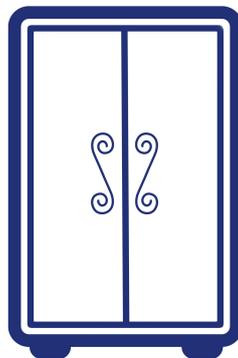


# Revue de Presse Made in France

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

## MOBILIER

*Avril 2021 – Juin 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](http://www.semioconsult.com)

## [Digital Days M&O] Le meuble français, un composé de savoir-faire et de création

23 avril 2021



### [Digital Days M&O] Le meuble français, un composé de savoir-faire et de création

Une table ronde sur le thème du renouveau des savoir-faire français, dans le cadre des Digital Days de Maison&Objet, a fait dialoguer un designer et deux fabricants, pour arriver à la conclusion que le meuble français peut se définir par un savoir-faire, gage de qualité de fabrication, et un esprit créatif imprégné de bon goût et de souci du détail. Des fondamentaux à cultiver pour les fabricants, pour séduire à l'international, mais aussi une clientèle française de plus en plus sensible au made in France.

[Lire aussi : GEM : accompagnement à la carte et prospection à distance](#)

Sous le titre de Digital Days, Maison&Objet a organisé un ensemble de rendez-vous en ligne qui a débuté à la fin janvier. Huit thématiques, en relation avec l'univers du salon, ont chacune été déclinées en offre produits et tables rondes – les « talks », qui sont en ligne sur le site du salon – à destination de la communauté de la plateforme Maison&Objet & More (MOM), offrant ainsi un pendant digital au contenu de l'édition physique du salon. Le 14 avril dernier, dans le cadre de la thématique «My Furniture is french », en partenariat avec l'Ameublement français, un « talk » a réuni le designer **Pierre Gonalons**, le directeur général du fabricant de mobilier en métal Matière Grise, **Ruben Jochimek**, et le PDG de **Canapés Duvivier Aymeric Duthoit**, invités à s'exprimer sur le thème du renouveau des savoir-faire français. Les trois intervenants ont, en quelque sorte, dressé un portrait-robot du fabricant français, héritier d'une longue et riche tradition de la création d'objets pour la maison, qui faut aujourd'hui actualiser et faire vivre pour conquérir des marchés.



*Chillienne Emile (design Guillaume Hinfray, Canapés Duvivier). Copyright Didier Delma*

## Un socle culturel et industriel

La première idée de cette table ronde, avancée par Pierre Gonalons, est que les designers et les fabricants ont un destin lié, et qu'ils n'existent pas l'un sans l'autre. « *Bien sûr, les designers ont une formation et une culture des arts décoratifs, qu'ils doivent réinterpréter avec un regard contemporain, mais ce n'est pas tout, a-t-il expliqué. En plus de créer des lignes et des formes, ils travaillent aussi en relation avec les savoir-faire de l'entreprise, un cadre qui leur donne une idée de ce qu'il est possible de faire ou pas, et de jusqu'où ils peuvent aller.* » Et ce qui caractérise le fabricant français, c'est très souvent un savoir-faire artisanal ou industriel, ancré dans l'entreprise. C'est le cas de Matière Grise : « *Notre entreprise a été créée par **Isabelle Mortreuil** à partir d'un savoir-faire existant et d'excellence dans la fabrication de pièces métalliques pour l'industrie, dans une usine implantée à Lentilly en région lyonnaise, explique Ruben Jochimek. Elle a évalué tout le potentiel qui existait pour fabriquer du mobilier, qu'elle a croisé avec le regard esthétique des designers.* » Avec le succès de cette nouvelle marque, Matière grise dispose aujourd'hui de son propre outil de production, et de tout l'écosystème de sa maison mère, à savoir des fournisseurs et des partenaires situés dans un rayon de 20 km autour de la fabrique. Et que dire de Canapés Duvivier ? La création de son activité remonte à 1840, à Usson-du-Poitou (Vienne), où sont toujours implantés ses ateliers. « *Nous revendiquons et mettons en avant nos savoir-faire et notre longue expérience dans le travail de trois matériaux, le cuir, le bois et le tissu, précise Aymeric Duthoit. À mon arrivée, les produits étaient surtout dessinés en interne, et nous avons décidé de stimuler la création, en faisant appel à des designers externes, pour moderniser les styles, et diversifier les formes. Mais nous sommes restés absolument fidèles à notre socle de savoir-faire, pour conserver une logique, une cohérence avec notre histoire.* » L'une des illustrations les plus marquantes de changement dans la continuité est le canapé Jules, signé **Charlotte Julliard**.



Vase Chou (design Pierre Gonalons, Emaux de Longwy).

## Repousser les limites des savoir-faire par le design

Mais pour faire vivre les savoir-faire, il faut de la création et du design, pour créer une image de marque. Depuis son origine, Matière Grise travaille avec des designers de renom, comme **Constance Guisset**, **Luc Jozancy**, **Tamim Daoudi**, **Reda Amalou**, ou encore le duo de jeunes designers belges **Pauline et Luis**, qui se sont familiarisés avec le travail du métal pour donner à leurs créations une vision et une fonction. « *Notre mission a été de réinventer le métal, c'est-à-dire faire comprendre qu'il est un matériau noble, et pas un matériau froid réservé au mobilier de jardin. Avec la recherche de la couleur et des textures, avec des formes créatives, nous en avons fait un véritable art de vivre* », argumente le directeur général de l'entreprise. Pour arriver à ce résultat, le tandem fabricant – designer s'est attaché à tirer le meilleur parti du matériau métal, tout en respectant une certaine tradition française du respect du détail, et de l'absence de compromis qui appauvrissent le produit.

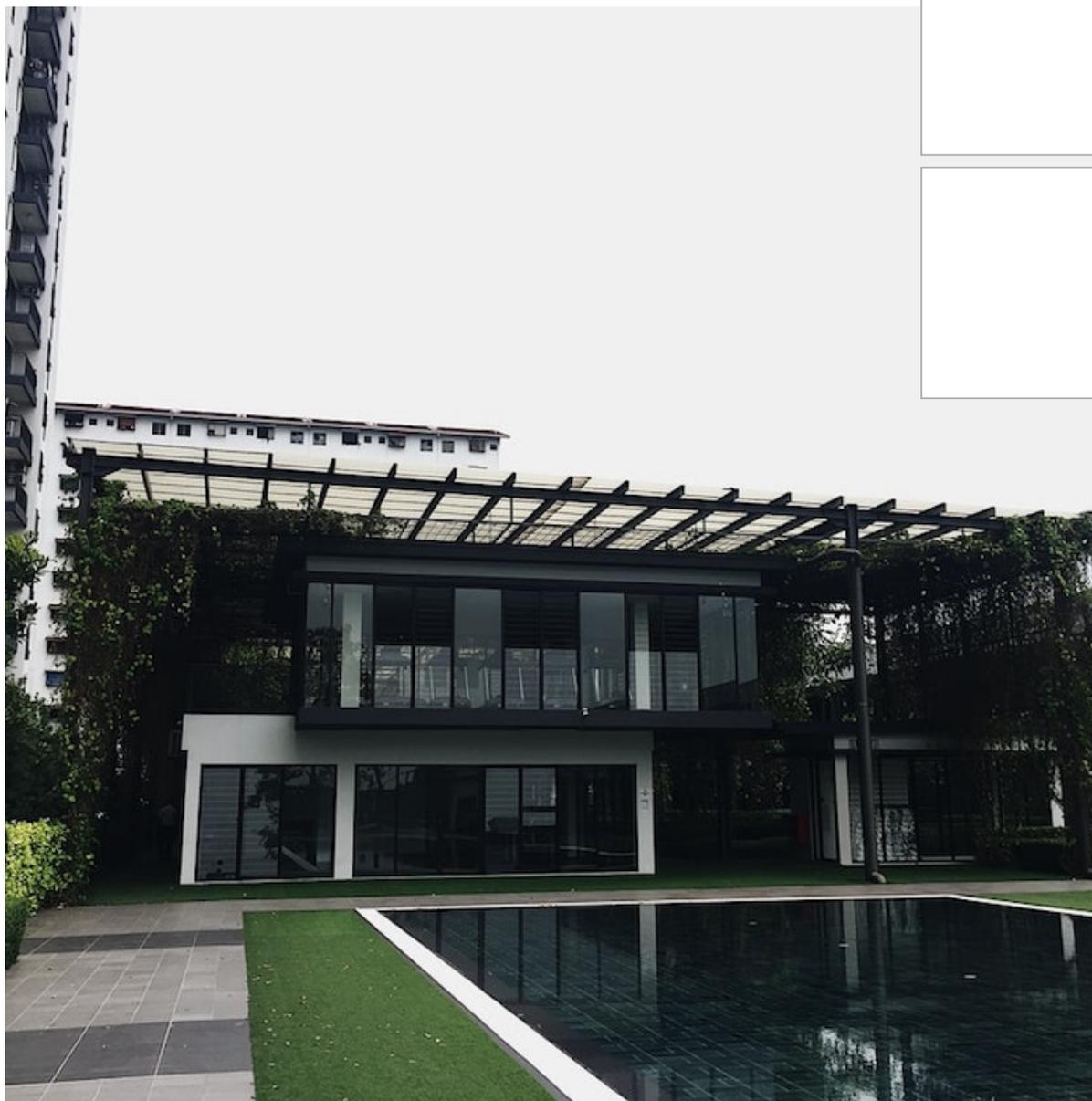
L'introduction d'une dimension design a aussi une action directe sur les savoir-faire, car le designer a pour fonction de les interroger, voire de les pousser à leurs limites, en tout cas de les faire évoluer. C'est ce qui s'est passé chez Canapés Duvivier, avec par exemple la chilienne Émile signée **Guillaume Hinfray**. « *Il s'agit d'une véritable réinvention de la chilienne, qui devient un produit haut de gamme, avec une structure en chêne massif cirée à la main, et l'incrustation d'une manchette en cuir dans l'accoudoir*, précise Aymeric Duthoit. *Cette démarche s'appuie sur nos savoir-faire traditionnels d'ébénisterie et de sellerie.* » Mais l'entreprise a aussi enrichi sa palette, avec l'ajout de la maroquinerie, à l'origine de la double surpiqûre pincée qui donne tout son charme au canapé Auguste (design Guillaume Hinfray), un produit qui symbolise bien le concept de « chic décontracté à la française » revendiqué par la marque.

Pour les deux dirigeants d'entreprises, le made in France est aujourd'hui clairement un atout, même si fabriquer dans notre pays reste un challenge, en raison des coûts salariaux élevés, qui obligent à dépasser la simple question du prix, pour proposer une valeur ajoutée qui tient précisément de l'alliage entre les savoir-faire de qualité et la création. « *Cette identité a longtemps été recherchée surtout par les acheteurs et prescripteurs étrangers, qui associaient la fabrication française avec le chic voire le luxe*, conclut Ruben Jochimek. *Mais la crise de la Covid-19 a modifié beaucoup de choses dans cette perception. Aujourd'hui, les consommateurs français sont devenus sensibles à l'origine des produits qu'ils achètent, et veulent savoir comment, par qui et où ils sont fabriqués.* » Autrement dit, les consommateurs français, qui recherchent de la proximité, et du sens pour leurs achats, redécouvrent la fabrication française. Une opportunité à ne pas laisser passer.

[F. S.]

Nous sommes fiers de vous présenter notre innovation dans le secteur des vérandas.  
C'est une grande fierté pour l'entreprise **Nao Fermetures** localisée à la Seine-Saint-Denis.  
des ambassadeurs du made in France. Grâce à notre bureau d'étude nous sommes à  
loin l'innovation et sommes en mesure de proposer un produit unique et rénové  
de véranda !

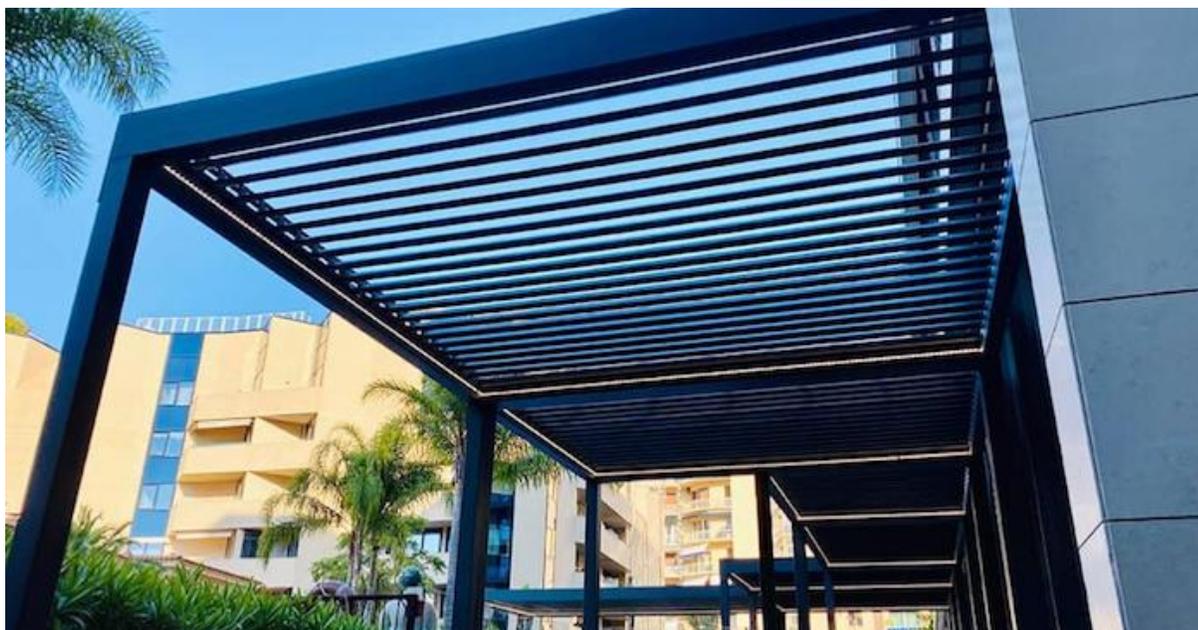
**Découvrez les avantages que ce produit innovant vous offre**



Les spécificités de notre **véranda Bioclimatique** sont dans un premier temps sa taille, en effet nous sommes aujourd'hui les seuls sur le marché en mesure de proposer une longueur maximale de 7 mètres pour une avancée maximale de 4.5 mètres !

Notre Pergola Bioclimatique est totalement évolutive, elle permet de profiter d'une terrasse tout au long de l'année quel que soit le temps ! Il est possible de fermer la pergola via des rideaux de verre, ce qui permet de donc une fermeture totale tout en ayant la possibilité d'avoir une vision totale sur l'extérieur !

**Ainsi tout au long de l'année notre véranda Bioclimatique permet une protection optimale face au vent, intempéries, poussières et soleil**



L'un des plus grands avantages est donc la création d'un espace de vie supplémentaire utilisable tout au long de l'année, apportant une luminosité et une sécurité sans égal !

Cette solution est idéale pour des particuliers mais aussi pour des professionnels tels les restaurants, les bars ou les hôtels. Transformez votre terrasse en une véritable pièce à l'extérieur. Choisissez la couleur de votre pergola et de vos accessoires pour être en adéquation avec votre espace et contribuer à votre bonheur.

**Grace à ses lames orientables parallèles ou perpendiculaire la pergola bioclimatique optimise la régulation thermique**



La **pergola bioclimatique** vous assure la meilleure aération naturelle avec la circulation de l'air. Domotique et contrôlable à distance avec une simple télécommande pour fermer ou ouvrir les lames, elle s'adapte à tous les changements climatiques. Esthétique et moderne, ce type de construction répond également à tous vos envies et tous vos projets. Pour ce qui est de l'entretien, la pergola en aluminium est très facile à nettoyer, une éponge et de l'eau peut est suffisant.

**Vous avez maintenant assez de raisons pour choisir la pergola bioclimatique**



## MATELAS

# Découvrez "Le Matelas" comme à l'hôtel de Otello

 by **Yvan**  
il y a environ 5 jours



Avoir un matelas confortable et de qualité est primordial pour se reposer après une longue journée de travail.

En raison des grandes marques de matelas qui existent sur le marché comme **Emma Matelas**, **Simba Matelas** ou encore **Hypnia**, le choix n'est toujours pas facile. Découvrez ici quelques détails sur le matelas Otello. C'est un matelas qui présente plusieurs atouts pour un sommeil paisible.

**Sommaire** [\[Masquer\]](#)

1 Présentation du matelas Otello

2 À qui s'adresse ce matelas ?

