisable.

Les fers à souder sont devenus électriques, ce qui facilite le travail et démontre quelle dextérité devaient faire preuve les premiers vitraillistes.

À lire aussi

Une section 100 % foot féminine dans le collège d'Athis-de-l'Orne, près de Flers

Je travaille avant toute chose pour le plaisir sans délais. Je restaure beaucoup mais je ne veux plus prendre de commande de gros chantiers où les délais imposés sont trop courts. Il faut prendre son temps pour réparer ou créer un vitrail. C'est un travail de précision où il ne faut pas se précipiter.

Anne Poisson

Vitrailliste

Lorsqu'il restaure une pièce, le vitrailliste doit indiquer l'année de son intervention et son nom afin de laisser une trace de son travail pour les prochaines restaurations. Un marquage qui ne se voit pas une fois le vitrail restauré mais seulement quand il est démonté. Anne Poisson réalise aussi à la demande quelques tableaux rétroéclairés qui donnent un effet magnifique sur un mur avec l'emploi de verre de couleur le tout englobé de ciment.

Prendre son temps

Pour un vitrail tel que celui de l'église de La Carneille, cela représente entre 40 et 60 heures de travail entre le démontage, le nettoyage des pièces, le masticage et le remplacement de celles non réutilisables. Une pièce de verre dépasse rarement une taille de 30 cm tandis que son épaisseur tourne en moyenne autour de 2 mm.



Anne Poisson, pendant une intervention sur le vitrail de l'église Saint-Pierre à La Carneille, près de Flers, dans l'Orne. (©L'Orne combattante)

Il y a des verres plus difficiles que d'autres à découper. Tout dépend de la forme à réaliser. Il faut beaucoup de patience et savoir prendre son temps.

Anne Poisson

Vitrailliste

Un vitrail reste en place entre 100 et 150 ans. Tout dépend de son exposition et des événements qui peuvent survenir. En général, le créateur ne restaure jamais son propre travail.

Franck Riester en visite chez Canapés Duvivier pour promouvoir l'export

12 mars 2021



Franck Riester en visite chez Canapés Duvivier pour promouvoir l'export

Le ministre du Commerce extérieur et de l'Attractivité a visité, le 25 février, les ateliers de fabrication de Canapés Duvivier dans le Poitou. Objectif ? Mettre en avant une entreprise française qui réussit à l'export en misant sur l'excellence des savoir-faire et la création, et créer un effet d'entraînement pour les mesures de soutien à l'export du Plan France Relance destiné aux entreprises.

[Lire aussi : Quelle stratégie pour le design français à l'export ?](#)

Les pouvoirs publics misent sur l'export en tant que levier essentiel pour faire repartir de l'avant notre économie à la sortie de la crise sanitaire. C'est pour illustrer cette option stratégique que le ministre du Commerce extérieur et de l'Attractivité **Franck Riester** a visité, les 25 et 26 février dernier, trois entreprises implantées dans le département de la Vienne, qui sont exportatrices ont et inscrit dans leurs priorités le développement à l'international. Parmi celles-ci, Canapés Duvivier, implantée sur deux sites industriels, à Usson-du-Poitou (Vienne), a pour activité la fabrication de canapés haut de gamme contemporains, et pour ADN un ensemble de savoir-faire traditionnels de la tapisserie et de l'ébénisterie reconnus, qui font ses succès hors de nos frontières. Cette culture du produit de haute facture a fait de l'entreprise l'une des premières à obtenir, en 2006, le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV). Avec ce déplacement, le ministre et son gouvernement ont voulu mettre en lumière des exemples d'entreprises françaises qui, grâce à leur savoir-faire, leurs investissements, leur créativité, et les talents qu'elles recrutent, sont compétitives à l'international.



Le ministre Franck Riester échange avec Aymeric Duthoit, directeur général de Canapés Duvivier.

Des mesures pour les entreprises exportatrices

« Notre message est qu'il faut malgré la crise, malgré les contraintes, aller chercher des marchés à l'international. Il y a de belles opportunités. Nous sommes, nous, Français, plus agiles, plus audacieux que de nombreux autres pays et donc c'est dans ces moments de rupture, de difficultés, où les choses sont perturbées que nous avons des opportunités à saisir », a déclaré Franck Riester à l'occasion de ce déplacement. Une occasion en or pour évoquer le Plan France Relance du gouvernement, d'un montant de 250 millions d'euros, qui comporte un important volet consacré au soutien à l'export. Le ministre a rappelé que ce plan est porté par l'agence d'État Business France, Bpi France et la Banque Publique, a qu'il pour but de faire baisser le coût des investissements nécessaires aux entreprises qui veulent se développer à l'export.

Parmi les mesures de ce plan, il a évoqué les « chèques relance export », dont a pu bénéficier, parmi d'autres, Canapés Duvivier, et aussi la prise en charge d'une partie des coûts d'embauche des Volontaires Internationaux en Entreprise (VIE), à savoir des jeunes diplômés des filières commerciales, dont l'enthousiasme et le dynamisme sont une belle carte à jouer pour conquérir des parts de marché hors de nos frontières.



Gros plan sur la qualité premium des revêtements cuir.

Des enjeux d'emploi et d'attractivité

Ces incitations s'inscrivent aussi dans le plan gouvernemental d'un montant de 6,5 milliards d'euros pour favoriser l'accès des jeunes à l'emploi ou à une formation.

Autre enjeu de ce Plan France Relance : l'attractivité de notre pays. « *On a eu une petite baisse effectivement du nombre d'investissements étrangers en France en 2020, qui est moins forte que la moyenne européenne et moins forte qu'un certain nombre de nos concurrents principaux comme l'Allemagne par exemple. Pour autant, on doit encore améliorer les choses* », ajoute Franck Riester. Pour inciter les investisseurs étrangers à venir investir en France, et contribuer ainsi à dynamiser nos activités productives, le Plan France Relance comporte notamment une baisse des impôts de production qui va bénéficier directement aux entreprises industrielles et à ceux qui y travaillent.

[F. S.]

[Zoom]

Canapés Duvivier : maintenir la dynamique à l'export

Au moment de sa reprise en 2016, avec l'arrivée de son actuel dirigeant, Aymeric Duthoit, la Maison Duvivier Canapés s'était fixée l'objectif de réaliser 50 % de son chiffre d'affaires à l'international sous 10 ans. Une partie du chemin avait déjà été parcouru en 2019, puisque 36 % de l'activité étaient réalisés hors de France, grâce à la promotion du fabriqué en France. Mais, comme l'explique le fabricant, la crise sanitaire, en empêchant la majorité des déplacements à l'étranger et en ralentissant fortement les échanges commerciaux internationaux, a fortement freiné cette dynamique. Cependant, l'entreprise repart de l'avant en lançant quatre projets majeurs :

1 – La digitalisation complète du parcours client

Depuis plusieurs années, l'entreprise investit dans la digitalisation de ses processus. Elle a ainsi lancé successivement un nouveau site web, une application, et une visite virtuelle de son showroom parisien. Un nouveau pas en avant se profile avec le lancement d'un configurateur sur son site web, qui permettra au client de créer son produit personnalisé, de le visualiser dans son intérieur grâce à la réalité augmentée, d'en établir le tarif et de le commander. Ce nouveau service est issu d'une collaboration 100 % française avec des PME de la French Tech locale.

2 – La participation à la Design Week de Milan en septembre 2021

La marque participera pour la première fois à cet événement majeur et international pour le marché de l'ameublement et de l'architecture d'intérieur, qui se tient en parallèle avec le Salon du meuble de Milan. Une nouvelle collection, issue d'une nouvelle collaboration, sera dévoilée à cette occasion.

3 – Présence à l'Exposition Universelle de Dubai, du 31 octobre 2021 au 31 mars 2022

Sous l'égide de la COFREX (Compagnie Française des Expositions), organisateur de l'événement, Canapés Duvivier équipera le prestigieux Salon Georges Sand du Pavillon France en tant que partenaire associé. Cette vitrine mondiale des technologies et des cultures permettra au fabricant de mettre en avant l'excellence des savoir-faire de l'artisanat industriel français, en fournissant les assises de la collection Elsa, conçue par le designer **Guillaume Hinfray** et lancée en 2020.

4 – Construction d'un atelier d'ébénisterie

L'entreprise construit un nouvel atelier à Usson-du-Poitou (Vienne), adossé à l'actuelle sellerie, qui a pour objectif de réunir les différents métiers de l'entreprise, la tapisserie et l'ébénisterie, et de moderniser l'outil pour élargir ses possibilités de création. Ce chantier bénéficie du soutien de la Communauté de communes locale.

Ces différents projets mobilisent d'ores et déjà les équipes, et vont structurer l'activité tout au long de l'année 2021, avec des effets attendus en 2022. Malgré le contexte actuel de crise, l'entreprise maintient l'objectif qu'elle s'était fixé : 50 % de son chiffre d'affaires réalisé à l'export en 2026.

Gautier : l'enseigne de meubles ouvre son premier concept store au cœur de Paris

Elora BONHEUR

17 mars 2021 · 1 min de lecture



Pour la première fois en **60 ans**, le fabricant de meubles 100% made in France, **Gautier**, a ouvert un **concept store premium** dans le XV^{ème} arrondissement de Paris, **42 rue de la Convention**. Un bon moyen pour l'enseigne, de se rapprocher d'une cible plus urbaine en lui proposant des services adaptés à ses attentes.

Gautier : un concept store adapté à une cible urbaine

Les comportements des consommateurs évoluent au fil des années et les marques ont tout intérêt à s'y adapter. Peu adepte des grandes zones commerciales de périphérie, la **clientèle urbaine** a de nouvelles attentes. C'est pour cette raison que Gautier, le fabricant de **meubles** français, a décidé d'ouvrir récemment un **nouveau format de magasin**. Plus petit que la moyenne, le concept store **Gautier Convention**, situé au centre-ville de Paris, offre des **espaces de discussions** aux clients urbains. Cela leur permet ainsi de travailler main dans la main avec les agences sur différents projets d'**aménagement** et de décoration.

Gautier : la promesse d'un service "premium"

L'une des particularités de Gautier est de revendiquer **des meubles de qualité 100% made in France**. De plus, le service premium 3D, **Gautier Home**, propose de créer des solutions de **rangements** modulables adaptés à tous types d'espaces, même réduits.

Une **matériauthèque** est également proposée afin de présenter un **large choix de finitions disponibles** pour l'ameublement et la décoration.

Kids, séjours, rangements, décoration... L'ensemble des familles de produits proposés par la marque sont à retrouver directement dans cette nouvelle boutique, plus intimiste mais toujours aussi innovante.

HD sièges, le plaisir du sur mesure à deux pas de chez vous

écouter (02min)



Circuits courts en Gascogne

Du lundi au vendredi à 7h56

France Bleu Gascogne



Mercredi 3 mars 2021 à 7:54

Si vous avez le rêve d'un canapé sur mesure, c'est évidemment à Hagetmau que ça se passe et en particulier chez HD sièges.



Une réalisation HD Sièges - HD Sièges

HD Sièges fabrique des canapés et fauteuils sur mesure depuis 2010 dans un grand choix de matières, de coloris et de dimensions. Toute la conception est faite dans leurs ateliers.

De plus, pour vos voitures ou bateau **HD Sièges** fabrique sur mesure des housses de sellerie sur mesure.

Enfin **HD sièges** propose également une large gamme de mobilier extérieur et de literie.

Si les clients de **HD Sièges** sont pour la plupart dans le sud-ouest, les fournisseurs se situent en Italie ou en Espagne pour obtenir de très beaux cuirs.



Un canapé et un fauteil HD Sièges - HD Sièges

Contrairement à ce qu'on pourrait croire, le made in France ne coûte pas plus cher car l'entreprise travaille en circuit court, sans intermédiaire et le client ne supporte donc pas des marges d'un revendeur. D'ailleurs, le prix moyen d'un canapé 3 places en tissu se situe autour de 1800€, comptez 2300€ pour un canapé en cuir.