3 Composition et fermeté

4 Avantages et inconvénients

5 Tailles et prix

6 Notre avis final sur le matelas

## Présentation du matelas Otello



JUSQU'A -40% CHEZ OTELLO MATELAS

Le matelas Otello est un produit de la marque française Otello. Tous les modèles de matelas de cette marque sont imaginés par des designers français et fabriqués dans des ateliers français. Choisir le matelas Otello, c'est **opter donc pour le 100 % « Made in France »**. Frais et aéré, le matelas Otello apporte un niveau de confort très élevé et **assure un bon soutien du corps**. Il est ultra-confortable, moderne et avec des finitions élégantes.

Outre sa qualité, les certifications, la garantie et le délai d'essai ont permis Otello d'être **l'un des leaders sur le marché**.

En effet, quoi de mieux que de tester son matelas pendant 100 nuits dans des conditions optimales et sans aucun risque ? Après la livraison, vous avez donc plus de 3 mois pour tester le matelas. Si vous n'êtes pas satisfait, vous pouvez le retourner. Si vous optez pour le matelas Otello, vous profiterez également de **10 ans de garantie**. Le matelas Otello est **certifié par Oeko-Tex pour la confiance textile** et la certification sur l'absence de composé organique volatil.

## À qui s'adresse ce matelas ?

Le matelas Otello est pensé pour convenir à **tous les types de dormeurs** qui sont à la recherche d'un confort optimal. Peu importe la position que votre position de couchage, vous trouverez votre bonheur avec ce matelas. Quelle que soit votre morphologie, il vous permettra de passer des nuits douces et paisibles.

## Composition et fermeté

Le matelas Otello présente de belles caractéristiques. En effet, il est composé :

- d'une mousse technologique Cloud touch® (4 cm) : Sa particularité est qu'elle offre un sommeil bienfaisant tout en absorbant l'humidité ;
- de couche de haute densité qui épouse les contours du corps ;
- d'une mousse de haute résilience : elle offre une relaxation complète, assure la stabilité et la longévité au matelas ;
- de ressorts : Au milieu, le matelas Otello dispose de 740 robustes ressorts encastrés de 15 cm. Ces ressorts permettent de limiter l'impact des roulements.

Le matelas Otello a un **côté souple et un côté ferme**. Sur la face ferme du matelas, une mousse haute de 40 kg/m<sup>3</sup> de densité garantit une assise robuste, résistante et confortable.

## Avantages et inconvénients

Doté de ressorts, le matelas Otello offre une **meilleure ventilation et un meilleur confort**. L'un de ses avantages est qu'il possède deux faces. Vous pouvez dormir sur le côté souple ou choisir de dormir sur le côté ferme.

Un autre avantage est que le matelas Otello **résiste aux bactéries et aux acariens**. Les certifications, les 100 jours d'essai et la garantie de 10 ans sont également des avantages du matelas Otello. Aussi, faut-il dire que le matelas Otello est très **facile à entretenir**. Il respecte des normes environnementales.

## Tailles et prix

Le matelas Otello est proposé en six (6) tailles.

En effet, à chaque taille de matelas correspond un prix précis.

- Le matelas 90x190 coûte 549 euros.
- Le matelas 140x 190 est vendu à 699 euros.
- Le matelas Otello 140x200 est au prix de 699 euros.
- Enfin, le matelas Otello 160x200 est à 799 euros et celui 180x 200 à 999 euros.

JUSQU'A -40% CHEZ OTELLO MATELAS

## Notre avis final sur le matelas

Le matelas Otello est un produit de bonne qualité. Il s'adapte bien aux contours du corps et **participe à la réduction des points de pression**. Le matelas Otello convient à tout le monde. De plus, son prix réduit qui est accessible à presque toutes les bourses est l'un de ses points forts.

Enfin, pour vous faire votre propre opinion, n'hésitez pas à consulter également **cet avis sur Otello Matelas** sur ce site spécialisé.

# Des matelas abordables et Made in France

la rédaction en partenariat avec Neorev 27 avril 2021 mis à jour le 27 avril 2021

Nous rêvons tous de pouvoir consommer le plus localement possible. Cet idéal est souvent freiné par les prix des produits fabriqués sur le sol hexagonal. Certaines entreprises ont pourtant trouvé des solutions pour allier qualité française et prix abordables.



C'est le cas de l'entreprise Neorev, créée par Gérard et Fabien Bully, père et fils. Neorev est un fabricant de matelas qui s'est donné pour objectif de permettre à tous les français de se sentir mieux dans leurs lits. La valeur ajoutée de Neorev : proposer des produits éthiques, de qualité, à des prix attractifs. Fabien vous explique comment tout cela a été rendu possible.

## Racontez-nous comment tout a commencé ?

Neorev, c'est une histoire de famille qui vient de fêter son onzième anniversaire. En 2010, mon père et moi décidons de nous associer et de nous lancer dans la fabrication de matelas Made in France en **circuit court**. En bref, nos matelas passent directement de notre usine à la chambre du client !

En supprimant tous les intermédiaires, nous sommes capables de proposer des matelas de qualité supérieure, fabriqués localement, à un prix abordable. Nous avons ainsi simplifié au maximum le processus de fabrication des matelas en gardant un niveau de confort maximal. Nous collaborons avec le secteur de l'hôtellerie, ce qui illustre le degré de confort de nos matelas.

## Quelle est la philosophie de la marque ?

Neorev est une entreprise familiale qui met l'humain au cœur de son projet de réussite : aussi bien nos clients, que nos employés et nos fournisseurs.

Notre entreprise se situe à 30 kilomètres de Lyon et nos fournisseurs aux alentours. Nous avons choisi de travailler le plus localement possible. Cette proximité nous permet à la fois de gagner du temps, mais aussi d'avoir une production française et européenne répondant à des hauts standards de qualité.

Il nous tient à cœur que nos salariés se sentent bien dans notre entreprise, pour cela, nous sommes à l'écoute de leurs besoins. Nous avons mis en place des horaires aménagés pour certains employés, du covoiturage et nous avons une salle de repos au sein de l'entreprise. La valeur de bienveillance est essentielle à nos yeux. Nous souhaitons tisser une relation à long terme avec nos employés pour qu'ils se sentent partie intégrante de notre succès.

Enfin, en tant qu'usine industrielle, il était important pour nous d'avoir le moins d'impact possible sur l'environnement. Nous limitons au maximum la production de déchets et les transports inutiles. Comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons développé une politique de covoiturage permettant des ramassages de nos employés. Puis nous avons pollinisé les alentours de l'entreprise.

### **Pouvez-vous nous présenter votre produit emblématique et ses nombreux avantages ?**

Chez Neorev, nous avons conscience que choisir un matelas est souvent un vrai défi, notamment sur internet. Pour répondre à cette difficulté, nous avons eu l'idée de concevoir un matelas pouvant convenir à toutes les morphologies.

Le **matelas universel/unique Mon Cocon** est un matelas innovant d'excellente qualité. Constitué de trois épaisseurs, il réunit tous les atouts indispensables pour bien dormir : une mousse Haute Densité de 40 kg/m<sup>3</sup> pour un bon soutien du corps, de la mousse viscoélastique à mémoire de forme de 50 kg/m<sup>3</sup> pour un confort ergonomique et une mousse Hypersoft Haute Résilience de 55 kg/m<sup>3</sup> ultra respirante qui, en plus d'offrir un effet cocooning au coucher, absorbe l'humidité liée à la transpiration pour vous assurer un bien-être optimal été comme hiver.

Le matelas universel Mon Cocon dispose d'une housse en jersey stretch amovible lavable en machine. Le matelas Mon Cocon est 100% français. Il a été pensé, conçu et fabriqué en France, dans notre usine lyonnaise.

### **Quels sont vos engagements ?**

Tout simplement, faire bénéficier à nos clients de la meilleure qualité au meilleur prix et dans des délais défiant toute concurrence.

Nous offrons à nos clients l'assurance d'un matelas confortable et durable : nos clients ont la possibilité de se rétracter après une période de 31 nuits. Si le matelas ne leur convient pas, ils sont remboursés et nous venons récupérer le matelas que nous donnons ensuite à une association telle que Notre-Dame des sans-abris. Nos matelas sont garantis 10 ans et certifiés par les labels CertiPUR et Oeko-tex.

Enfin, parce qu'il nous arrive d'avoir des petits loupés, des produits légèrement abîmés au moment de la production ou du transport, nous avons eu l'idée de les vendre à des prix très attractifs. Là encore l'idée est de donner une seconde vie au matelas, d'éviter les stockages et les déchets inutiles. Notre gamme *Les grognons* nous permet de mettre en place un système d'économie circulaire.

### **Un mot pour conclure ?**

Neorev est en train de se développer pour mettre en place un réseau de franchises. Notre volonté est d'offrir à travers la France nos matelas de qualité au prix que nous proposons sur Internet.

En parallèle, nous avons créé une seconde marque écologique, Nuit de coton, qui offre des **matelas éco responsables** conçus à base de matières naturelles, comme la mousse à mémoire de forme à base d'huile naturelle de soja Bio, le latex Bio 100 % naturel ou encore

## la fibre naturelle de coco Bio.

ECONOMIEOPÉRATIONSCHINE ECO

# DUVIVIER CANAPÉS : DE FORTES AMBITIONS DE DÉVELOPPEMENT EN CHINE

En partenariat avec China Radio International Le 31/03/2021 à 14:00



Fondé en 1840, Duvivier Canapés conçoit, fabrique et commercialise des canapés, fauteuils et du mobilier haut de gamme. Fort d'un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros et d'une présence dans 80 points de vente dont la moitié à l'étranger, l'entreprise compte accélérer son développement à l'international. Dans son viseur, la Chine, qui représente déjà 5% de son CA.

Le marché chinois, friand du mobilier de luxe français ? Déjà présente dans l'Empire du Milieu depuis de nombreuses années, la Maison Duvivier Canapés se distingue de la concurrence en proposant des meubles d'exception, de fabrication française, alliant richesse des matières et excellence artisanale.

Selon Aymeric Duthoit, Président de Duvivier Canapé, *“il y a une appétence en Chine pour le made in France haut de gamme, et nous travaillons (...) sur deux territoires, à Peking et à Shanghai, avec des distributeurs qui sont très attirés par le savoir-faire à la française.”* Et si ces arguments font déjà mouche auprès du public, la société souhaite continuer à développer son activité sur ce territoire, en participant notamment à des salons et en s'engageant sur une production plus écoresponsable. *“Le rebond du marché en sortie de crise post anti-covid est extrêmement important”* ; les opportunités de croissance le sont donc également.

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

En partenariat avec China Radio International

---



## Le Matelas niçois, l'hyper local au coeur du processus de fabrication

Par Valérie Noriega -- le 20 avril 2021

**Entièrement fabriqué à Nice, Le Matelas Niçois prouve que qualité, souci du détail, modernité et démarche environnementale peuvent être au coeur d'un projet ambitieux, pérenne et viable. Il symbolise le fait-main 100 % niçois et apporte une réponse pertinente à une véritable demande.**

Le « made in France » est aujourd'hui « le » critère d'achat privilégié des Français. Les chiffres le prouvent : 91 % des personnes interrogées (*sondage IFOP août 2018*) trouvent important le fait qu'une entreprise indique que ses produits ont été fabriqués en France et 86 % pensent que c'est la garantie d'un produit élaboré selon des normes sociales respectueuses des salariés. La marque d'origine régionale, comme le « Made in Côte d'Azur », est un plus.

En lançant Le Matelas Niçois, leur marque digitale, **Juliane Costes et Julien Bounicaud** vont encore plus loin et parient sur du fait-main et sur de « l'hyper local » pour un produit indispensable à notre bien-être. De la qualité de nos nuits dépend en effet celle de notre vie quotidienne.

## Une sélection rigoureuse des matières premières

**Chaque pièce estampillée « Le Matelas Niçois » voit le jour à Nice, dans le quartier de la Lauvette.** C'est là, dans le secret d'un atelier de 400 m<sup>2</sup>, que des maîtres-artisans mettent leur savoir-faire au service de notre sommeil. À l'instar des maîtres-horlogers suisses (réputés pour leur expertise et leur précision), ils suivent, une à une, toutes les étapes de fabrication d'un matelas, de la découpe des plaques de mousse et des tissus jusqu'à l'emballage.



La mousse vient de Troyes, dans l'Aube. DR

Ici, on privilégie la production raisonnée - les matelas sont fabriqués à la commande donc plus de stockage -, les fournisseurs français, les circuits courts - synonymes d'une empreinte carbone égale à 0 - et l'emploi local.

L'origine des matériaux par exemple répond à une sélection très pointue :

- La mousse vient de Troyes, dans l'Aube.
- Les fermetures éclair, les curseurs et les fils... de Lille, Roubaix et Tourcoing, dans le Nord.
- Les étiquettes, de Saint-Etienne, en région Auvergne-Rhône-Alpes.
- L'emballage, de Clermont-Ferrand, dans le centre de la France.

Petit clin d'oeil à Nice – située dans l'extrême sud-est de la France – le curseur de la fermeture éclair, une fois fermée, se trouve lui aussi en bas à droite du matelas. Parce que la personnalisation reste la plus belle expression du respect envers le client en même temps que la marque de fabrique du Matelas Niçois, chaque pièce produite porte la signature de l'artisan qui l'a assemblée.

## Une réelle culture du service

Si Le Matelas Niçois reste une création toute récente, née en 2021, l'expertise qui s'y rattache est bien plus ancienne et s'appuie sur des années de professionnalisme de ses dirigeants, qui sont également aux commandes de **La Maison de la Mousse**, une institution niçoise.

Engagés et possédant une vision à long terme, passionnés mais rigoureux, soucieux de garder l'humain au coeur de leur projet, **Juliane Costes et Julien Bounicaud**, tiennent à offrir à leur clientèle, outre un matelas de qualité, au prix du marché, un service 100 % efficace et sur mesure.

- Une relation client privilégiée, sans intermédiaire. On ne parle pas à un vendeur mais directement au fabricant
- Un contact en temps réel grâce à une ligne téléphonique directe et à une ligne WhatsApp dédiée



Une signature Made in Côte d'Azur ! DR

- Des matelas à tester dans le showroom du N°2 de la rue Barla à Nice et dans un avenir proche, dans des pop-up stores, un peu partout en France
- Un délai de livraison très compétitif : entre 1 et 5 jours ouvrés en région Sud dès validation de la commande et entre 10 et 15 jours dans le reste de la France
- Déjà en place à Nice et à venir très prochainement partout dans

l'Hexagone : un rendez-vous organisé en amont avec la collectivité territoriale pour que le client soit (s'il le souhaite) débarrassé de son ancien matelas à l'heure où Le Matelas Niçois lui est livré

• Le petit + : Le Matelas Niçois est livré avec son certificat de fabrication au nom du matelassier qui l'a réalisé. Un certificat très respectueux de l'environnement, puisqu'il se présente sous la forme d'un papier ensemencé, donc appelé à fleurir.

**Le Matelas Niçois a créé 2 rendez-vous réguliers avec sa communauté :**  
Le vendredi : « Se coucher encore plus malin avec LMN »  
Le dimanche : « Les tips de Mamie ».

*Visuel de Une : avec le matelas niçois vos nuits ne seront plus jamais les mêmes ! Paroles des créateurs Juliane Costes et Julien Bounicaud ! DR*

## Kit Vulcain propose une salle de bains clé en main

Publié par  [Zepros News](#)

27/04/2021 11:50 - la dernière mise à jour 27/04/2021 11:50



**Kit Vulcain Industries a récemment lancé une nouvelle activité baptisée « Polykit ». Il s'agit d'une solution Made In France et 100% opérationnelle pour créer rapidement et simplement une salle de bain design, robuste et facile d'entretien. L'objectif est de réduire les coûts d'installation et de respecter les détails, tout en préservant les marges des professionnels.**

Selon l'Agence Nationale de l'Habitat (Anha), l'année 2020 a été marquée par une accélération de la rénovation des habitats privés : **247 323 logements ont été rénovés, ce qui représente une hausse d'activité de + 58,8%**. Une situation qui s'explique par le contexte actuel. À cause de la pandémie de Covid-19 et des mesures sanitaires, les Français passent de plus en plus de temps chez eux. Ils sont donc tout naturellement en recherche de confort et de bien-être.

**Parmi les pièces rénovées en priorité, il y a tout naturellement la salle de bains.** Cette pièce centrale dans la vie des familles est loin d'être à la hauteur des attentes de nos compatriotes : seulement 58% des Français déclarent s'y sentir tout à fait détendus (source : **"Les Français et leur salle de bains"**, étude réalisée en 2017 par l'Ameublement Français). Ils sont ainsi 20% à se plaindre du manque de place, et les autres critiques portent essentiellement sur le manque de rangement. Dans le même temps, nombreux sont ceux qui souhaitent supprimer leur baignoire, s'équiper d'une douche plus moderne, transformer leur lavabo pour intégrer un meuble de rangement...