PUBLI-RÉDACTIONNEL

LA LITERIE MADE IN FRANCE PAR PIERRE ELMALEK

Mis à jour le 10/03/2021 à 12:19

Publié le 10/03/2021 à 12:17



la Literie]

[Maison de

Le Groupe MAISON de la LITERIE est le leader français du marché de la literie, avec plus de 400 magasins et 3 usines en France. Reconnu pour la qualité et l'excellence de ses produits, il est dirigé par son Président-Fondateur, M. Pierre Elmalek. Son choix de fabriquer en France ses propres literies démontre la pertinence du savoir-faire industriel et artisanal français, conjugué à l'importance de la tradition et de l'innovation.

PIERRE ELMALEK, LE PARI RÉUSSI DE LA LITERIE FRANÇAISE

Pierre Elmalek est un entrepreneur qui a quitté l'Algérie en 1962 pour rejoindre l'Hexagone. Après la création de Priam, un magasin de meubles situé à Aubervilliers et l'acquisition des Meubles Vieux Chêne, il décide de se spécialiser dans la literie. Précurseur, il est convaincu de l'importance de dormir dans une literie de qualité pour mieux vivre au quotidien. Alors que nous passons plus d'un tiers de notre vie dans un lit, Pierre Elmalek souhaite offrir aux Français un sommeil de qualité. Il ouvre ainsi en 1980 le premier magasin Maison de la Literie.

Aujourd'hui, le Groupe représente un réseau de 400 magasins avec 7 enseignes dédiées à la literie et au salon : Maison de Literie, Maison de Literie Prestige, Univers du Sommeil, Univers du Sommeil Premium, Place de la literie, Tousalon et Mobeco. Leader en France, Maison de la Literie est aussi à l'international avec des magasins en Suisse, Israël, Tunisie, Cote d'Ivoire et Chine.

DES SOMMIERS ET MATELAS 100% FRANÇAIS

Depuis 40 ans, Maison de la Literie propose une large gamme de **matelas** et **sommiers**. Il distribue aussi en magasin des collections exclusives, dont elle assure la conception technique et esthétique avec d'autres grandes marques de lit, comme Vispring, Stearns & Foster ou André Renault. Les produits fabriqués dans ses propres usines françaises sont confectionnés, tout ou partie, à la main par des maîtres artisans. Ils sont ensuite commercialisés sous ses marques iconiques comme Onéa, Praesidium, Paradoxe, Ducal Literie (créée en 1935), Nid'or (1928) ou encore Darrac (1804). Chaque innovation technique est pensée pour offrir au dormeur le lit qu'il lui convient, selon des critères de choix objectifs et personnels.

Le « made in France » fait partie de l'ADN du Groupe. C'est d'ailleurs cette fabrication française, conjuguée à son positionnement haut de gamme, qui fait aujourd'hui son succès en Chine.

En produisant sur son territoire natif, le Groupe Maison de la Literie participe pleinement au soutien de l'économie nationale. En privilégiant des matériaux recyclables comme l'acier des ressorts ou d'origine naturelle comme le bois, le latex ou la laine, le Groupe tend à limiter le recours aux mousses industrielles et l'impact environnemental de la production des matelas et sommiers.

Fondateur du Groupe Maison de la Literie, Pierre Elmalek voit en une literie de qualité l'objet indispensable au bien-être et à la santé de chacun. Maison de la literie a toujours cherché à satisfaire ses clients en leur proposant les produits adaptés à leurs besoins et capables de séduire même les plus exigeants. Le dynamisme, la capacité d'innovation et le sens du service client ont permis au Groupe de connaître une croissance rapide et de s'imposer comme le spécialiste de la literie et le leader du marché français.

La Maison de la Literie d'Amiens veille sur vos nuits depuis 30 ans

Depuis 1991, la Maison de la Literie est présente à Amiens (Somme) pour vous proposer une large gamme de produits literie, relaxation et matelas. Joel Drouart, dirigeant du magasin depuis sa création, vous accompagne dans le choix de votre mobilier de nuit. Pour célébrer son anniversaire, la Maison de la Literie vous propose une offre promotionnelle sur de nombreux produits literie made in France.

Réagir Mis à jour le 5/03/2021 à 15:28

N'attendez plus pour vous rendre à la Maison de la Literie à Amiens !

La Maison de la Literie d'Amiens fête ses 30 ans

Depuis 1991, la Maison de la Literie est présente dans la zone commerciale Nord d'Amiens. Depuis sa création, la direction du magasin est restée stable et inchangée. Joel Drouart, dirigeant, peut donc vous faire profiter de ses 30 ans d'expertise. Il sera capable de vous conseiller dans le choix d'une literie adaptée à vos besoins.

Le magasin amiénois appartient au **groupe français La Maison de la Literie**. Le groupe se compose aujourd'hui de plus de 250 magasins à travers la France. Il se repose sur une expertise reconnue et une gamme de produits (matelas, oreillers, sommiers, etc.) qualitatifs.

Un large éventail de solutions de literie françaises

La Maison de la Literie d'Amiens propose aux habitants de la Somme une large variété de literie et d'accessoires (linge de lit, oreillers, etc.). Vous pourrez ainsi aménager vos espaces nuit avec du mobilier adapté à vos besoins, à vos goûts mais aussi à votre morphologie.

Le magasin amiénois commercialise uniquement des **produits fabriqués en France**. En effet, la Maison de la Literie conçoit ses lits, matelas et sommiers dans ses propres ateliers de production français. Le magasin d'Amiens travaille avec une entreprise régionale pour vous proposer de la literie de grande qualité.

Depuis 30 ans, la Maison de la Literie offre de belles nuits aux Amiénois tout en encourageant l'économie locale et nationale.

Une promotion exceptionnelle de -30%

À l'occasion de leur anniversaire, La Maison de la Literie d'Amiens vous propose une offre promotionnelle sur une sélection de produits. Vous pourrez bénéficier d'une réduction de 30% sur plusieurs solutions de literie avec une qualité made in France. Vous pourrez ainsi améliorer le confort de vos nuits en favorisant l'économie française.