Pour les professionnels du secteur (plombiers, entreprises de construction et rénovation immobilière, professionnels de la déco...), il y a toutefois un défi de taille pour répondre à leurs attentes : **trouver des solutions "faciles à vivre" et économiques, qui permettent de réduire les coûts d'installation et de respecter les délais, tout en préservant leurs marges.** C'est pour les aider à relever ce défi que **Kit Vulcain Industrie** lance **la gamme Polykit**. Elle inclut : les cabines douches, les parois et habillages muraux, les meubles, les coffres bati et les receveurs de douche.

Fort de son expertise de plusieurs années dans la conception de kits de plomberie et la fabrication de sanitaires pour l'usage collectif (campings, base de loisirs, collectivités, écoles, piscines etc.), l'entreprise Kit Vulcain Industrie a développé **une nouvelle gamme de douches autoportées et d'aménagements de salles de bains individuelles**. *« Nous avons développé une solution 100% fonctionnelle et personnalisée qui simplifie le quotidien des professionnels et des usagers : innovante, facile à poser et à entretenir, elle est aussi très esthétique »*, explique Jacques Grison, le fondateur.

## Facilité d'entretien et d'installation

Le montage est **rapide, facile et sans perçage** ce qui permet de tenir les délais du chantier et donc d'éviter les frais importants générés par les retards. De plus, **les coûts d'installation sont réduits au maximum**. Par exemple, les douches sont autoportées et ne nécessitent pas la pose de faïence ou de carrelage. *"Il n'y a donc pas besoin d'attendre qu'un artisan carreleur soit disponible et que les joints sèchent, ce qui diminue d'autant la durée de réalisation du chantier"*, souligne Kit Vulcain.

**La cabine de douche est 100% étanche**, grâce à un système d'assemblage unique, et n'utilise pas de joints. Les parois en verre et les portes reçoivent un traitement anticalcaire. Les panneaux sont traités antibactériens et sont faciles à nettoyer.

Kit Vulcain propose aussi la **personnalisation de ses produits**. Il y a ainsi plus de 30 coloris disponibles mais aussi, selon les modèles, un large choix de configurations possibles (taille, disposition, accessoires...). L'entreprise souligne également le fait que ses produits sont fabriqués en France près de Nantes, au siège de la société.

MADE IN FRANCE

# LA SOCIÉTÉ «LE MATELAS NIÇOIS» S'INQUIÈTE DU SOMMEIL DU COUPLE PRÉSIDENTIEL

Par Sébastien Mansour - Mis à jour le 06/04/2021 à 11:24

Publié le 06/04/2021 à 11:24



La société

"Le Matelas Niçois" conçoit et fabrique des couchages 100% français[DR]

«Le matelas niçois», entreprise qui conçoit et fabrique des lits 100% «made in France» propose au Président de la République et à son épouse de leur offrir l'un d'eux «pour finir le mandat».

Le chef de l'État et sa femme assis sur un lit, avec le Palais de l'Élysée en arrière-plan. Depuis quelques jours, le photomontage amuse les internautes sur Instagram, Twitter et les autres réseaux sociaux. «Cette offre est totalement bienveillante, explique Ségolène Resson, la responsable marketing de la toute jeune entreprise "Le Matelas niçois" qui emploie quatre salariés, à l'est de la capitale azurée. Avec toutes les décisions importantes et parfois impopulaires

qu'Emmanuel Macron doit prendre, il a besoin d'un sommeil de qualité». En moyenne, un Français passe entre 25 et 27 ans de sa vie à dormir.

## «LES ENTREPRISES FRANÇAISES PEUVENT ÊTRE INNOVANTES ET COMPÉTITIVES»

Cette démarche est aussi destinée à attirer l'attention du président de la République et du grand public sur cette entreprise Tricolore née il y a tout juste un an. «Tous nos fournisseurs sont français et nos matelas sont fabriqués dans notre atelier du chemin de la Lauvette, insiste Ségolène Ressort. Notre mousse vient de Troyes, nos étiquettes sont imprimées à Saint-Etienne, nos fermetures éclair viennent de Roubaix et nos emballages sont produits à Clermont-Ferrand. Et au final, nos produits ne sont pas plus chers que leurs concurrents fabriqués à l'étranger. C'est la preuve que les entreprises françaises peuvent être innovantes et compétitives».

L'entreprise envisage désormais d'offrir un matelas au ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance Bruno Le Maire qui promeut le «made in France» et la relocalisation.

# Le Matelas Niçois, un matelas 100% made in Côte d'Azur



Julien Bounicaud et Juliane Costes testent leur matelas.

Entreprises

Mardi 13 avril 2021 à 15h28

**Depuis janvier 2021, Nice accueille un nouvel atelier de confection de matelas made in France. La marque digitale Le Matelas Niçois, répond à des critères de qualité tout en se souciant de l'environnement.**

Un pari gagné avec succès. La marque digitale Le Matelas Niçois se développe depuis le début de l'année 2021 en prônant des valeurs françaises et attentives à l'environnement. Marque digitale ? Comprenez vendue exclusivement sur le net. Depuis le début de l'aventure, une quinzaine d'unités ont déjà été écoulées, dont 6 depuis le 1<sup>er</sup> avril, date du réel lancement de la communication.

Le made in France, une vraie tendance ? D'après une étude de l'IFOP de 2018, 91% des Français ont plus confiance en une entreprise qui indique la provenance des produits, et 86% en déduisent que les salariés évoluent dans des conditions normales et respectueuses. Coup double quand la marque est d'origine régionale, un autre aspect rassurant...

***"Nous avons voulu créer une marque forte sur la Côte d'Azur"***

Juliane Costes et Julien Bounicaud ont créé le Matelas Niçois en surfant sur ce nouveau marché du fait-main et de "l'hyper local". Déjà aux rênes de la Maison de la Mousse à Nice, réputée pour ses produits sur-mesure, ils possèdent maintenant un atelier de 400m<sup>2</sup> à La Lauvette, dédié aux tailles standards.

N'est pas artisan matelassier qui veut. Le savoir-faire français (et niçois !) en la matière est comparé et comparable à celui des maîtres-horlogers suisses dans la précision, la qualité et la modernité des ouvrages. Les artisans suivent de près tout le processus de production jusqu'à son emballage. Deux ans de recherche ont été nécessaires pour proposer les trois premières gammes de Matelas Niçois : pour les bébés, les ados/d'appoint et pour les adultes. Les tailles et les prix varient en fonction. Des prix qui restent compétitifs grâce à la digitalisation des ventes. *"Le fait de se passer des réseaux de distribution permet de proposer aux clients des tarifs abordables (685€ livraison comprise). Le made in France revient plus cher, alors il faut trouver des solutions adaptées."* précise Julien Bounicaud.

En termes d'environnement, le Matelas Niçois s'engage à générer une empreinte carbone proche de 0 grâce aux circuits courts. Mousse de Troyes, fermetures éclair, fils et curseurs de Lille, étiquettes de Saint-Etienne et emballage de Clermont-Ferrand, Nice quant à elle se cache dans le détail : le curseur, une fois la fermeture éclair fermée, se retrouve en bas à droite du matelas... comme Nice sur la carte de France. Juliane Costes et Julien Bounicaud donnent aussi une place importante à la personnalisation et chacune des conceptions est signée par le fabricant.

## Transparence et proximité au cœur de la stratégie

Grâce à ses cinq collaborateurs, l'entreprise niçoise propose un service en adéquation avec sa démarche de qualité. Les contacter via WhatsApp revient à discuter avec l'un des fabricants. *"Nous préférons rester en direct avec le client et qu'il soit en relation avec un artisan et non avec un simple vendeur"* précise Julien Bounicaud. Il est également possible d'essayer les matelas au 2 rue Barla à Nice et bientôt en mode pop store partout en France.

Etre 100% digital ne veut pas dire faire l'impasse sur les services : livraisons rapides, notice de production en "papier ensemencé", prêt à être planté (*"il suffit de jeter le papier dans la terre et des fleurs des champs apparaissent un peu partout"* s'amuse Julien Bounicaud), le Matelas Niçois est aussi présent sur les réseaux sociaux et propose chaque vendredi et dimanche ses anecdotes et conseils pour mieux dormir, et ouvre volontiers les portes de son atelier à la clientèle. *"Nous sommes vraiment transparents, nous n'avons rien à cacher, surtout que nous sommes fiers de produire local."*

 Olivia Paya  
Publié par  
Olivia Paya

# Ligne Roset, designé pour vendre

Publié par Laure Trehorel le 29 avr. 2021 | Mis à jour le 30 avr. 2021 à 13:55



Traversant les années et les épreuves, la marque de mobiliers française Ligne Roset assoit son succès sur des produits de qualité, mais aussi sur une politique commerciale solide, particulièrement appréciable en temps de crise.

[Je m'abonne](#)

S'adapter et anticiper, voilà ce qui a aidé Ligne Roset à traverser un début d'année 2020 particulièrement difficile. Exemple avec les showrooms virtuels, visites en 3D d'espaces de vente bien réels, augmentés d'une version réalité virtuelle pour les internautes équipés de lunettes adéquates. *"Ces showrooms ont été pensés avant la crise. Mais leur usage par les internautes est particulièrement pertinent en ces temps où les gens passent davantage de temps que d'ordinaire derrière leurs écrans et dans leurs intérieurs"*, atteste Antoine Roset, directeur marketing de Ligne Roset.

Autre élément déterminant dans le rebond commercial de la marque après la crise : sa stratégie à l'international, qui remonte à 1967, avec les premières ventes en Allemagne. Avec environ 70% de son CA réalisé à l'export, Ligne Roset a pu maintenir un minimum d'activités : *"L'Asie ayant été touchée en premier par la crise, elle a connu une reprise dès avril 2020, au moment où le marché français était quasiment au point mort du fait du confinement"*, souligne Antoine Roset. Ce qui a permis à la marque de limiter la casse au moment où les ventes se sont sclérosées en France et en Europe.



## Suivre la cadence des ventes

"Depuis la réouverture des magasins, les Français ont redécouvert un intérêt pour leur maison. Une nouvelle donne à laquelle nous avons dû nous adapter", raconte Eric Rennesson, directeur du réseau des magasins intégrés. Alors qu'en deux mois de confinement, Ligne Roset a vu son chiffre d'affaires chuter de 15 à 20%, les mois suivants voient les commandes s'accélérer d'un seul coup, rattrapant aujourd'hui quasiment le retard cumulé. *"Des variations brutales de la demande auxquelles notre système de production n'était pas prêt"*, confesse Eric Rennesson qui précise : *"Nos délais de livraison ont été allongés à six mois, contre deux ou trois en temps normal..."*

## Les chiffres du secteur

Le marché du meublant, siège et jardin, pesait 7,5 milliards d'euros TTC en 2019. Le mobilier à usage domestique représente à lui seul les deux tiers de la production française (63% selon l'INSEE). La majeure partie de cette production est réalisée par des industriels de l'ameublement français dotés, soit d'outils de production très capitalistiques (meubles à base de panneaux), soit d'usines à fort besoin de main d'oeuvre (siège, literie). Ces industriels du meuble domestique font face à une distribution française très concentrée, puisque les ventes de 70% des volumes du marché français sont assurées par quatre distributeurs seulement.

C'est là la contrepartie que doit accepter le client pour avoir un produit fabriqué en France, artisanal et à la demande, puisque chaque meuble est façonné à partir des choix personnels du client : tissus, couleurs etc. *"Nous sommes en phase de recrutement, notamment de tapissiers et de couturiers...Mais il faut 6 à 8 mois avant qu'ils soient opérationnels"*, précise Eric Rennesson. Une situation exceptionnelle, et la marque joue franc-jeu avec ses clients : *"Les vendeurs abordent d'emblée la question des délais. La plupart des clients comprennent, d'autres non. Nous essayons d'apporter des solutions alternatives, comme la vente de modèles pré-commandés ou déjà en stock chez les points de vente"*, soutient encore Eric Rennesson.

## De nouvelles pratiques commerciales

Après le premier confinement, une fois les points de vente autorisés à rouvrir leurs portes, la marque s'interroge sur les modalités de reprise du business. *"Nous avons opté pour la mise en place de rendez-vous de ventes privées"*, déclare Antoine Roset. Dès le mois de juin, les magasins réservent le créneau de 10h à 12h pour des ventes en one-to-one, sur rendez-vous, tandis que l'après-midi, le point de vente reste ouvert au grand public.



Si tous les magasins ne sont pas concernés, notamment les points de vente indépendants et multimarques, qui préfèrent parfois ouvrir aux horaires normaux, cette nouvelle initiative plaît, tant et si bien qu'elle est maintenue dans le temps. *"Cela rassure le client du point de vue sanitaire. Et, par ailleurs, il apprécie particulièrement ce moment commercial privilégié avec le vendeur"*, souligne Antoine Roset. Et puis, du côté des points de vente, *"certains réalisent jusqu'à 30% de leur chiffre d'affaires sur ces créneaux privés"*, indique Eric Rennesson. Un phénomène confirmé par Jonathan Four, responsable du magasin Ligne Roset Saint-Antoine à Paris : *"Ces rendez-vous commerciaux fonctionnent très bien. Les clients apprécient d'avoir le magasin rien que pour eux, et cela génère des ventes additionnelles."*

En parallèle, les ventes en ligne se développent de plus en plus chez Ligne Roset, bien qu'elles ne représentent encore qu'un pourcentage minime du chiffre d'affaires de la marque, environ 5%. *"Les ventes e-commerce ont augmenté pendant le premier confinement, du fait de la fermeture de nos points de vente"*, assure Marc-Antoine Breziat, directeur commercial et marketing de Ligne Roset. Et celui-ci d'ajouter : *"Cependant, l'e-shop représente davantage un complément aux ventes physiques ; souvent, les clients prennent les premières infos en ligne, configurent leurs modèles, puis réalisent l'achat en point de vente."*

Dans tous les cas, la boutique en ligne de Ligne Roset n'entre pas en concurrence avec le réseau physique : *"Chaque vente réalisée en ligne est attribuée au concessionnaire dont la localisation est la plus proche de celle du client, et est commissionné en conséquence"*, précise encore le directeur commercial.

### 3 Questions à...

**Estelle Rimbault, architecte d'intérieur principal chez Meubles Darnault, ébéniste et revendeur de meubles à Saint-Gervais-la-Forêt (Loir-et-Cher)**

**Vous êtes revendeur multimarques. Pourquoi avoir intégré Ligne Roset dans votre boutique ?**

Nous travaillons avec la marque depuis 2006, avec un espace dédié. Nous souhaitions alors proposer des meubles de l'univers contemporain. Notre choix s'est porté sur Ligne Roset car, en plus de la qualité et du style des produits, nous sommes sensibles à ce qu'ils soient fabricants français. Par ailleurs, la notoriété de la marque nous est bénéfique, et nous avons ainsi acquis une nouvelle clientèle.

**Quelle est la nature de vos relations commerciales ?**

Nous trouvons particulièrement intéressante la politique de réseau menée par Ligne Roset. Nous nous réunissons plusieurs fois par an avec les directions d'autres points de vente, afin d'échanger sur nos expériences respectives. Des responsables régionaux nous visitent aussi régulièrement pour faire le point sur les nouveautés et les affaires. Par ailleurs, étant magasin premium, nous bénéficions d'attentions et de services spécifiques, comme des rencontres avec les designers, ou encore l'accompagnement de l'un de leurs architectes d'intérieur lorsque nous avons réalisé des travaux de réaménagement.

**Quel est votre degré d'indépendance par rapport à la marque ?**

Nous respectons leur charte graphique, et Ligne Roset réalise la partie de vitrine dédiée à leurs produits. En tant que revendeur, nous sommes indépendants. Nous choisissons les modèles, les tissus... Mais ils restent à notre écoute, et nous échangeons des informations business

## Un an après sa reprise, Dunlopillo lance une marque digitale

Le président du groupe Finadorm, repreneur de l'entreprise il y a un an, a présenté ce mercredi 24 mars un projet industriel de 2,5 millions d'euros.

Par Lucile Giroussens - 1 avril 2021

Il y a un an, l'entreprise de fabrication de matelas Dunlopillo, en redressement judiciaire, était reprise par le groupe aveyronnais Finadorm. Ce mercredi 24 mars, son président Jean-Rémy Bergounhe présentait à la présidente de la Région, Valérie Pécresse (Libres!), son plan d'investissements de 2,5 millions d'euros pour l'usine limayenne, qui emploie actuellement 90 personnes. Un plan tourné notamment vers la commercialisation d'une marque entièrement digitale, pour laquelle il a reçu une aide régionale de 800 000 euros.

Dunlopillo ayant connu des années difficiles, le président de Finadorm se montre plutôt confiant. « On a attaqué le sujet en créant rapidement des gammes chez Dunlopillo pour monter en gamme, on a travaillé aussi les charges, et on a réussi à relancer, enfin on est en cours mais ça va être une réussite, assure-t-il. [...] On s'appuie sur la marque et les compétences de gens qui ont envie de sortir de cette période. » Quatre emplois ont ainsi été créés en un an, dont celui d'un directeur digital, l'objectif est d'arriver à « 30 en trois ans », poursuit le président.