Pour en savoir plus sur cette offre, rendez-vous en magasin du lundi au samedi, au 11 rue le Gréco, dans la zone commerciale Saint-Ladre à Amiens (80). Retrouvez toutes les informations nécessaires sur [le site Internet de la Maison de la Literie d'Amiens](#).

Accueil > Inno >
High-tech

Les toilettes se réinventent : découvrez les modèles de demain



coulée à la main, chaque modèle est personnalisable, en plus d'être "made in France". *"Nous avons emprunté un peu les codes de la mode et du design pour donner envie à chacun d'acheter ces toilettes comme il choisirait une table, une chaise, une lampe ou encore un canapé"*, explique Hugo Volpei, fondateur de "Trone".

Coût de la coquetterie ? 1500 euros, soit trois à cinq fois plus cher qu'un modèle classique. La jeune pousse, dont la production a été multipliée par vingt depuis 2018, équipe principalement des restaurants branchés de la capitale. Mais

elle entend désormais se lancer sur le marché des particuliers. L'entreprise vient d'ailleurs de lever 2 millions d'euros auprès d'investisseurs. De quoi lui permettre d'envisager le lancement d'un nouveau modèle pour le grand public deux fois moins cher. *"La grande innovation, c'est qu'on intègre à l'intérieur une technologie brevetée qui nous permet de supprimer les 99,9% des odeurs en moins d'une minute"*, assure son concepteur.

TOUTE L'INFO SUR

LE WE



| Le Japon à la pointe de l'innovation en la matière

Les toilettes, vitales pour l'hygiène et la santé, représentent un marché de plusieurs milliards d'euros. Et dans cette nouvelle bataille pour la conquête du trône, un pays a déjà pris une longueur d'avance. À Paris, la boutique "Le Trône" vend des toilettes japonaises depuis bientôt 15 ans. Les modèles de sièges et de systèmes d'évacuation y sont de plus en plus élaborés : chasse d'eau en tornade, sièges chauffants, filtres désodorisants ou encore biocapteurs installés dans la cuvette permettant de mesurer, à travers les

excréments, la pression artérielle ou le taux de sucre dans le sang... Les idées ne manquent pas.

"La fonctionnalité la plus prisée, c'est la douchette lavante. Ensuite, vous avez la fonction séchage. Il est même possible de régler la température", détaille Jean-Louis Lamarque, le propriétaire du magasin. Niveau prix, il faut compter entre 800 euros pour une cuvette amovible et jusqu'à près de 8500 euros pour un modèle avec toutes les options. En France, pour l'heure, les toilettes japonaises représentent à peine 1% des ventes. Mais le marché est en pleine croissance. *"Au Japon, il a fallu à peu près une trentaine d'années. Cela va prendre une quarantaine d'années chez nous en France. Une fois qu'on a essayé, il n'y a pas de retour en arrière possible"*, soutient Jean-Louis Lamarque.

LIRE AUSSI

De l'art jusque dans vos toilettes

VIDÉO - Les 10 innovations qui vont changer le monde selon Bill Gates

Des toilettes plus écologiques et aussi plus égalitaires

Du côté des toilettes publiques aussi, l'innovation va bon train. Pour réduire le temps d'attente dans les toilettes pour femme, la startup française "MME PEE" a mis au point un modèle plus adapté. Doté de portes battantes et d'une cuvette brevetée pour permettre une position accroupie, il permet de diviser par quatre le temps de passage. Plus égalitaire mais aussi plus écologiques. "*Ces toilettes n'utilisent pas d'eau et permettent à l'urine d'être valorisée en engrais*", explique Nathalie des Isnards, sa conceptrice. Conçu initialement pour les festivals, cet urinoir destiné aux femmes intéresse désormais les municipalités. On en trouve déjà sur les quais de Seine à Paris. Et une dizaine de villes de l'Hexagone vont en installer sur la voie publique d'ici l'été.

M.D

Tediber : la literie made in France

f

Laura Chaumont

23 mars 2021 · 2 min de lecture



Présentation de la marque Tediber

Marque française, Tediber est spécialisée dans la literie. L'enseigne commercialise des produits de qualité à des prix défiant toute concurrence. Les produits Tediber sont adaptés aux particuliers et aux professionnels. Divers articles de literie sont proposés sur le site, qu'il soit question de sommiers, de matelas, de coussins ou d'oreillers. En plus de cela, les articles sont disponibles en différentes dimensions et leur prix peut varier en fonction de cela.

La marque [Tediber](#) allie qualité et design. En effet, la collaboration entre divers pays spécialistes dans leur domaine fait que Tediber propose des articles de qualité supérieure. En effet, le design des articles Tediber est 100 % français. La marque profite ainsi du savoir-faire belge pour ses matelas ainsi que des talents en menuiserie de la Finlande.

TENDANCE

4 façons naturelles de fortifier les ongles et les cheveux

Topsante · 1 min de lecture



Quels sont les meilleurs shampoings selon 60 Millions de consommateurs ?

Yahoo France Sho... · 2 min de lecture



Coronavirus : Le recours au médiateur pour des voyages non remboursés a explosé en 2020

20minutes.fr · 1 min de lecture



9 gestes simples pour protéger les hérissons au jardin

Maison&Travaux · 1 min de lecture



21 plantes d'intérieur à adopter dans les toilettes

Maison&Travaux · 2 min de lecture



Tediber est une marque responsable et engagée écologiquement. En effet, les matériaux utilisés sont responsables, recyclables et de bonne qualité.



La marque Tediber évolue également et ses articles sont constamment renouvelés. De nouveaux articles comme le nouveau [sommier](#) sont disponibles régulièrement afin de satisfaire toutes les demandes et les envies des consommateurs.



Historique de Tediber

Tediber voit le jour en 2015 dans l'optique de faciliter la vie des gens. En effet, les fondateurs de la marque ont remarqué l'importance du [matelas](#) dans une maison ou un appartement. Une personne passe en moyenne un tiers de sa vie sur un [matelas](#). Tediber est aussi le premier site de literie à avoir proposé un mode de livraison. Ce service a été une véritable aubaine pour les clients qui n'ont plus besoin de se déplacer en boutique pour trouver un nouvel article de literie.

L'incroyable sommier Tediber

L'incroyable sommier Tediber est le dernier article proposé par la marque. Ce sommier a le même design que ceux utilisés dans les grands hôtels et est 100 % français. Le sommier lui-même est fait en bois d'épicéa massif, qui ajoute au charme et à la robustesse du sommier. Il est disponible en 15 cm de hauteur ou en 20 cm. En effet, le sommier Tediber s'adapte à tous et offre un maximum de confort

Le sommier est fabriqué en bois massif. De ce fait, un support robuste et homogène est offert au matelas, ce qui aide au maintien du dos. Il est possible de retrouver du tissu d'ameublement sur les sommiers proposés. Le

sommier Tediber est disponible en 3 coloris différents : gris, beige, bleu. Chaque client a donc la possibilité d'adapter sa literie au reste de sa décoration d'intérieur.



Tediber se démarque de ses concurrents par rapport aux services qui sont proposés à la clientèle. En effet, Tediber offre une période de 100 jours gratuits durant lesquels il est possible de retourner le produit en cas d'insatisfaction. De plus, la livraison est gratuite et s'adapte à la fourchette horaire du client.



Économie

Vendée : l'entreprise Buton Industries mise sur l'innovation

L'entreprise centenaire du Poiré-sur-Vie, Buton Industries, mise sur l'innovation avec de nouveaux mobiliers urbains, conçus par sa filiale Buton Design.



Thierry Raifaud, responsable commercial chez Buton Design.

Par **Lucile Akrich**

Publié le 12 Mar 21 à 17:08

Dans l'usine de **Buton industries**, le bruit de l'usinage du **métal** retentit.

Cette entreprise historique du **Poiré-sur-Vie**, qui compte aujourd'hui une quarantaine de salariés, mise sur le savoir-faire et la qualité à la française.

« On maîtrise notre chaîne de **production de l'usinage** à la **menuiserie** jusqu'à la **peinture**. Le made in France, ce n'est pas un mythe, chez nous », sourit Thierry Raifaud, responsable commercial de l'entreprise.

Implantée depuis 1904 au **Poiré-sur-Vie**, l'entreprise familiale qui construisait des carrioles et des charrettes, à l'époque, dans le centre-bourg de la commune, est aujourd'hui pilotée par la quatrième génération de gérants !

Trois marques

Désormais, trois marques font vivre le groupe : **Buton industries** (mécano-soudure), **Euroterrasse**, pour l'agencement de terrasses de restauration extérieures (avec des clients tels que McDonald's) et **Buton Design** (meublier urbain). **La Carrosserie de la France**, à **Venansault** (fabrication de bennes) a rejoint le groupe depuis 2014.

Après la crise, la reprise s'amorce

« Notre marque de fabrique, c'est la fiabilité et la robustesse de nos produits, qui sont conçus pour résister à la rue », précise Thierry Raifaud.

C'est aussi ce qui fait la pérennité de cette PME aux 7 M€ de chiffre d'affaires annuel (chiffre de 2019), qui a patiemment traversé la crise sanitaire, en attendant la reprise qui s'amorce déjà.

« On a enregistré une baisse de 15 % de notre chiffre d'affaires l'an dernier, avec la crise du Covid. Mais on n'a jamais eu autant de demandes de devis depuis octobre dernier. On peut espérer tirer notre épingle du jeu en 2021 ».

Thierry Raifaud, responsable commercial France chez Buton Industries

Thierry Raifaud, qui sent la reprise s'esquisser.

Innover

D'autant que l'entreprise, via sa filiale Buton Design ne cesse d'innover, en proposant aux collectivités mais aussi aux entreprises, du mobilier urbain qui répond aux nouvelles problématiques de sécurisation de l'espace public : des **jardinières antibéliers**, avec un fond en béton armé, et un revêtement bois, auxquels on peut associer des bancs, corbeilles de rue ou connexion wifi.

Ces deux dernières années, l'entreprise en a vendu 300 modèles, pour sécuriser des lieux de cultes ou des administrations, notamment.

Un appui vélo pour éviter les vols

Des abris vélos sécurisés pour 12, 28 ou 46 vélos : « Il suffit d'ouvrir son application mobile et de cliquer pour déverrouiller la porte d'entrée de l'abri collectif ».

Petit dernier sur le marché : **Esyl**, un appui vélo connecté qui permet, grâce à une lourde chaîne en acier de plus de 2 mètres, d'accrocher son vélo par les deux roues et le cadre pour éviter les vols.

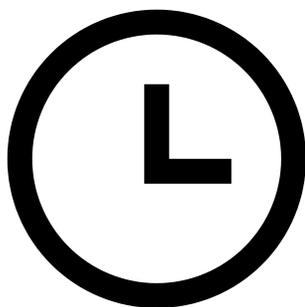
Un produit imaginé après deux ans de recherche et développement, et vendu à partir de 1 500 € l'unité (plus un abonnement de 49 € par an par borne).

À lire aussi

Vendée : l'entreprise du Poiré-sur-Vie Buton Design invente un appui-vélo connecté pour lutter contre les vols

Cette capacité à innover, Buton Design en récolte aujourd'hui les fruits : l'entreprise a été sélectionnée avec deux autres finalistes, après un appel à projet européen, pour tester son mobilier durant une année sur **l'esplanade de la Défense, à Paris**, remodelée par l'architecte Jean Nouvel. D'ici peu, Buton Industries devrait savoir si son mobilier va y rester. Belle carte de visite.

Covid-19 : ce masque est biodégradable et Made in France !



30/03/2021 à 12h04 | par Manon Le Roy Le Marrec | Crédits photos : Géochanvre

Les masques jetables sont un véritable fléau pour l'environnement depuis qu'il font partie de notre quotidien depuis maintenant un an. Pour y remédier, cette entreprise française propose des modèles 100% biodégradables. On vous dit tout sur cette innovation !