« On s'est interdits de faire une journée de grève, il fallait travailler la séduction, rappelle un représentant de la CGT du contexte de la reprise par Finadorm. [...] Ce qu'on essaie de faire c'est aider Jean-Rémy Bergounhe à développer son activité et plus il développe son activité, plus il embauche du monde. » Le plan d'investissements de 2,5 millions d'euros prévoit notamment l'achat d'une ligne de fabrication complémentaire et d'une ligne d'assemblage de sommier, mais surtout le développement d'une gamme entière disponible à l'achat sur internet, baptisée Woozbed, pour un coût d'1,2 million d'euros.



« On s'appuie sur la marque et les compétences de gens qui ont envie de sortir de cette période », lance Jean-Rémy Bergounhe, président de Finadorm.

« On s'adresse à une clientèle qui est plutôt sensible à ce genre de marque, on n'a pas voulu que ce soit Dunlopillo pour ne pas déstabiliser nos clients, précise Jean-Rémy Bergounhe. Dans un premier temps on va la développer exclusivement sur le web et dans un second temps l'implanter en magasin, avoir des relais. »

Valérie Péresse a, elle, évoqué une entreprise « iconique » de la vallée de Seine : « On a voulu mettre 800 000 euros parce que souvent les politiques mettent de petites aides et avec de petites aides on fait des petits projets et nous on voulait aider le projet à démarrer. [...] Nous on est très heureux de cette histoire Dunlopillo qui se termine bien [...]. La rencontre entre un entrepreneur militant du Made in France et des salariés qui avaient vraiment envie de sauver l'entreprise et les collectivités qui étaient derrière pour aider à la modernisation de l'outil, je pense que c'était le cocktail gagnant. »

# AZENCO : LE SPÉCIALISTE DES ABRIS DE PISCINE FABRIQUÉS EN FRANCE

En partenariat avec OpenMedias Le 10/05/2021 à 9:00



Spécialisé dans la conception d'abris et volets de piscine ainsi que dans les aménagements extérieurs de la maison, le groupe Azenco fabrique l'ensemble de ses produits directement depuis son usine française. Une production de haute qualité entre élégance du design, innovation et qualité irréprochable.

Fondée en 2011, l'entreprise s'est rapidement installée en 2012 en région toulousaine pour pouvoir développer son activité dans de plus grands locaux, avant d'acquérir en 2015 une entreprise de volets de piscine pour diversifier sa gamme de couverture de piscine.

En 2019, le groupe **Azenco** rejoint la célèbre enseigne Akena, lui permettant de s'imposer durablement comme le numéro deux français sur le marché de l'abri de piscine.

## Des abris de piscine innovants et au design soigné

À travers la conception de volets et **d'abris de piscine**, l'entreprise Azenco gère l'ensemble de la chaîne de production.

*"Notre objectif est de proposer des produits made in France de grande qualité qui sont le fruit d'une innovation constante. Nos abris de piscine ont une structure et des renforts en aluminium. C'est justement cette qualité et ces finitions techniques qui nous permettent aujourd'hui de nous démarquer sur ce marché, en garantissant une qualité optimale pour le client final",* explique à ce sujet Julien Rivals, Directeur Opérationnel de l'entreprise.

Grâce à son précieux savoir-faire, la société souhaite développer toute une gamme d'abris et volets à la fois design et esthétiques, entièrement adaptables selon le type de piscine.

## Des aménagements extérieurs pour la maison

Avec le même souci du détail, l'entreprise propose également des aménagements extérieurs tels que des pergolas bioclimatiques pour profiter de sa terrasse tout au long de l'année, ainsi que différents abris de voiture (Carport).

*"Si l'entreprise est ce qu'elle est aujourd'hui, c'est avant tout grâce au travail assidu et aux valeurs de nos 150 collaborateurs, hommes et femmes, situés en région toulousaine",* conclut Julien Rivals.

*Ce contenu a été réalisé en partenariat avec OpenMedias. La rédaction de BFM Business n'a pas participé à la réalisation de ce contenu.*

# Duvivier Canapés : l'évolution d'un savoir-faire d'excellence

Par **Rédaction Entreprendre** - 18/05/2021



**Avec 180 ans d'histoire, prônant un « chic décontracté à la française », la marque a opéré un tournant majeur au milieu des années 2010. Distinguée par**

Ce site utilise des cookies pour améliorer votre expérience. En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies nécessaires au bon fonctionnement du site.

[Configurer les cookies](#)

[J'accepte](#)

## Comment résumer l'histoire de Duvivier Canapés ?

Installée dans la Vienne, l'entreprise s'est bâtie sur les savoir-faire de la sellerie et de la bourrellerie, avant de s'orienter vers la production de canapé au milieu du 20<sup>ème</sup> siècle, lorsque le salon est devenu une pièce maitresse dans les foyers.

Au cours des années 2000, avec l'internationalisation de l'offre, la production s'essouffle. Il a fallu opérer un tournant décisif pour redonner ses lettres de noblesse à la marque et à son savoir-faire.

Un défi que nous relevons chaque jour depuis le rachat, mi-2016, donnant lieu à un repositionnement très haut de gamme. Nous nous recentrons aujourd'hui sur le talent et la passion de nos artisans.



## Caractère et innovation, quels sont vos atouts ?

Nous avons un ancrage territorial fort, grâce aux métiers presque uniques que nous retrouvons dans nos ateliers et que nous transmettons au fil du temps. De plus, nous travaillons avec des matières premières d'exception, produites en France, comme le cuir provenant de l'une des dernières tanneries françaises, spécialiste de l'ameublement ou le bois de Hêtre issu de productions éco-gérées...

En tant que fabricant français haut de gamme, nous proposons des pièces contemporaines, élégantes et intemporelles. Ainsi nous pallions aux effets de mode et perdurons dans le temps grâce à une très grande qualité. In partii nris allant à

Ce site utilise des cookies pour améliorer votre expérience. En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies nécessaires au bon fonctionnement du site.

[Configurer les cookies](#)

[J'accepte](#)

Nos produits se déclinent en trois gammes, dont deux de canapés, notre cœur de métier : les « Caractères » (à la signature identifiable) ; les « Essentiels » (moins distinctifs) les compléments (tout produit d'ameublement autre).



## Comment s'organise votre commercialisation et quels sont les prochains projets ?

Nous travaillons deux angles. Le BtoC, via un réseau de revendeurs indépendants en France et à l'international, spécialistes de produits haut de gamme. En ce sens le « Made in France » est un gage de qualité d'exécution et nous confère une dimension luxe, un argument de taille pour l'export. Le BtoB, en collaboration étroite avec des cabinets d'architectes, notamment à destination de l'hôtellerie.

L'arrêt brutal de l'activité au printemps 2020 aura permis l'accélération du déploiement de nos outils digitaux. Avec la refonte de notre site internet, nous offrons la possibilité de visiter virtuellement notre showroom parisien. De plus, le choix d'une pièce maîtresse comme un canapé peut être long, nous cherchons alors l'adhésion des clients à notre engagement de qualité, malgré la cassure temporaire du lien humain. Ainsi, nous avons développé une application permettant de configurer le produit et de le projeter dans son intérieur grâce à la réalité augmentée. Nous souhaitons avant tout que nos clients puissent choisir le produit qui leur convient tout en sachant comment et où il est fabriqué.

L'année 2021 sera marquée par la consolidation de ce développement digital, mais aussi mènera à la réflexion « après crise », avec une collection capsule illustrant un retour de « l'euphorie ».

Nous poursuivons également notre travail avec les nouveaux talents, et nous profiterons de notre première participation au Salon International de Milan pour annoncer une nouvelle collaboration.

### En savoir plus

DUVIVIER CANAPES – Siège et Ateliers

Le Cormier – 86350 Usson du Poitou

[contact@duviviercanapes.com](mailto:contact@duviviercanapes.com)

Liste des points de vente disponible sur [www.duviviercanapes.com](http://www.duviviercanapes.com)

Application Duvivier Canapés disponible sur Apple Store et Google Play

---

Ce site utilise des cookies pour améliorer votre expérience. En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies nécessaires au bon fonctionnement du site.

[Configurer les cookies](#)

[J'accepte](#)

# L'agence d'architecture « OZ Intérieur » ouvre une nouvelle boutique

30 AVRIL 2021 12 h 00 min 2 Partager



**Pour fêter son 5<sup>ème</sup> anniversaire, l'agence d'architecture « OZ Intérieur » va ouvrir sa boutique d'objets design, courant du mois de mai, à la Barrière Saint Genès. Son objectif ? Mettre en avant les éditeurs et les designers français, des objets d'une grande sensibilité et quelques références valorisant l'artisanat ancestral.**

L'agence d'architecture « OZ Intérieur » a l'habitude de vous accompagner dans vos projets d'aménagements en mettant à votre disposition une aide technique et créative, le savoir-faire de son réseau d'artisans et son expérience du chantier. Elle intervient auprès des particuliers comme des entreprises en s'adaptant à vos besoins. De la conception sur mesure, jusqu'au suivi de chantier et de décoration, en passant par l'illustration 3D et la préparation de chantier, elle couvre l'ensemble du projet. Pour fêter ses 5 ans, les deux créateurs, Quentin et Antoine, ont décidé de lancer une nouvelle filiale à travers cette boutique d'objets de design. De quoi faire le plein d'idées pour son intérieur.



Luminaire Cymbal, La Chance – Crédit photo La Chance



Tapis Cross, La Chance – Crédit photo Aurélien Chauvaud

## Des objets qui font la part belle au made in France

Vous y découvrirez une sélection de produits de qualité, choisis pour leur design mais également pour leur éthique. En effet, tous les éditeurs sont français et certains objets sont entièrement made in France. On y découvre par exemple un canapé Bosc fabriqué dans le Pays Basque, des ingénieux tabourets en frêne de la collection Pol signés La Maison Lecomte ou encore, une magnifique table en marbre « La Chance ». C'est la seule boutique revendeur à Bordeaux. Ces superbes objets de prestige et de qualité se feront, à coup sûr, leur place dans votre intérieur.



Vases EOS – Crédit photo Eno Studio

---

**Voici les contacts pour venir découvrir ce showroom:**

**OZ la boutique**

**13 cours Gambetta, 33400 Talence**

**En face de l'arrêt de tram Barrière Saint Genès**

**[contact@ozlaboutique.fr](mailto:contact@ozlaboutique.fr)**

**06 73 13 63 52**

Photo cover : Tables Salute, La Chance – Crédit photo Aurélien Chauvaud

# La Fabrique des pieds : à la découverte de l'artisanat local et connecté



De la soudure à la peinture, l'atelier réalise des pieds pour différents types de meubles. © Laurent Depla

18/05/2021 - Mise à jour 15/06/2021

**A Illies, près de Lille, un jeune entrepreneur a créé en 2017 un atelier spécialisé dans la confection de pieds de meuble en acier, 100% made in France. Son objectif : démocratiser l'artisanat grâce au digital.**

C'est dans l'ancien bâtiment agricole de son père, à Illies (Nord), que Florent Demars a choisi d'installer son **atelier** de fabrication de pieds de meuble en acier. L'idée de ce projet atypique a germé en 2014. "A cette époque, j'avais envie de rénover une table basse avec un casier d'imprimerie mais je ne trouvais pas les pieds de table qui me convenaient", raconte le chef d'entreprise de 33 ans. Il se met alors en tête de les confectionner lui-même.

Piqué par le virus du **DIY** (*do it yourself*, en anglais) et tombé sous le charme de l'acier, ce responsable d'un centre de formation dans le bâtiment réalise d'autres pièces qu'il commence à vendre sur la plateforme *Etsy* en 2015. "Les débuts ont été difficiles. Je devais jongler entre mon activité professionnelle et ce nouveau projet", note

Florent Demars. En 2017, il décide de s'investir à plein temps, et lance officiellement [La Fabrique des pieds](#).

## Des pièces réalisées de A à Z

Depuis, son entreprise a bien grandi. Elle emploie aujourd'hui vingt salariés dont treize métalliers, peintres et préparateurs de commande. Ces petites mains fabriquent chaque semaine entre 600 et 1 000 pièces. "De la soudure, à la peinture, en passant par la moulure, chaque création est réalisée de A à Z dans notre atelier", précise le dirigeant. Attaché

au *made in France*, il travaille uniquement avec des **fournisseurs locaux**, essentiellement du Nord. L'acier vient par exemple de Lille, Bailleul ou encore la Chapelle-d'Armentières. Les délais de fabrication varient selon les demandes. Il faut compter entre deux à trois semaines pour des pieds de table standard, et jusqu'à six semaines pour un projet personnalisé.



L'atelier décline ses pieds en différents coloris© Laurent Depla

## Plus de 90 modèles

Ce **savoir-faire local** séduit les professionnels (décorateurs, architectes, agenceurs) mais aussi les particuliers, qui représentent 70 % de la clientèle. "Ce sont aussi bien des fans de bricolage que des primo-accédants en quête de sur-mesure et de design abordable", relève Florent Demars.

En plus d'être solide, l'acier est aujourd'hui très prisé pour donner un **esprit industriel** à son intérieur. Soucieux de s'adapter aux tendances du moment, l'atelier propose tous les six mois une [nouvelle collection](#). La dernière vient tout juste de sortir, et met à l'honneur un nouveau pied cubique. Il peut être utilisé pour customiser un bureau, une table de salon, ou même une console.



## Le design pour tous

Ce modèle vient s'ajouter au catalogue déjà bien fourni de la marque. “Nous proposons 90 produits réalisables en 5 coloris”, ajoute le chef d'entreprise. Pied circulaire, en croix, en épingle, trapèze, pied tambour, à roulette, rectangle, renforcé : les formes ne manquent pas pour satisfaire les envies des clients dont le panier moyen varie entre 150 et 400 euros.

Pour commercialiser ses produits, *La Fabrique des pieds* est uniquement présente en ligne via son e-shop. “Le **digital** fait partie de l'ADN de notre marque. Nous avons à cœur d'échanger avec les clients et de partager le processus de fabrication, notamment sur les réseaux sociaux”, observe Florent Demars. Un moyen aussi de traverser les frontières.

Si *La Fabrique des pieds* livre aujourd'hui 95% de ses pièces en France, le petit atelier lillois est bien décidé à laisser son empreinte ailleurs. Disponible à la livraison en **Europe**, la marque a déjà vendu quelques créations en Belgique et en Suisse.

*En partenariat avec La Fabrique des pieds.*

## Tourisme

# La ferme de Garance à Magnac-Laval accueille la première tiny house de Haute-Vienne

Publié le 07/05/2021 à 17h55



Les 15 m2 de la tiny house ont été optimisés avec un vrai couchage pour deux personnes.

Sitôt installée, sitôt « inaugurée » avec l'arrivée des premiers clients parisiens ce week-end à la Ferme de Garance. Cette micro-maison 100% écoresponsable et autonome, revêt de nombreux atouts.

La tiny house porte bien son nom avec sa surface de 15 m<sup>2</sup>. À l'intérieur, tout est judicieusement pensé et l'espace optimisé. Finalement, cette « petite maison » s'apparente réellement à un habitat avec son couchage deux personnes, sa kitchenette toute équipée, sa douche d'une taille identique à celle d'une vraie salle d'eau et ses toilettes sèches innovantes. Des arguments que nous avons pu vérifier lors d'une visite en avant-première.

Ainsi, après avoir ouvert sa première tiny house à Saint-Émilion, Parcel, une entreprise bordelaise qui s'occupe de la commercialisation, dispose dorénavant d'une deuxième adresse dans un pré haut-viennois.

## En mode « slow living »

« Écoresponsable et 100 % autonome, cet habitat minimaliste est un produit made in France, fait sur mesure, avec un bardage en douglas issu de forêts éco-sourcées des Landes. Il dispose de panneaux solaires pour s'alimenter en électricité et d'un système de récupération et filtration des eaux de pluie pour la douche.

Les toilettes sèches de fabrication française sans sciure permettent une économie de 15.000 litres d'eau par personne et par an », explique Géraldine Boyer, la fondatrice de Parcel. Dès ce week-end, deux clients ont opté pour un séjour déconnecté (il n'y a pas de wifi !) en mode « slow living ».

Facilement accessible, cette tiny house possède tout le nécessaire en termes de confort, avec en plus des fenêtres panoramiques pour profiter de la campagne limousine.

## Une histoire de famille



Les deux cousins, Charles-Arthur et Guillaume Muller se sont lancés ensemble dans cette aventure

La Ferme de Garance appartient à la famille Muller depuis trois générations. Le grand-père de Guillaume Muller a donné vie à l'exploitation agricole qui s'étend aujourd'hui sur 170 hectares.