Le **Covid-19** bouleverse nos vies à bien des égards. Depuis un an, le masque fait partie de la vie de milliards de personnes sur Terre. **Mais les modèles jetables extrêmement polluants aggravent la situation - déjà critique - de la planète. Une entreprise française tente à son niveau de réduire cet impact grâce à des masques biodégradables.**

Ce masque biodégradable à base de chanvre est Made in France

Géochanvre se décrit comme une entreprise “au service de la nature”. Spécialisée dans la production de toiles utilisées comme paillage pour les maraîchers et jardiniers, **l'enseigne s'est rendue compte des propriétés du chanvre dans la lutte contre la propagation du virus**. Grâce à cette plante cultivée en France sans pesticides, **Géochanvre peut proposer un masque composé d'un feutre de catégorie 1 avec 98% de filtration garantie...** Mais surtout **un produit en fibres naturelles donc biocompostable**. Une innovation qui a du succès : en septembre, Géochanvre avait déjà vendu 1,5 millions de masques. **Vous voulez adopter cette idée 100 % Made in France ? Comptez 34 € pour un lot de 50 masques !**

Un masque qui se transforme en fleurs

Géochanvre n'est pas la seule entreprise à réaliser des masques biodégradables. Aux Pays-Bas, **l'enseigne Marie Bee Bloom a créé un produit assez original**. Il s'agit d'un **masque de protection contre le Covid-19 dont le tissu contient des graines de fleurs**. Une fois utilisé, il suffit de le planter où vous le souhaitez et donner une seconde vie poétique à cet objet du quotidien. **Le détail qui fait la différence ? Les cordons sont fabriqués à base de laine locale !**

Cette fois-ci n'ayez aucun doute : foncez acheter ces produits biodégradables !

Retrouvez nos inspirations mode, beauté et food **sur notre page Pinterest !**

Marie ClaireMarie Claire Maison
Culture Design Marques design

La Chaise Française, l'éditeur d'assises 100 % made in France

Par Eloïse Trouvat

Mis à jour le 30/03/2021 à 19:39



Partager





Sauvegarder le savoir-faire français c'est le défi de cette jeune maison d'édition. Avec l'arrivée récente de la designer Margaux Keller à la tête de sa direction artistique, La Chaise Française dépoussière la chaise classique autant qu'elle en raconte l'histoire précieuse. Récit d'une aventure où la main de l'homme a encore son rôle à jouer.

Dans l'univers de l'ameublement, certains meubles disparaissent du devant de la scène puis y reviennent aussi vite qu'ils l'avaient quitté au rythme de l'irremplaçable air du temps. Tandis que d'autres sont là, fidèles au poste depuis

toujours, comme des incontournables de nos décors familiaux. La **chaise** appartient à cette famille de meubles que l'on ne peut rayer de la carte de notre géographie quotidienne. Chaise de salle à manger, chaise pour la chambre, **chaise de bureau**, chaise de salle d'attente, **chaise de bistrot**, peu importe sa qualification précise et son allure, la chaise s'invite partout dans les quotidiens de chacun. Ce chacun qui ignore sans doute que le **savoir-faire du chaisier** disparaît en silence dans l'Hexagone au profit d'une fabrication industrielle et surtout lointaine. D'après l'**INSEE**, les sièges entre autres meubles représenteraient plus de 80 % des importations sur le territoire français.

L'assise star de nos intérieurs depuis des siècles n'a pas échappé aux écueils de la consommation de masse et de la production qu'elle engendre. C'est contre cette extinction annoncée du savoir-faire hexagonal que La Chaise Française a décidé de lutter à sa petite échelle en proposant un lifting de ce meuble indispensable.

Des chaises fabriquées dans une manufacture française

Née fin 2017 sous l'impulsion du binôme formé par **Bartolomé Lenoir** et **Jean-Baptiste Chancerelle**, cette **jeune entreprise** s'est très vite passionnée pour

ce meuble culte. Un produit dont le savoir-faire précieux (répertorié d'ailleurs à l'Inventaire du patrimoine culturel immatériel de France) s'amenuisait au fur et à mesure que les manufactures spécialisées fermaient leurs portes.

Aventure un brin patriotique donc, **La Chaise Française** se lance tout d'abord dans ce projet en remettant au goût du jour les célèbres **tabourets** utilisés par les paysans dans les fermes. Puis constatant au fil des mois la rareté des dernières manufactures capables de produire des chaises totalement « made in France », la jeune maison d'édition décide d'investir directement dans l'une des dernières **manufactures de**

France spécialisées dans la confection d'assises depuis plusieurs générations.



La chaise ML10, 279 euros

Vidéo du jour :

Devenir directement fabricant apparaissait comme « un choix évident pour sauver ce savoir-faire et proposer un produit de qualité » pour Bartolomé Lenoir. La manufacture investie est située à deux pas de Colombey-les-deux-Eglises dans un bâtiment construit par un certain Gustave

Eiffel. Entre ces quatre murs chargés d'histoire, la chaise made in France retrouve ses lettres de noblesse en profitant d'un lifting complet grâce à quelques outils modernes suppléés par la main de l'homme. Les machines 3D accompagnent ici les gestes de l'homme pour façonner des chaises uniques. « Je veux qu'on puisse voir sur nos chaises la marque de notre manufacture, constater autant le travail sur les courbes que sur la beauté du bois » explique le co-fondateur.

Une fabrication éco-responsable dans ses moindres détails

Après une année difficile - Covid oblige - la jeune maison d'édition lance une collection d'une belle dizaine de chaises made in France dans leurs moindres détails. Toutes entièrement conçues à partir de bois issu de **forêts PEFC gérées durablement** et situées dans un rayon de moins de 200 km de la manufacture, elles sont peintes à la **peinture à l'eau** et la colle utilisée pour leur assemblage a été élaborée à partir de farine de blé. Exit les produits chimiques et les chaises produites à la chaîne, la jeune maison a fait le choix de produire moins et mieux tout en s'entourant des meilleur.e.s. Elle a récemment fait appel à la designer **Margaux Keller**. Connue pour

son attachement aux belles histoires et aux savoir-faire des artisans de sa région (le Sud de la France), la designer a su mettre ses talents au service de ce projet en tant que **directrice artistique**. Elle qui ne cesse d'évoquer la nécessité d'introduire la notion d'émotion dans le design à travers de nombreuses interviews l'a intégrée pleinement à cette nouvelle aventure. **Chaise en hêtre** ou en noyer, version piètement tubulaire ou bois, pastel rose ou naturel, avec coussins ou non, **chaise haute** ou classique : son style tour à tour épuré, joyeux et naturel sied à merveille à ces nouvelles assises soucieuses de raconter une histoire, celle

d'un manière de créer, d'un souci constant apporté à la valeur du travail de la main.