Guillaume Muller, sommelier de formation et propriétaire du restaurant Garance à Paris, s'est associé avec son cousin Charles-Arthur, qui a repris la ferme.

Le premier s'occupe du « végétal » avec les fruits et légumes, les herbes aromatiques, la cueillette sauvage ; le second de la partie « animal » avec des bovins de race limousine.

Et le restaurant se fournit directement à la ferme, avec une équipe talentueuse qui « interprète les produits sans les dénaturer, tout en s'inscrivant dans un cercle vertueux » de la ferme à l'assiette.

Pour Guillaume Muller, la tiny house est « une pépite d'innovation », un « habitat cosy pour casser les codes ».

Pour lui, cet équipement va participer à changer l'image des fermes, dont l'avenir se décline en trois axes : « Produire des produits de qualité ; transformer en développant une « marque » ; accueillir les touristes/habitants et les reconnecter avec les fermes ».

PR : Renseignements/Réservations : [www.parceltinyhouse.com](http://www.parceltinyhouse.com)

**Anne-Marie Muia**  
[anne-marie.muia@centrefrance.com](mailto:anne-marie.muia@centrefrance.com)

Dossier : La nouvelle éco, comment le coronavirus bouleverse l'économie

## La Nouvelle Eco : un spécialiste des meubles Made in France s'installe à Limoges

Mercredi 26 mai 2021 à 7:19 - Par Nathalie Col, France Bleu Limousin



Limoges



Déjà gérant d'un magasin Gautier à Brive-la-Gaillarde, Gauthier Duboucarré vient d'offrir une nouvelle implantation à l'enseigne. Il a ouvert une deuxième franchise indépendante à Limoges le 19 mai, jour de la reprise des commerces non-essentiels. Tout un symbole pour ce défenseur du Made in France.



Gauthier Duboucarré, avec une de ses collaboratrices, dans le magasin d'ameublement Gautier qu'il vient d'ouvrir en franchise indépendante à Limoges. - © Gautier

Alors que de nombreux commerçants ont enfin relevé le rideau de leurs boutiques le 19 mai dernier, d'autres ont **profité du déconfinement pour faire leur première ouverture**. C'est le cas du spécialiste de l'ameublement Gautier, qui comptait déjà plus de 70 magasins en France, et qui est aussi désormais implanté à Limoges. L'enseigne est gérée en franchise indépendante par un chef d'entreprise plein d'ambition pour ses meubles Made in France.

### Conquérir le Limousin

Gauthier Duboucarré n'en est pas à son coup d'essai, puisqu'il tient déjà un magasin Gautier à Brive-la-Gaillarde, depuis 2016. Convaincu du potentiel de la marque et avide de conquérir de nouveaux clients, il a persuadé les banques de le suivre dans cette nouvelle aventure. *"Effectivement c'est un pari un peu risqué"* reconnaît le chef d'entreprise. D'ailleurs, **le démarrage est plutôt timide**, mais il s'attendait à une période transitoire au moment du déconfinement.

*"Je pense que les clients se sont avant tout rués vers les vêtements, les chaussures, ce genre de choses. Chez nous on est dans de l'achat plus réfléchi, mais après avoir passé beaucoup de temps dans leur intérieur, les gens vont avoir envie de changer tout leur ameublement. Je l'espère du fond du cœur !"*

### Le Made in France comme argument à plus d'un titre

Gauthier Duboucarré espère ressentir d'ici une semaine ou deux l'engouement autour du Made in France dans son magasin de Limoges. Malgré des produits un peu plus chers, puisqu'il faut couvrir des salaires français et des garanties sociales que d'autres pays n'offrent pas forcément, il estime d'ailleurs que la crise sanitaire a encore renforcé la demande pour des produits fabriqués dans l'hexagone.

C'est une **question d'engagement pour certains, mais aussi de pragmatisme**, dans un contexte où l'approvisionnement de matières premières est devenu plus compliqué. *"Ces difficultés vont durer pour le bois et le métal par exemple, parce que ça arrive en bateau, les conteneurs ne sont pas forcément disponibles. Mais chez Gautier, on utilise du bois français, avec forcément des trajets et des délais plus courts"*. Le bois en question étant issu de forêts situées dans un rayon de 300kms de ses usines. Un argument supplémentaire pour séduire les clients potentiels.

# Made in Fenêtre, une nouvelle marque responsable

Véronique Cottier | le 10/05/2021 | [Artisans](#), [Menuiserie extérieure](#), [Economie circulaire](#), [Ile-de-France](#)

## Ma newsletter personnalisée

**La Fenêtrière, petit fabricant de menuiseries PVC et aluminium situé à Champigny-sur-Marne (94), lance sa propre marque. « Made in Fenêtre » allie des qualités techniques irréprochables et une démarche responsable.**

Profondément engagée dans les démarches RSE et l'économie circulaire dans l'entreprise qu'elle dirige, Catherine Guerniou partage depuis longtemps ses préoccupations au sein de la profession. Elle est d'ailleurs chargée de tout le volet RSE à la FFB. Depuis quelques temps déjà, elle songeait à créer sa propre gamme "responsable" écologiquement et socialement. La crise sanitaire depuis mars 2020 a joué le rôle de déclencheur, notamment avec les difficultés d'approvisionnement de certains poseurs, là où il ne faut qu'une semaine à l'entreprise La Fenêtrière, à partir de la date de commande, pour livrer le chantier.

## Un marché de proximité

Ainsi est né Made in Fenêtre, une marque "citoyenne", concrétisant les engagements de toujours de la dirigeante sur le *Made in France* et les circuits courts. « *Toutes nos matières premières sont achetées en France et nos clients sont situés dans un rayon d'environ 50 km au tour de chez nous* », explique Catherine Guerniou, qui travaille avec l'usine Profialis du Doubs pour les profilés PVC et Sepalumic à Genlis (21), pour l'aluminium. « *Une fois dépassés les effets du confinement, nous avons lancé une marque – différenciée de la Fenêtrière –, une collection capsule, pour aller vers les particuliers et les architectes et leur proposer une fenêtre 100 % sociétale, 100% environnementale et 100 % Made in France.* »



En fine observatrice du marché et excellente communicante, la dirigeante a senti que c'était le moment de répondre par une offre différenciée et éthique à la nouvelle appétence des franciliens pour la rénovation de leurs menuiseries. *«Nos clients sont des professionnels, mais à travers eux nous souhaitons toucher des particuliers soucieux de la provenance de leurs fenêtres, comme ils le sont de celles d'autres produits, avec derrière chaque fenêtre l'histoire d'une entreprise qui a des valeurs.»*

## Technique et design étudiés

Techniquement, les menuiseries Made in Fenêtre – disponibles en PVC, aluminium et bois – réunissent toutes les caractéristiques des fenêtres de qualité, tant en matière de protection thermique et phonique, qu'en matière de sécurité et de protection sanitaire (les poignées ont subi un traitement antimicrobien) ou encore en matière de domotique, puisqu'elles peuvent être équipées d'un détecteur d'ouverture/fermeture ou d'un dispositif d'alerte à toute vibration inhabituelle comme une tentative d'intrusion.



Spécialiste du sur-mesure, l'entreprise a voulu que cette collection s'adapte à tous les goûts et les styles architecturaux. « *Nous avons une gamme Authentique, qui est plus sur un système traditionnel, mouluré, avec la possibilité d'y mettre des fausses crémones. Et nous avons une gamme plus design qui s'appelle Inspiration, moderne, sur laquelle on peut mettre une poignée et une quincaillerie connectée* », décrit Catherine Guerniou. « *Sur les deux gammes, nous mettons d'office un vitrage feuilleté qui permet de filtrer à 99 % les UV et qui apporte ce plus dans le domaine environnemental, en matière d'isolation thermique pour l'hiver mais aussi sur l'été.* » Les fenêtres sont également conçues pour être évolutives.

« *Si le particulier souhaite quelques années après l'installation un vitrage différent, plus isolant sur le plan thermique, on peut ne changer que le vitrage. Pas besoin de changer toute la fenêtre...* ». Une approche du réemploi tout à fait innovante, et pas forcément celle des gros industriels.

Vu la taille de l'entreprise, il n'est évidemment pas question pour Made in Fenêtre de concurrencer les gros fabricants car son atelier n'en a pas la capacité. Tel un artisan, la marque vise plutôt des marchés de rénovation haut de gamme.

## Polykit by Kit Vulcain Industrie : une gamme Made in France de solutions pratiques et économiques pour créer des salles de bains design, robustes et faciles d'entretien

[Communiqués](#) | 03.05.21



**Selon l'Agence Nationale de l'Habitat (Anha), l'année 2020 a été marquée par une accélération de la rénovation des habitats privés : 247 323 logements ont été rénovés, ce qui représente une hausse d'activité de + 58,8%.**

Une situation qui s'explique par le contexte actuel. A cause de la pandémie de Covid-19 et des mesures sanitaires, les Français passent de plus en plus de temps chez eux. Ils sont donc tout naturellement en recherche de confort et de bien-être.

Parmi les pièces rénovées en priorité, il y a tout naturellement la salle de bains. Cette pièce centrale dans la vie des familles est loin d'être à la hauteur des attentes de nos compatriotes : seulement 58% des Français déclarent s'y sentir tout à fait détendus (source : "Les Français et leur salle de bains", étude réalisée en 2017 par l'Ameublement Français). Ils sont ainsi 20% à se plaindre du manque de place, et les autres critiques portent essentiellement sur le manque de rangement.

Nombreux sont ceux qui souhaitent supprimer leur baignoire, s'équiper d'une douche plus moderne, transformer leur lavabo pour intégrer un meuble de rangement...

Pour les professionnels du secteur (plombiers, entreprises de construction et rénovation immobilière, professionnels de la déco...), il y a toutefois un défi de taille pour répondre à leurs attentes : trouver des solutions "faciles à vivre" et économiques, qui permettent de réduire les coûts d'installation et de respecter les délais, tout en préservant leurs marges.

C'est pour les aider à relever ce challenge que **Kit Vulcain Industrie lance la [gamme Polykit](#).**

Polykit, c'est une solution **Made in France et 100% opérationnelle pour créer vite et bien une salle de bain design, robuste et facile d'entretien.**

## Une solution performante pour construire et rénover toutes les salles de bains/douches

Forte d'une expertise de plusieurs années dans la conception de kits de plomberie et la fabrication de sanitaires pour l'usage collectif (campings, base de loisirs, collectivités, écoles, piscines etc.), l'entreprise Kit Vulcain Industrie a développé une nouvelle gamme de douches autoportées et d'aménagements de salles de bains individuelles.

La gamme Polykit a ainsi été spécialement conçue pour apporter design et robustesse.

**Sur-mesure et adaptée aux installations PMR** (personnes à mobilité réduite), elle inclut :

les cabines douches,  
les parois et habillages muraux,  
les meubles,  
les coffres bati,  
et même les receveurs de douche.

Jacques Grison, le fondateur, souligne : *"Nous avons développé une solution 100% fonctionnelle et personnalisée qui simplifie le quotidien des professionnels et des usagers : innovante, facile à poser et à entretenir, elle est aussi très esthétique. C'est l' "effet waouh" assuré dans toutes les salles de bains !"*

# Pour lutter contre la fast fashion, elle fabrique du mobilier design avec des vieux vêtements

Clarisse Merlet est une architecte engagée. Encore étudiante, elle développe un matériau écoresponsable à base de textile recyclé aux propriétés isolantes. Aujourd'hui, les grandes marques françaises se l'arrachent. Portrait vidéo.

**Je m'abonne pour 1€ le premier mois**

Par Mélody Locard

Publié le 13 mai 2021 à 12h00

Mis à jour le 17 mai 2021 à 15h17

Temps de lecture 3 min

L'OB'S

| Partager |

*La fast-fashion peut-elle devenir éthique ? « L'Obs » invite ses lecteurs à venir en débattre à l'occasion de la conférence « La Mode en 2049 », organisée à l'Institut Français de la Mode, le 17 juin 2021 à 18h30. Pour vous inscrire, [cliquez ici](#).*

Toutes les bonnes idées, une fois développées, semblent relever de l'évidence : « Mais pourquoi n'y a-t-on pas pensé avant ? ». L'histoire de ces briques en textile recyclé ne fait pas exception.

Au départ, un constat : la construction comme le textile sont deux industries très polluantes et très énergivores. Cette dernière est même la deuxième la plus polluante au monde et les projections à l'horizon 2049 ne sont pas de nature à rassurer. Si les tendances actuelles de consommation se poursuivent, le secteur textile émettra 26 % des émissions globales de gaz à effet de serre. « *Plus que les vols internationaux et le trafic maritime réunis* », note l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). Alors étudiante en architecture, Clarisse Merlet, biberonnée à la préservation des ressources et au respect de la nature dans sa Vendée natale, développe une idée qui deviendra son gagne-pain : fabriquer un matériau de construction écoresponsable et performant.

# Pourquoi choisir une clôture en aluminium ?

Louisa 7 mai 2021 4973

Enregistrer

<sup>1</sup>

Au même titre que le portail, la clôture est la première chose qui sera visible de votre maison. Et comme on dit, c'est la première impression qui compte ! La clôture est également le premier niveau de protection, avant que des intrus ne pénètrent sur votre propriété. Bref, cet équipement est très important. Mais il ne doit pas non plus donner lieu à un entretien contraignant, certaines clôtures pouvant être très longues. Pour répondre à ces différents critères, il peut être intéressant d'opter pour une **clôture en aluminium**, qui propose de nombreux avantages.

## Pourquoi choisir une clôture en aluminium ?

L'aluminium est un matériau qui a de nombreux avantages. Ses plus grands atouts sont sans aucun doute sa résistance et sa légèreté : l'aluminium est un matériau très léger, durable et solide.

Il peut de plus être proposé en de nombreux coloris, grâce à la technique du thermolaquage. Grâce à un large choix de couleurs vous pouvez ainsi personnaliser votre **claustra** selon votre extérieur et l'accorder avec votre espace. Avec un design esthétique et un aspect contemporain vous créez un espace de vie avec une ambiance conviviale et à l'abri des regards indiscrets.

Et ceci sans entretien particulier: pas de peinture ni de lasure à refaire chaque année. La certification Qualicoat Qualimarine permet même de garantir la durée de vie de la clôture en aluminium dans les régions où l'air est humide et salé, comme en bordure de mer notamment.

La clôture en aluminium peut proposer de nombreux styles: la clôture aluminium en kit **brise vue**, **clôture en aluminium ajourée**, la **clôture aluminium pleine** et la **claustra aluminium**. Plusieurs choix de lames existent pour s'adapter aux différents projets, que ce soit pour protéger votre maison ou délimiter les différents espaces (jardin, maison, piscine, etc).



On trouve aujourd'hui des fabricants spécialisés dans le domaine, comme par exemple Nao Fermetures, expert en occultation et aménagement extérieur, qui propose une clôture en kit en aluminium:

- Sur mesure
- Fabriqué en France
- Thermolaqué
- Certifié Qualicoat Qualimarine
- Garantie 10 ans sur le laquage
- Durable : composées à 100% d'aluminium, les clôtures sont durables, et s'adaptent à tous les climats.

#### **A lire également:**

**Pourquoi choisir la qualité made in France pour votre serrurerie ?**

L'atout majeur de la **cloture en alu** Nao est qu'elle possède différentes conceptions et vous permet de concevoir les panneaux et les lames sur mesure avec plusieurs finitions, ce qui n'est pas toujours le cas (il est facile de demander un devis sur le site Nao Fermeture pour se faire une idée du budget à prévoir).

Le cout sera certes plus élevé qu'une clôture PVC, mais l'esthétique sera bien plus flatteuse, et surtout vous vous y retrouverez sur la durée (le PVC vieillissant assez mal au fur et à mesure des années).

## **Comment installer une clôture en aluminium ?**

En fonction de l'emplacement extérieur, tout dépend de la configuration de votre espace, de votre budget et de vos besoins.

Mais la pose de la **cloture alu** est assez facile et rapide, toutes les planches étant entièrement assemblées en usine. De plus les clôtures vendues en kit simplifient beaucoup la pose, d'autant que les lames aluminium sont légères.

Les clôtures vendues en kit peuvent être installées sur muret ou pleine terre. La découpe des lames, facile à réaliser, permet d'avoir des profilés avec une meilleure finition. N'importe quelle personne sachant se servir d'une perceuse est capable de poser une clôture aluminium sans problème.

## Quel entretien prévoir ?

La **cloture aluminium** n'exige que peu d'entretien, avec une simple éponge ou un nettoyeur haute pression et de l'eau savonneuse. Au moins une fois par an pour la garder en parfait état, c'est tout ce qui sera à prévoir. De la même façon qu'il est conseillé d'entretenir une **pergola bioclimatique**, un garde-corps, un brise soleil, un carport, etc. en aluminium. Rien de plus, rien de moins.

ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE

# Qui sera le futur ambassadeur de Gautier dans l'Oise, à Saint-Maximin ?

le 21 mai 2021

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



En quête permanente de nouveaux partenaires portant les couleurs de sa marque, **Gautier** offre aujourd'hui une nouvelle opportunité d'implantation dans les Hauts-de-France. C'est à Saint-Maximin, dans l'Oise, que la marque désire installer son concept en ce mois de mai.

## Gautier recrute dans l'Oise

Aujourd'hui, Gautier c'est 120 points de vente en France (plus de 70 unités) et à l'international ! L'enseigne ne cesse en effet de rechercher les futurs adhérents de la #GautierTeam en 2021.

Déjà bien implanté en région parisienne avec 11 magasins, Gautier désire poursuivre son expansion dans le plus grand centre d'activité économique du sud de l'Oise, situé entre Saint-Maximin et Creil.

Idéalement desservie par des axes routiers récents, cette zone commerciale propose une offre riche "équipement de la maison" où Gautier devrait afficher un chiffre d'affaires dépassant 1M€. Il s'agit d'une zone de chalandise de plus de 400 000 habitants.

La marque a déjà une belle notoriété en Ile-de-France et les amateurs de son mobilier se reconnaissent pleinement dans les valeurs qu'elle défend depuis 6 décennies, à savoir : le made in France, l'écoconception et la durabilité.

## **Les avantages de la franchise Meubles Gautier**

Un concept unique qui concentre 60ans de savoir-faire dans l'ameublement.

Une offre exclusive de produits Made in France. Qualité, cycles courts et respect de l'environnement.

Une communication à 360° pour soutenir les ventes et une équipe passionnée pour accompagner les partenaires lors de la mise en place du projet et tout au long de la vie du point de vente.

**Patrick Rucart**

## Sainte-Soulle

# Sainte Soulle : le seul fabricant de paillottes en France est installé dans l'Agglo de La Rochelle

L'entreprise Franco-Philippine, Nipahut, installée dans le parc d'activités Atlanparc Sainte-Soulle a su traverser la crise sanitaire pour mieux se repenser sur un marché de niche.



Laurence Armanious et Philippe Gaillard dans une des paillottes de la société Nipahut. (©Y. Picard.)

Par **Rédaction La Rochelle**

Publié le 24 Mai 21 à 14:40

Actu La Rochelle

Suivre

Philippe Gaillard n'est du genre ingrat. Le gérant en France de Nipahut, seul **fabriquant** de l'hexagone, **de paillotes** haut de gamme installée dans l'agglomération rochelaise le reconnaît bien volontiers, « sans le prêt garantie par l'Etat (PGE) et toutes les mesures sociales, c'était mort ».

### À lire aussi

La Rochelle : plus d'un millier de personnes pour la marche arc-en-ciel

Lors de sa première année d'activité en 2016, Nipahut a vendu 30 paillotes, pour arriver au chiffre de 120, trois ans plus tard.

On l'aura bien compris 2020 est à oublier. « Notre objectif est de 200 paillotes en 2023 », explique Laurence Armanious responsable commerciale de l'entreprise.

Après plusieurs années dans le monde de l'agriculture en Arabie Saoudite, Philippe Gaillard s'est lancé dans celui de la paillote avec Bernard Dino Payoc.

Ce dernier est responsable de l'atelier de fabrication à Cebu aux Philippines. Une cinquante de personnes y travaillent, tous des menuisiers d'art, spécialisés dans le bambou.





Les paillotes sont fabriquées dans les ateliers de l'entreprise aux Philippines. (©Y. Picard.)

## 8 modèles différents

Le catalogue de la société propose 6 modèles pour les particuliers et deux pour les professionnels, pensés et créés durant cette fameuse année noire. « Mais en fait chaque modèle, fabriqué dans notre atelier des Philippines est unique », précise Philippe Gaillard.

Une semaine de travail environ est nécessaire à une équipe de 8 menuisiers pour assembler une paillote. Elle sera ensuite démontée par panneaux pour être acheminé par voix maritimes jusqu'au port du Havre. « Nous recevons un container de 63 m<sup>3</sup> qui contient entre 10 à 15 paillotes toutes les 3 semaines », indique Laurence Armanious.

Les bambous utilisés sont coupés après 4 années de pousse. « Sa première qualité est qu'il est imputrescible. Sa fibre est naturellement antibactérienne », explique le gérant de Sainte-Soulle.

Quant à la toiture, elle est fabriquée à l'aide des feuilles du palmier nipa, qui pousse aux abords de la mangrove.



8 modèles différents sont assemblés à Sainte-Soulle et équipés de matériels 100% Charentais-Maritimes. (©Y. Picard.)

## Sur le marché professionnel du luxe

Une fois assemblées dans les ateliers de l'Atlanparc, les paillotes sont équipées d'éléments 100% made in France, voire de Charente-Maritime. « Pour les toiles nous utilisons celle de taud (utilisée pour le nautisme N.D.L.R) qui vient de La Rochelle. Les assises en tissu

sont également fabriquées dans l'Agglo. Nous avons un système de sonorisation par transduction développé par une entreprise de Soubise », insiste Laurence Armanious.

Aujourd'hui Philippe Gaillard attend de voir les chiffres de l'année 2021. Même si ceux-ci seront encore tronqués en partie, alors que les salons ne font que redémarrer à peine.

Il ne cache pas ses ambitions sur le marché professionnel du luxe, notamment Européens. Sans pour autant dénigrer celui des particuliers qui l'a amené là où il est actuellement, « il y a un vrai marché à prendre. C'était flagrant durant la crise sanitaire, les gens ont fait un grand retour au naturel ».

Et aussi paradoxal que cela puisse paraître alors, mais incontournable aujourd'hui, une présence assidue sur les réseaux sociaux. « Pourquoi pas même Tik Tok », conclut Philippe Gaillard.

[www.nipahut.fr](http://www.nipahut.fr)

**Par Yannick Picard.**

# Schmidt : une cuisine made-in-France sur-mesure

Aujourd'hui Schmidt est le 1er fabricant et exportateur de meubles et cuisines sur-mesure en France, avec ses 5 usines situées dans l'hexagone. Quelles que soient vos envies et besoins, Schmidt propose des solutions innovantes, élégantes et fonctionnelles d'un savoir-faire de plus de 60 ans.

## Besoin d'une cuisine sur-mesure ? Choisissez le Made-in-France chez Schmidt

Chez Schmidt, au Havre, votre commande est fabriquée sur-mesure, et assemblée individuellement, avec un rare degré de finition et de personnalisation dans les ateliers. Ce sont vos meubles de rangement, conçus par vous avec votre conseiller, vos choix de finitions et fabriqués par des artisans expérimentés. La petite touche Made-in-France en plus !

Schmidt vous offre du sur-mesure en 3 dimensions grâce à [3DFit](#) ! 3DFit vous permet de visualiser votre agencement en profondeur, en hauteur et en largeur au millimètre près. Ce système vous permet d'aménager votre intérieur selon vos goûts et votre budget.

## Un groupe breton, le saviez-vous ?

Implanté en Bretagne, le groupe [Valeor](#) offre depuis plus de 10 ans, des espaces de bien-être au cœur de votre intérieur, avec plus de 3000 cuisines réalisées par an. Le groupe grandit jour après jour, en suivant les valeurs qui leur sont chères : l'esprit de conquête, l'exigence du résultat, la passion et l'esprit d'équipe.

Chaque jour, le groupe Valeor qui regroupe 5 enseignes centrés sur l'amélioration de l'habitat, dont Schmidt, transforme les envies de ses clients en réalité en leur offrant un service de haute qualité sur-mesure.

## Une production 100% Made-in-France

[Schmidt](#) vous propose des cuisines de [fabrication Française](#) depuis de nombreuses années maintenant. Le Made-in-France, est un état d'esprit : celui de garantir une qualité irréprochable et contrôlée en permanence. Grâce à un outil industriel ultra-moderne, digital et connecté, Schmidt permet de fabriquer chaque meuble sur-

mesure, pour s'intégrer parfaitement dans votre [cuisine équipée](#) ou votre [espace de rangement](#), tout en gardant la maîtrise des coûts et des délais. Un large choix de mobilier sur-mesure vous attend !

Si vous ne le saviez pas encore, vous avez la possibilité de vous faire parrainer ou de parrainer quelqu'un de votre choix. Si vous souhaitez parrainer un de vos amis, il suffit de compléter le document de parrainage et le lui donner. Lorsqu'il ira en magasin et qu'il validera son projet, vous recevrez alors votre cadeau et votre filleul 250€ sur son projet d'agencement.

Plusieurs offres sont actuellement en cours, rendez-vous vite dans votre magasin [Schmidt Gonfreville](#), qui vous accueille du lundi au samedi de 10h à 19h, une équipe locale de Normands, recrutés et formés par un Groupe Breton !



Par Emmanuelle Leroy | LE 01 JUIN 2021 - MIS À JOUR LE 02 JUIN 2021

---

## DOSSIER MODE & DESIGN

[Voir les articles](#)

---

## THEMA CANAPÉS

[Voir les autres articles](#)

---

Entretien avec Pierre Yovanovitch à l'occasion de la présentation de sa toute première collection de mobilier, 45 pièces made in France réalisées dans un esprit à la fois luxueux et décontracté.

---

**D**epuis quand l'idée de créer votre marque de mobilier vous est-elle venue ?  
**Pierre Yovanovitch** : L'idée de concevoir une nouvelle branche nommée « Pierre Yovanovitch Mobilier » a muri au fil des années. Je conçois depuis une vingtaine d'années du mobilier sur mesure qui s'intègre aux projets d'intérieurs de mes clients, et je souhaitais démocratiser mes pièces en les offrant à un plus large public.

**Cette idée ne va-t-elle pas à l'encontre des pièces sur mesure que vous créez spécifiquement pour vos clients ?**

Il s'agit plutôt d'une continuité de mon travail... Ayant travaillé quelques années chez le couturier Pierre Cardin, j'ai l'habitude de faire un parallèle entre le mobilier à la mode. On pourrait comparer les pièces que je réalise pour mes clients privés à du design de haute couture. Celui qui sera accessible dans le showroom qui ouvrira dans les prochaines semaines dans le centre de Paris se rapprochera plus du prêt-à-porter. C'est une façon de le rendre accessible.

## **45 pièces design totalement inédites**

**En quoi consiste cette première collection ?**

Il s'agit de 45 pièces totalement inédites. Le but n'est pas de démocratiser les pièces uniques que j'ai déjà réalisées sur mesure pour mes clients.

**Votre mobilier a souvent l'air très doux et confortable. Est-il fait pour reconforter ?**

D'une certaine manière, oui. J'ai la volonté de transmettre du bien-être à celui qui s'assiéra dans mes fauteuils. J'aime personnellement me sentir confortable sur une assise ou un canapé. C'est d'ailleurs le cas avec le fauteuil *Mama Bear*, qui reflète cet univers de l'enfance et qui me parle beaucoup. Ma timidité m'a donné les moyens de créer du mobilier qui me correspond, tant par ses matières que par ses formes enveloppantes.

## **Un mobilier « made in France »**

**Pourquoi insister sur le fait que vous utilisez des matériaux et le savoir-faire français ?**

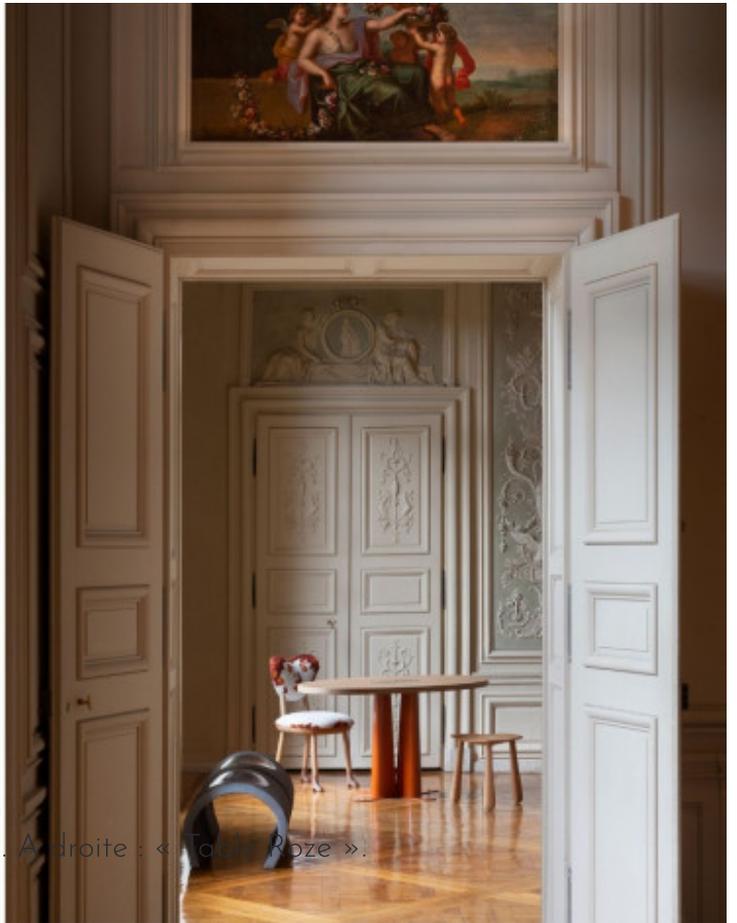
Venant du domaine de la mode, il est important pour moi de me concentrer sur le choix des matières. Le lin, la laine et le mélèze sont des matériaux que j'utilise de manière fréquente car je sais où me les procurer. Du Jura aux Alpes-de-Haute-Provence, tous les

matériaux que j'utilise sont sourcés en France, hormis le verre qui provient d'un autre pays européen. J'aime aller à la rencontre des artisans qui ont un véritable savoir-faire et savent reproduire exactement ce que je souhaite. Je cultive ainsi un lien très fort avec la céramiste Armelle Benoît, avec qui je travaille main dans la main pour la réalisation de nombreuses créations. C'est le cas de la table basse ou encore des luminaires en terre. L'avantage avec l'artisanat français, c'est le rayonnement qu'il a auprès des étrangers. Ces savoir-faire ont une vraie aura...

### **N'est-ce pas changer de métier que d'ouvrir un showroom de vente de mobilier ?**

Effectivement, il s'agit d'un tout autre projet que je suis heureux de voir se concrétiser. J'ai choisi pour cela de m'entourer des bonnes personnes comme Cédric Morisset en tant que directeur général. Je souhaite créer une marque de mobilier sur le principe de l'univers de la mode, en renouvelant chaque année le catalogue avec de nouvelles collections.

*> Le showroom de Pierre Yovanovitch ouvrira ses portes le 15 juin 2021 au sein de l'hôtel particulier qu'occupe son agence au 6, rue Beauregard, 75002 Paris.*



A gauche : « Chaise Clam » et table « Rochefort ». A droite : « Table Roze ».

DR



A gauche : Canapé « Dantel », « Table basse Quinn » et « Ottoman Clifford ». A droite : canapé « Saint Tropez », Lampadaire Marsha en terre chamottée signée de la céramiste Armelle Benoit.

DR





A gauche : « Lampadaire Flare ». A droite : Lampadaire Maïcha en terre chamottée signée de la céramiste Armelle Benoit.

DR



Les chaises « Clam » exposées dans un hôtel particulier parisien en attendant l'ouverture du showroom de Pierre Yovanovitch.