La chaise CL10 rose pastel, 129 euros

Production made in France et éco-responsabilité intransigeante sont souvent les deux faces d'une même médaille.

Puisque l'adage veut que rien ne se perd

Maliterie investit pour doubler son réseau !

Par **Rédaction Entreprendre** - 22/03/2021



Le confort de la chambre à coucher connaît un vrai regain d'intérêt depuis quelques années. De nouveaux intervenants sont arrivés sur le marché proposant des offres parfois décalées, comme celles de *Maliterie*. La PME sarthoise va investir 5 millions d'euros pour passer de 35 à 75 magasins physiques d'ici à fin 2023.

Les Français ont une vraie appétence pour leur domicile principal, dont ils désirent être propriétaires. Une autre tendance s'est également renforcée, celle d'être bien chez soi, et notamment dans la chambre à coucher, puisqu'un bon sommeil est à la base de la santé. Maliterie, PME familiale créée à Neuville-sur-Sarthe qui emploie aujourd'hui 120 personnes, est bien consciente des enjeux et compte profiter de cette tendance pour se développer.

Prendre son destin en main

Revenons aux origines de l'histoire. Il était une fois une usine, près du Mans, qui fabriquait matelas et sommiers pour d'autres marques avec de bons résultats. Mais ses dirigeants veulent aller plus loin. Changement de cap donc, pour mettre en place un système de vente directe des produits fabriqués dans

l'usine grâce à la vente en ligne et la création de boutiques-showrooms. Un mouvement stratégique risqué, car le marché de la literie est alors difficile, avec de grandes enseignes généralistes du meuble, ou spécialistes de la literie, qui tiennent le haut du pavé. Maliterie avec son concept mixte a cependant prouvé le bienfondé de sa politique en faisant son chemin.

Une nouvelle concurrence phygitale

Le marché s'est réveillé, les acteurs économiques également. Certaines enseignes ont bâti des concepts intéressants. Parmi eux, des noms qui ont construit une réputation solide comme Casper ou Tediber. La concurrence est parfois difficile à supporter, pourtant elle a un immense avantage, c'est elle qui permet de faire grandir un marché, et dans ce cas, c'est celui du phygital qui commence à s'imposer, mix de physique et de digital.

5 millions d'euros pour la croissance

L'entreprise a prévu de continuer à avancer, et même d'accélérer, en mobilisant 5 millions d'euros qui seront consacrés à l'extension du réseau de distribution, et par voie de conséquence à la création d'une cinquantaine d'emplois. 75 magasins au lieu de 35, voici qui devrait changer la dimension de l'entreprise. D'autant que cet élan se couple à un véritable effort d'innovation produit depuis déjà plusieurs années. La dernière trouvaille est le matelas connecté Maliterie équipé de capteurs Whittings qui permet ainsi d'analyser la qualité des nuits et de jouer un rôle dans la lutte contre les apnées du sommeil.

Un vrai duo père et fils

Laurent Crépin, DG du groupe GFL-Maliterie, 44 ans, est entré dans l'entreprise familiale en 2010 après une carrière de chargé d'affaires auprès du CIC et de Natixis. Une base solide de banquier pour gérer une entreprise qui avait de fortes ambitions et réalisait à l'époque 6 millions d'euros. Il n'avait pourtant pas prévu ce virage dans sa carrière professionnelle, mais l'appel de l'indépendance l'a emporté. L'homme est également engagé en tant que président dans le Réseau Entreprendre Sarthe, qui accompagne les créateurs d'entreprise. Si sa vie a changé, c'est grâce à son père, Michel Crépin, qui a repris l'entreprise il y a quelques 35 années.

Cet ancien président du Medef de la Sarthe a modernisé le concept sans cesse jusqu'à établir sa solide réputation. En 2007, il décide de lancer son site de commerce en ligne, direct fabricant, qui permet aujourd'hui de réaliser un quart du chiffre d'affaires de l'entreprise. En 2012, les deux hommes mènent à bien la reprise des 50% du capital de l'entreprise qui appartenaient au groupe orléanais Sabbe, devenu actionnaire en 2008. Avec une société 100% familiale, les deux hommes peuvent alors réaliser le plan de développement qu'ils avaient mis sur pied.

Une fabrication française

La PME peut aussi surfer sur la vague du Made in France ; les produits étant fabriqués dans l'usine sarthoise, du moins les matelas et sommiers, les fauteuils de relaxation provenant de l'autre usine, les sièges Chaillard, qui produit également sur le territoire français près de Besançon. Maliterie a racheté cette PME en 2016. GFL coche décidément de nombreuses cases contemporaines, son modèle économique, sa fabrication française et la vente directe en boutiques pour privilégier les circuits courts. Le tout existant bien avant que tout cela fasse la une des journaux.

A contresens ?

Effectivement, c'est le qualificatif que l'on pourrait employer en voyant une entreprise investir sur des magasins physiques. Mais ce serait mal comprendre la logique des dirigeants. En distribuant directement à ses clients, GFL estime pouvoir garder la maîtrise de ses coûts, et donc de ses prix de vente, afin d'être la plus compétitive possible. Depuis le début, les magasins sont des lieux d'exposition essentiels. Ils sont un maillon important de la stratégie de Maliterie qui veut que le client puisse voir et toucher le produit. « Le maillage des magasins Maliterie va flirter avec celui des distributeurs classiques qui n'ont pas cette maîtrise des coûts de production et de distribution permettant d'afficher un vrai avantage prix, pour des produits de qualité comparables » explique Laurent Crépin.

Cap 75, c'est le nom du plan qui doit mener aux 75 magasins d'ici à fin 2023. Ces points de vente ciblent en priorité les villes de 100 000 habitants. L'investissement autofinancé doit permettre au groupe d'atteindre les 30 millions d'euros pour 170 collaborateurs sur toute la France.

A.F.

Para'vols, le premier parasol design antivol et anti-envol

!

19 MARS 2021

Rédigé par ActuNautique Magazine

Le pied de parasol Para'vols est le premier parasol au monde qui permet de protéger ses affaires et d'éviter tout risque d'envol du parasol.



Ce produit unique et breveté est le fruit de plusieurs années de recherche, d'évolutions et d'améliorations.

À la plage, il peut être difficile de faire tenir son parasol dans le sable ou les galets, et chaque année, des personnes sont blessées à cause de parasols qui s'envolent.

L'autre problème est celui des vols, fréquents sur les plages ; Comment profiter de la baignade quand on a peur de se faire dérober ses affaires ?

C'est pour répondre à ces deux problématiques que Laurent Vignouille a développé Para'vols, un parasol antivol et anti-envol.

Concept unique au monde

Léger (seulement 1,5 kg), ce pied de parasol innovant a été conçu afin d'être très facile à installer. Il est fourni avec une pelle qui permet de creuser un trou dans lequel on dépose le pied.

Une fois recouverte de sable, la pelle agit comme une ancre et permet au parasol de ne plus bouger, même en cas de vent fort.

Ce pied de parasol s'adapte à la plupart des parasols de plage, ce qui peut lui permettre d'être utilisé à la fois par les professionnels et les particuliers.

Pour protéger ses affaires, il suffit simplement de les placer dans le coffre intégré, de fermer le couvercle et de le sécuriser avec le cadenas à code.

Le retrait du pied est aussi simple que son installation et ne prend que quelques secondes ; il suffit de défaire le cadenas et de s'en servir comme une poignée : en tirant à 45 °, le pied sort tout simplement du sable.

Para'vols peut aussi être utile pour attacher un sac et pour garder un chien en sécurité et à l'ombre.

« *Notre ambition est de faire de Para'vols un incontournable de la plage, au même titre que la serviette ou la crème solaire !* » explique Laurent Vignouille, dirigeant de Para'vols.

Un produit breveté et made in France !

Les pieds Para'vols sont entièrement fabriqués dans les ateliers de la société, dans le sud de la France. Para'vols a choisi de travailler avec des petites entreprises familiales à taille humaine, qui fournissent un travail de qualité.

Para'vols a aussi choisi le modèle du e-commerce, avec un nombre d'intermédiaires limité, ce qui permet à la société de pratiquer des tarifs compétitifs. « *Notre objectif est de permettre au plus grand nombre de bénéficier de ce nouveau concept* », explique Laurent Vignouille.

Le pied de parasols Para'vols est déjà disponible sur la boutique en ligne de la société.

Les différents modèles de Para'vols :

- Modèle Basic : Coffre et semelle en ABC ; couleur bleue ou blanche.
- Modèle Luxe : Coffre en ABS, semelle en acier ; couleur bleue ou blanche.
- Modèle Éco : Parasol en ABS recyclé, de couleur noire.
- Modèle CLUBS : Idéal pour les Plages privées et Clubs de plage. Le modèle CLUBS est équipé du système d'ancrage dans le sol, d'un coffre en inox qui sécurisera les affaires et servira aussi de bac à glaçons et d'une table en bois.

Para'vols peut aussi être personnalisé avec un logo, ce qui permet aux entreprises de se démarquer et d'offrir un service supplémentaire à leurs clients. Ce pied de parasol peut ainsi être loué, vendu, ou offert comme cadeau d'entreprise.

Société

Yvelines. Coignièrès : le magasin Maliterie s'installe au milieu des litiers

Le fabricant français de literie et sièges de relaxation, Maliterie, s'est implanté à Coignièrès (Yvelines).



Valentin Bouchet est responsable de magasin Maliterie. (©Margaux Bourgasser)

Par **Margaux Bourgasser**

Publié le 23 Mar 21 à 7:22

Le fabricant français de literie et sièges de relaxation, [Maliterie](#), s'est implanté à **Coignières** (Yvelines) pour consolider sa présence en Ile-de-France. « Tous les litiers se trouvent dans cette zone. Nous n'avons pas peur de la concurrence. Les gens commencent à avoir une certaine réflexion. Chez nous, tout est fabriqué en France. C'est ce qui fait notre force et cela nous tient à cœur, assure **Valentin Bouchet, responsable de magasin Maliterie**. Après 6 mois d'ouverture, nous n'avons pas à nous plaindre. Cela marche plutôt bien malgré le contexte actuel. Avec le confinement, les gens ont passé plus de temps dans leur lit et se sont rendu compte de l'importance d'une bonne literie. »

Vente en direct

Si la première boutique a ouvert en **2001**, l'usine de fabrication date, elle, de... **1945**. « Le concept est simple : nous sommes le magasin du fabricant, ce qui

consiste à vendre en direct. Il n'y a aucun intermédiaire à part le transporteur », explique **Valentin Bouchet**. Avec actuellement **40 magasins en France**, Maliterie expose la gamme complète du fabricant dans sa nouvelle boutique de 250 m² : matelas, sommiers, accessoires, canapés et fauteuils de relaxation...

« Un panier moyen peut valoir entre 500 et 1 700 euros mais on peut évidemment trouver moins cher. Tout dépend de l'usage du produit. On estime un changement de literie tous les 5 à 10 ans même si on peut pousser plus loin selon l'entretien », indique le responsable.

Maliterie est une **entreprise familiale** qui forme ses salariés à garder cet esprit. « Quand un client rentre, on va vraiment répondre à ses besoins sans le pousser à acheter du haut de gamme. On peut les accompagner de la naissance jusqu'à la fin de leur vie. Les clients viennent souvent avec des projets concrets », précise **Valentin Bouchet**.

Aujourd'hui, le fabricant a lancé un programme d'extension de son réseau pour passer de 34 magasins mi-2020 à **75 d'ici fin 2023**. À terme, l'objectif est de couvrir tous les bassins de vie de plus de 100 000 habitants en France.

Pratique

Maliterie, 7, rue du Pont-d'Aulneau – Coignières –

Rens. au 01 86 70 02 17.