DR

## Kinedo innove encore et toujours avec son premier spa à débordement

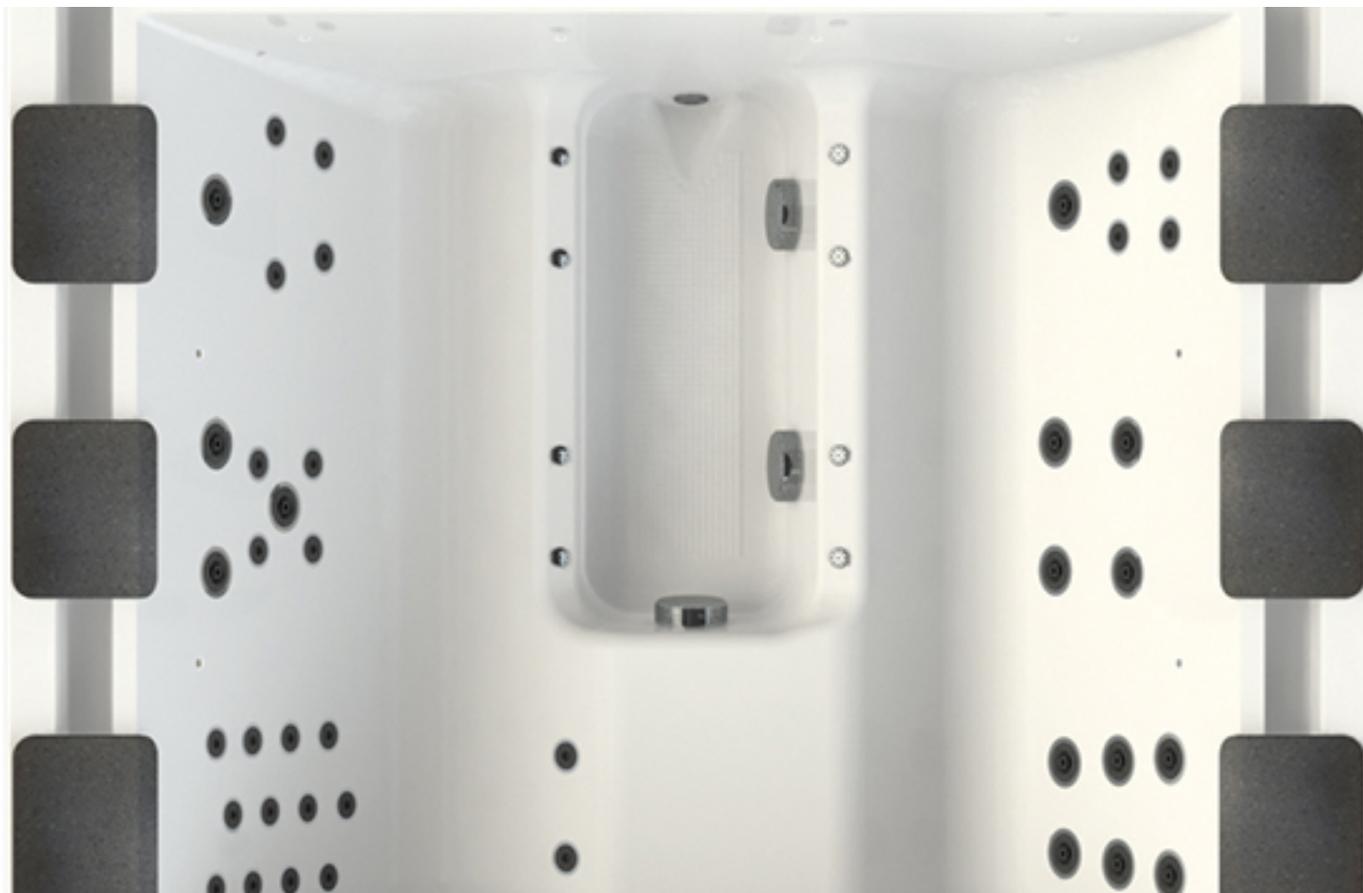
Publié par

[Agence Schilling Communication](#)

26/05/2021 16:13 - la dernière mise à jour 26/05/2021 16:15



Réputé pour ses offres salles de bains made in France, Kinedo revendique aussi, depuis une douzaine d'années, une forte expertise dans la conception et la fabrication de spas sur son site de La Ciotat. Avec un large éventail de réponses en termes de places (de 2 à 6) comme de finitions et d'options, l'offre Kinedo et ses références dédiées aussi bien aux particuliers qu'aux collectivités (hôtels, chambres d'hôtes, campings...), se complète aujourd'hui d'une réponse grand format avec le premier spa à débordement à effet miroir : Spa A700-2.



### Spa A700-2 de Kinedo : sans bords pour un bien-être sans limites

Particulièrement design grâce sa conception dite à débordement pour un effet miroir des plus réussis, le spa A700-2 de Kinedo s'implantera aisément dans chaque aménagement extérieur, qu'il s'agisse d'atmosphères iodée, montagnarde, urbaine ou campagnarde. Pourvu de 5 places spacieuses pour 6 positions de massage (4 assises et 2 allongées), le spa A700-2 de Kinedo cristallise le savoir-faire de la marque dans des dimensions familiales (228 x 228 x 98 cm, avec une capacité de 1 275 litres). Décliné en 3 couleurs de coque (blanc, whispering winds, sterling), le spa A700-2 de Kinedo propose également, au choix, 4 finitions de tablier : aspect bois clair lumineux avec bandeaux de leds dans les angles, aspect bois foncé lumineux avec bandeaux de leds dans les angles, rattan aux fibres synthétiques tressées et bois de synthèse gris.

Côté équipement, outre une bordure intérieure spécialement conçue pour une position parfaite et des cale-pieds favorisant le maintien, Kinedo n'a rien laissé au hasard afin de sublimer l'expérience spa pour de longues années. De même, pour se libérer l'esprit des petites contraintes, Kinedo l'a équipé d'un système de filtration à sable assurant un nettoyage beaucoup moins fréquent qu'avec d'autres systèmes (une fois par trimestre selon conditions d'utilisation). Dans la même logique d'esprit libéré, notons aussi que ce système permet la récupération d'eau avec réajustement automatique du niveau ; exit les fastidieuses remises à niveau d'eau dues à l'évaporation naturelle ou aux entrées/sorties dans le spa !

Deux variantes dotées d'un système commun de châssis autoportant mécanosoudé sont ainsi déclinées : relax avec un spa comprenant 2 pompes de massage (1 500 W), une pompe de recirculation (550 W) avec 41 buses (31 directionnelles et 10 rotatives), un réchauffeur (3 kW) et un spot chromo (6 couleurs) et relax turbo, qui surclasse la précédente version puisqu'équipée aussi d'une soufflerie, de turbo buses et d'injecteurs (8). Précisons qu'avec l'option design, disponible sur les deux variantes, Kinedo remplace le spot chromothérapie par 18 leds.

Mentionnons enfin la présence en série d'une couverture thermique garante d'économies d'énergie et d'une plus longue saison d'utilisation ainsi que d'un système de désinfection à l'ozone, à la source d'un entretien facilité comme d'une hygiène irréprochable. De même, Kinedo offre la possibilité de personnaliser son spa A700-2 : option escalier en bois de synthèse imputrescible et à structure en aluminium (2 coloris cerisier et rattan), option confort avec escalier en bois de synthèse, rampe en aluminium, banc en bois de synthèse, option échangeur thermique pour raccorder le spa au système de chauffage central, option isolation renforcée (pour limiter les déperditions de chaleur, les coques s'avèrent doublées d'une mousse expansée en polyuréthane) ou encore kit d'entretien (pour réguler parfaitement l'équilibre de son eau), Kinedo propose une multitude d'équipements.

Côté système de massage, le spa A700-2 de Kinedo affiche un large éventail où l'on choisira en fonction de ses envies et de ses humeurs les différentes zones à traiter (cervicales, trapèzes, dorsal, lombaires, jambes, mollets, plantaire...) entre les massages Détente, Douceur, Dynamique, Relax ou encore Tonique. Comble d'un bien-être total, précisons que le spa A700-2 intègre une fonction Musicothérapie (via Bluetooth) qui finira d'embarquer tous les membres de la famille dans des moments de détente absolue bercés par leurs meilleurs morceaux musicaux.

Disponible depuis le 1er avril, le spa A700-2 de Kinedo est commercialisé (3 ans de garantie sur le système et 10 ans sur la coque), avec une livraison assurée au plus près du lieu d'installation (hors grutage et/ou portage). En partenaire sérénité, Kinedo s'occupe en effet de tout, avec une prestation allant de la livraison à la mise en service en passant par une formation à l'utilisation. De quoi résolument craquer...

L'entreprise thouarsaise Schisler représentera les Deux-Sèvres à l'Élysée, les 3 et 4 juillet  
L'entreprise d'emballages en carton et papier Schisler vient d'apprendre sa sélection pour la Grande exposition du fabriqué en France, qui se tiendra à l'Élysée samedi 3 et dimanche 4 juillet 2021.



Les 3 et 4 juillet 2021, l'entreprise thouarsaise Schisler présentera son Earth cup, un gobelet biodégradable, au Palais de l'Élysée pour la Grande exposition du fabriqué en France.

| DOCUMENT REMIS

Le Courrier de l'Ouest

Modifié le 04/06/2021 à 17h12

Abonnez-vous

 Newsletter La Matinale

L'an dernier a eu lieu la première édition de la Grande exposition du fabriqué en France à l'Élysée. Un peu moins de 10 000 visiteurs sont venus découvrir une centaine d'entreprises, une pour chaque département français. Le but est de présenter des produits innovants et complètement fabriqués en France. Pour les Deux-Sèvres, l'entreprise ENO de Niort avait proposé sa plancha en fonte émaillée. En 2021, la société thouarsaise Schisler montrera son gobelet en carton entièrement compostable à domicile, l'Earth cup, samedi 3 et dimanche 4 juillet à l'Élysée.

# La franchise Gautier recherche de nouveaux partenaires

[Actualités & Interviews](#) / [Actualités des réseaux](#) / La franchise Gautier recherche de nouveaux partenaires

Créé le : 01/06/2021 Modifié le : 01/06/2021

Partager :

Afin de parfaire son réseau dans les Hauts-de-France, la **franchise Gautier** est à la **recherche de nouveaux candidats** souhaitant se lancer dans un nouveau projet entrepreneurial et rejoindre une enseigne actuellement composée de 120 points de vente en France et à l'international.



## La famille continue de s'agrandir

Avec ses 11 magasins déjà implantés en Ile-de-France, **l'enseigne Gautier souhaite poursuivre son déploiement** dans le **plus grand centre d'activité économique du sud de l'Oise**, situé entre Saint-Maximin et Creil. Le groupe est donc à la **recherche d'un futur collaborateur** pour s'installer dans cette zone commerciale très prisée, desservie par des axes routiers récents et donc facile d'accès.

Concept fortement apprécié en région francilienne, les clients et amateurs de mobilier haut de gamme sont séduits par cette enseigne dont ils partagent pleinement les valeurs. Des valeurs qu'elle défend maintenant depuis plus de 60 ans, à savoir : le made in France, l'éco-

conception et la durabilité.

## Miser sur la réussite de ses franchisés

Pour assurer à ses adhérents la réussite de leur projet, le franchiseur s'investit à 100%.

Dès leur intégration, **Gautier conseille, épaulé et accompagne l'ensemble de ses futurs partenaires**. Avant l'ouverture et tout au long de la collaboration, le franchisé est assisté dans toutes les démarches relatives à son activité.

**Une proximité qui a par ailleurs été précieuse en temps de crise**, permettant de ne pas se sentir isolé tout en profitant de l'expérience et du savoir-faire d'un groupe industriel solide et du dynamisme d'un réseau de plus de 70 établissements en France.

## Gautier c'est aussi ...

- Plus de 750 salariés
- 3 sites de production en Vendée
- L'utilisation de bois 100% français
- 6 forestiers partenaires
- Des Meubles garantis 10 ans

## Le fabricant de canapés Néology représentera la Corrèze au salon du Fabriqué en France à l'Élysée

Mardi 1 juin 2021 à 6:54 - Par Philippe Graziani, France Bleu Limousin



Naves



Il s'appelle Newton. C'est ce canapé qui sera présenté à la Grande exposition du Fabriqué en France qui aura lieu à l'Élysée début juillet. Un canapé 100 % made in France par Néology. L'entreprise de Naves en Corrèze rebondit aujourd'hui grâce au label Origine France Garantie.



Néology fabrique tous ses sièges et canapés entièrement dans son atelier de Naves © Radio France - Philippe Graziani

Il fait trois mètres d'envergure. Sa ligne est résolument contemporaine. Ce qu'augmente encore sa teinte bleue canard. *"C'est peut-être celui qui est le plus emblématique de notre capacité à fabriquer des choses un peu spécifiques et sur-mesure"* souligne Pierre Delmas, directeur de Néology, le fabricant de sièges et canapés haut-de-gamme basé à Naves près de Tulle. C'est ce modèle, baptisé Newton, qui a été choisi pour être exposé au Palais de l'Élysée début juillet. Car Néology représentera la Corrèze à la Grande exposition du Fabriqué en France, deuxième du nom.

### Français de A à Z

*"Une fierté"* pour Pierre Delmas. Une reconnaissance aussi car le made in France est une vraie philosophie pour l'entreprise depuis sa création en 1973. L'entreprise a d'ailleurs reçu le label "origine France Garantie" en 2019. *"C'est quelque chose que l'on défend. Sans se mettre en avant sur la qualité de nos produits par rapport aux autres mais vraiment pour assurer une traçabilité"*. De fait tous les canapés et sièges de Néology sont fabriqués de A à Z à Naves par la trentaine de salariés. Même leurs composants, cuirs, mousses, tissus, bois, sont français, à de rares exceptions près dues à *"des spécificités techniques imposées par des contrats"* précise Pierre Delmas.

### Une reprise dopée par le made in France

Et ça marche. Même de mieux en mieux. Surtout depuis la crise économique et la pandémie. Néology, qui vend ses canapés aux particuliers mais plus encore aux collectivités et surtout aux hôtels, a souffert ces derniers mois notamment de la chute des commandes des professionnels de l'hôtellerie. Mais elle repart très bien désormais et le made in France y a sa part. *"On sent une reprise un peu plus marquée avec les fabrications françaises"*. Pierre Delmas précise même que Néology a décroché des contrats qu'elle n'aurait pas eu auparavant.

## ECONOMIE

### Le site historique de sanitaires en céramique Jacob Delafon repris par la PME française Kramer

Ce groupe de la Meuse a officialisé, vendredi 4 juin, le rachat du site du Jura mis en vente à l'automne 2020 par le groupe américain Kohler. Cela n'empêchera pas le licenciement des 150 salariés, mais une partie pourraient être repris à court et moyen termes.

Par Aline Leclerc

Publié le 04 juin 2021 à 17h26 - Mis à jour le 04 juin 2021 à 17h36

Lecture 3 min.



« Qui sème la misère, récolte la Kohler », lit-on sur les tee-shirts accrochés par les salariés de l'usine Jacob Delafon de Damparis, dans le Jura, qui protestent contre la vente du site par le groupe américain Kohler, le 26 novembre 2020. ALINE LECLERC / LE MONDE

Un repreneur français pour l'usine emblématique de sanitaires en céramique Jacob Delafon installée depuis 1889 à Damparis, dans le Jura. Personne n'aurait parié sur cette issue il y a neuf mois, lorsque, en septembre 2020, le groupe américain Kohler, propriétaire

du site depuis 1986, a annoncé son intention de s'en séparer. Pour justifier sa décision, il mettait en avant une « *surcapacité chronique* » du site, et des coûts de production nettement supérieurs à ceux de son usine de Tanger, au Maroc.

### **Lire aussi [Chez Jacob Delafon, l'amertume des salariés face au risque de disparition d'un savoir-faire](#)**

Au terme de plusieurs rebondissements ces derniers mois, le groupe Kramer, 112 salariés (30 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019), fondé dans la Meuse en 1981, a annoncé, vendredi 4 juin dans un communiqué, qu'il était « *le nouvel acquéreur* » du site et y lancerait son activité à partir du 1<sup>er</sup> juillet. L'entreprise est spécialisée dans la robinetterie sanitaire de gamme moyenne, et notamment de marques distributeurs en vente dans les chaînes de bricolage, et très haut de gamme (Horus). « *A travers l'entreprise Horus, qui propose déjà dans sa collection Classique une gamme de céramique (vasques, baignoires, toilettes...), le groupe développera une douzaine de nouveaux modèles qui viendront enrichir son catalogue d'ici à 2022* » indique Kramer dans son communiqué, mettant en avant le « *Made in France* ».

Le président du groupe, Manuel Rodriguez, avait expliqué ses motivations au *Monde* lorsqu'il s'était une première fois porté candidat au rachat, en février. « *C'est le dernier site capable de produire de la céramique sanitaire en grès et en porcelaine en France, et sa fermeture signerait la disparition définitive de ce savoir-faire dans notre pays*, déclarait-il alors. *J'ai eu un réflexe d'entrepreneur et d'industriel. A l'heure où l'on parle de "Made in France" et de réindustrialiser la France, les planètes m'ont semblé bien alignées.* »

### **Lire aussi [Une PME française candidate à la reprise de l'usine historique de sanitaires en céramique Jacob Delafon](#)**

Il avait ensuite retiré son offre à la suite de désaccords avec le groupe Kohler. Finalement, « *avec l'aide de l'Etat et de la région* », il en a formulé une nouvelle en mars. Elle a ceci d'original que c'est la communauté d'agglomération du Grand Dole qui se porte acquéreur du terrain et des bâtiments via une société d'économie mixte dont elle est actionnaire. Montant de l'opération : 1,350 millions d'euros, dont 600 000 euros de subvention de la région. Un contrat de location-vente (ou leasing) a été établi avec Kramer, qui paiera un peu chaque année pour en devenir propriétaire d'ici quinze ans.

## **Congé de reclassement**

« *C'est un procédé intelligent*, souligne Jean-Yves Hinterlang, commissaire aux restructurations et à la prévention des difficultés des entreprises en région Bourgogne-Franche-Comté. *Cela atténue les charges pour l'acquéreur et lui permet au départ de consacrer son argent à d'autres priorités, comme le rachat de nouveaux équipements, le développement de nouveaux modèles ou la constitution d'une trésorerie.* » Kramer estime son investissement total à près de 5 millions d'euros. La PME espère aussi bénéficier de l'aide du plan de relance.

Toutefois, le tableau n'est pas tout rose. Les désaccords initiaux entre Kramer, l'acquéreur, et Kohler, le vendeur, n'ont pas permis de boucler la vente avant la fin du plan de sauvegarde de l'emploi, signé le 3 mars, actant le licenciement économique des 151 salariés. Les premiers affectés viennent de recevoir leur notification. Ils disposent d'un congé de reclassement qui leur permettra de toucher « *quasiment leur salaire pendant un an* », indique Rodolphe Gomis, délégué CFE-CGC du site.

### **Kramer prévoit soixante-cinq embauches au cours de la première année, le temps du développement des modèles, du dessin à la fabrication des moules**

Le projet du groupe Kramer prévoit cependant « *un programme d'embauches échelonnées dans lequel les anciens salariés du site seront prioritaires* ». Une vingtaine de salariés licenciés, et notamment ceux aux savoir-faire les plus spécifiques, indispensables pour relancer la fabrication de nouveaux modèles de sanitaires en céramique, pourraient être réembauchés rapidement sur le site. Kramer s'engage à informer la cellule de reclassement des offres à pourvoir. Il prévoit soixante-cinq embauches au cours de la première année. Le temps du développement des modèles, du dessin à la fabrication des moules. Et ambitionne de retrouver un total de 150 salariés d'ici à 2026, « *renouant avec l'effectif de départ du site* ».

Les salariés, qui se sont déchirés ces derniers mois sur les stratégies à suivre, ont été informés du rachat, jeudi 3 juin. « *Il y a eu un peu tous les ressentis. Certains étaient enchantés de voir qu'ils allaient pouvoir continuer ce métier qui les passionne, d'autres ne reviendront pas* », note Isabelle Baudin, déléguée CGT, qui y voit, elle, « *une bonne nouvelle* ». « *On aurait préféré ne pas être licencié ! lance Rodolphe Gomis. Se retrouver plusieurs mois inactif ne va pas être facile.* » Mais il y a dans sa voix de l'optimisme et du soulagement : « *Enfin, on tient notre chance de recommencer !* »

## Aline Leclerc

# Les boîtes à archives Cauchard mettent le cap sur l'Élysée

Le 22/06/2021 **Bruno Texier**



La salle des fêtes du Palais de l'Élysée (© Présidence de la République)

La société spécialisée dans la fabrication de boîtes à archives a été sélectionnée pour la grande exposition "Fabriqué en France" qui se déroulera les 3 et 4 juillet prochains au Palais de l'Élysée.

Les archivistes ont pris l'habitude de les appeler "les Cauchard". Ces boîtes d'archives, fabriquées en Ardèche à l'aide d'un carton spécifique et normé, répondent à des tests en matière de PH, de réserve alcaline, et de résistances mécaniques jusqu'au PAT (Photo Test Activity). Elles permettent de conserver des documents en tous genres : papier, photographies, parchemins... On les trouve notamment aux Archives nationales, à la Bibliothèque nationale de France mais aussi à la présidence de la République.

Juste retour des choses, la maison Cauchard a été sélectionnée pour la grande exposition « Fabriqué en France » qui se déroulera les 3 et 4 juillet prochains au Palais de l'Élysée. "Nous serons fiers de montrer notre expertise et notre savoir-faire dans la conception de conditionnements spécifiques" expliquent les dirigeants de l'entreprise qui compte une quinzaine de collaborateurs.

## 126 produits français mis à l'honneur

Cauchard est membre de la French FAB STP qui rassemble des PME et des ETI de la filière industrielle.

L'exposition "Fabriqué en France" met à l'honneur 126 produits issus des départements et des territoires de métropole et d'Outre-mer "qui illustrent ce que notre pays crée de meilleur".

# Miliboo ouvre un troisième magasin rue de Rivoli

MAGALI PICARD | ENTREPRISES, DISTRIBUTEURS, MILIBOO.COM

PUBLIÉ LE 25/06/2021

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

EMAIL

**Le site de meubles créé en 2005 a ouvert le 24 juin un magasin sur 460 m<sup>2</sup> rue de Rivoli à Paris. Un troisième point de vente qui fait la part belle à une offre pour les petits espaces et au made in France, notamment pour les canapés.**



Effervescence autour de la Samaritaine avec deux ouvertures coup sur coup, Ikea Décoration et Miliboo.

## LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Miliboo pour la  
première fois à  
l'équilibre

Miliboo marcherait-il sur les traces d'Ikea, toutes proportions gardées, ou serait-ce l'inverse? Toujours est-il que le site de meubles dont le siège se situe en Haute-Savoie avait ouvert en janvier 2019 boulevard de la Madeleine, en face du premier futur Ikea qui ouvrira, lui, début mai de la même année. Cette fois, rue de Rivoli, Ikea est arrivé...un jour avant en inaugurant sa version décoration le 23 juin au 144 de l'artère. Miliboo a ouvert le lendemain, le 24 juin, au 83, rue de Rivoli, à la place d'un magasin de vêtements Superdry.

**"Le meilleur du on et du off"**

Là, sur deux étages et 460 m<sup>2</sup>, Miliboo étrenne son troisième point de vente, après boulevard des Capucines et Lyon. *"Nos expérimentations digitales nous ont permis de faire un tri vertueux entre les gadgets et les solutions performantes à réelle valeur ajoutée et de proposer aujourd'hui le meilleur de on et du off"*, explique Guillaume Lachenal, fondateur et pdg de Miliboo. Au total, 2500 références sont accessibles en ligne et visibles sur les bornes disséminées dans le magasin. Leçon du premier magasin parisien, le mobilier adapté pour de petits espaces est sur-représenté. Les meubles conçus en France seront également plus présents. *"Au départ, nous avons commencé à en fabriquer mais cela ne correspondait pas à la demande des clients, précise Guillaume Lachenal. Mais depuis un an, nous avons trouvé des producteurs en Bourgogne pour les canapés et nous pouvons proposer aujourd'hui une soixantaine de références conçues en France"*. Autre tendance de fond, les meubles d'occasion : Miliboo essaie de proposer une offre cohérente constituée des retours des clients.

## A l'équilibre

Mais la route fut longue pour Miliboo qui a atteint l'équilibre sur le deuxième semestre 2020 avec un résultat de 300 000 euros pour un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros. Une première depuis son introduction en Bourse il y a cinq ans. Le panier moyen est passé de 250 à 267 euros. Le chiffre d'affaires des boutiques s'est envolé de 30% durant ces six mois. Un bonus sur lequel Guillaume Lachenal compte bien capitaliser en embrayant sur l'ouverture d'une nouvelle boutique.

Dossier : La nouvelle éco, comment le coronavirus bouleverse l'économie

## La nouvelle éco : les parasols catalans antivols vont être exposés à l'Elysée

Vendredi 18 juin 2021 à 16:08 - Par Bastien Munch, France Bleu Roussillon, France Bleu



Pollestres



L'entreprise Para'vols, basée à Pollestres, a été sélectionnée pour présenter ses parasols antivols à l'Elysée, lors d'une exposition consacrée aux produits fabriqués localement dans le pays. L'inauguration se fera en présence d'Emmanuel Macron.



Les pieds de parasols de Para'vols restent ancrés dans le sable et résistent au vent et aux vols. - Para'vols

Des parasols catalans débarquent à l'Elysée ! Et pas n'importe lesquels : ce sont précisément **des pieds de parasols résistant au vent et aux voleurs**, grâce à une base en forme de pelle qui fait l'effet d'une ancre enfouie dans le sable, le tout relié à un casier cadenassé. *"C'est une personne de la chambre de commerce et d'industrie des Pyrénées-Orientales qui m'a conseillé de candidater pour l'exposition 'Fabriqué en France' à l'Elysée, je leur ai envoyé la présentation de notre produit"*, explique Laurent Vignouille, le fondateur de l'entreprise Para'vols. *"On a eu la chance d'être retenus pour représenter le département, avec une centaine d'autres entrepreneurs venus de toute la France."*

Lors de cet événement, qui se déroulera les 3 et 4 juillet, **Emmanuel Macron lui-même inaugurer le début de l'exposition**. *"C'est une énorme fierté, on va pouvoir mettre en avant notre produit presque en tête-à-tête avec le président de la République"*, avoue-t-il. *"On va parler de notre produit à des gens un peu plus importants, qui pourraient peut-être avoir aussi un intérêt particulier pour notre entreprise. On espère même le faire reconnaître comme un produit d'utilité publique, puisque c'est le seul aujourd'hui à pouvoir protéger les gens sur les plages."*

### Gagner en visibilité

Après deux ans d'activité, l'entreprise doit faire face à **un afflux de commandes ces derniers mois**. *"On gagne en visibilité et on a de plus en plus de comités d'entreprise qui ont la gentillesse d'offrir ça à leurs employés. Donc oui, les commandes ont fortement augmenté et on est en discussion avec d'autres grosses entreprises en France et à l'étranger"*, continue Laurent Vignouille. *"J'espère que cette exposition à l'Elysée va nous faire connaître d'autres nouveaux clients. Plus le produit sera vu, plus il y aura de contact et plus il y aura d'opportunités à le proposer et à le présenter ailleurs."*

## Pratique : *Et si le Para'Vols devenait un incontournable de la plage ?*



Inventé dans les Pyrénées-Orientales, le Para'Vols est invité à L'Elysée, les 3 et 4 juillet prochains... Photo Droits réservés

Pour la deuxième année consécutive, la **“Grande exposition du fabriqué en France”** se tiendra au palais de L'Elysée, les 3 et 4 juillet prochains. Plus d'une centaine d'entreprises y seront présentes, quelle que soit leur taille (TPE, start-up, PME/ETI, grands groupes) et leur secteur d'activité économique, de l'artisanat à l'innovation industrielle de pointe. Gros plan sur celui qui incarnera les **Pyrénées-Orientales** : le *Para'Vols* !

**“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**, le créateur du *Para'Vols* et de la société éponyme.

### Le parasol breveté *“anti-vol et anti-envol”*

**Il explique la philosophie** de ce pied de parasol pas comme les autres : *“À la plage. tout le*

*monde rencontre les mêmes soucis. Il est 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, ce sont les vols. Comment profiter de la baignade quand on a peur de se faire dérober ses affaires ?”*

**Para'vols**, affirme-t-il, répond à ces deux préoccupations : *“C'est le parasol antivol et anti-vent qui permet d'enfin vivre de véritables moments de détente à la plage !”* C'est le premier pied de parasol qui permet de protéger ses affaires et de se prémunir de tout risque d'envol . Ce produit unique et breveté est le fruit de plusieurs années de recherche, d'évolutions et d'améliorations.



Le Para'Vols se pose tout simplement sur les plages de galets... Photo D.-R.

Léger, (environ 1.5 kg) il a été conçu de façon à être très facile à installer. Il est doté d'une pelle intégrée qui permet de creuser un trou dans lequel on dépose le pied. *“Une fois recouverte de sable, la pelle agit comme une ancre, et garantit que le parasol ne bouge pas, même en cas de vent fort (...) Il s'adapte à la plupart des parasols de plage, un atout majeur puisqu'il permet aux particuliers comme aux professionnels de l'utiliser en toute sérénité.”*

## Une version conçue spécialement pour les clubs de plage

En effet, *Para'vols* ne s'adresse pas uniquement aux particuliers qui recherchent la tranquillité. Le pied de parasol catalan proposé également une version conçue pour les campings et clubs de plage. Le modèle *“Clubs”* est équipé du système d'ancrage dans le sol, d'un coffre en inox qui sécurise les affaires (lire plus bas) mais peut aussi servir de bac à glaçons et être doté d'une table en bois.

**Et pour protéger ses affaires**, il suffit de les placer dans le coffre placé sur le pied, de fermer le couvercle et de le sécuriser avec un cadenas à code. Ensuite, on peut aller se baigner sans crainte de se faire voler !

## Un pur produit des Pyrénées-Orientales !



Parfait pour éviter toute déconvenue sur le sable ! Photo D.-R.

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. Pratique !

Ce pied de parasol révolutionnaire est entièrement fabriqué dans les ateliers de *Para'vols*, dans les Pyrénées-Orientales. La société a choisi de

travailler avec des petites entreprises familiales, à taille humaine, qui fournissent du travail de grande qualité.

Comme *Para'vols* a choisi le modèle du *e-commerce*, le nombre d'intermédiaires est limité, ce qui permet à la société de pratiquer **des tarifs compétitifs**, explique encore Laurent Vignouille : *“Notre objectif est de permettre au plus grand nombre de bénéficier de ce nouveau concept (...) Para'vols est aujourd'hui disponible sur la boutique en ligne de la société. Celle-ci a pour ambition de le distribuer dans tous les pays où il y a des plages, qu'elles soient de sable fin ou de galets.”*

Et pour commencer, pourquoi pas sur les pelouses de l'Elysée ?!

**Philippe MOURET**



TV

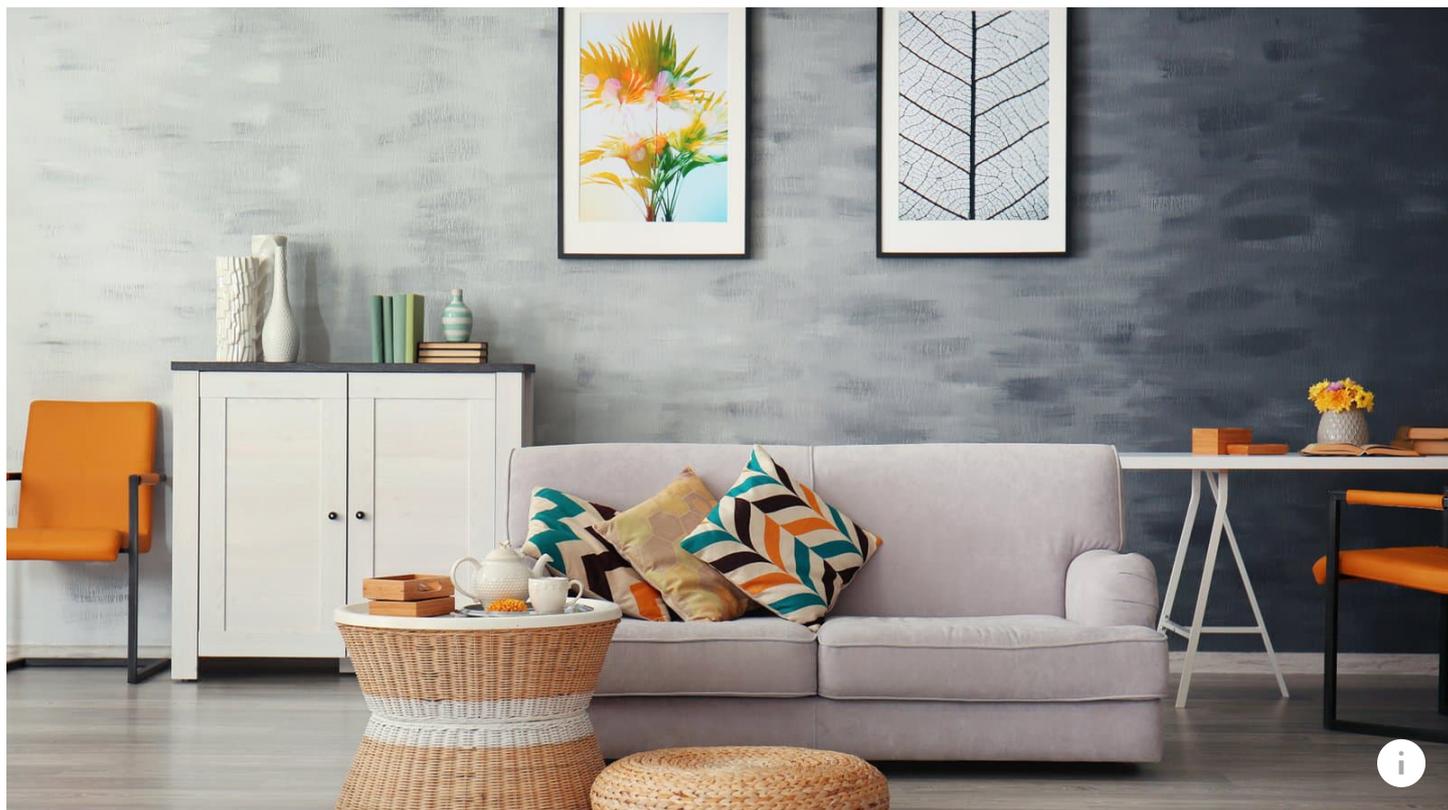


RADIO

 > PRATIQUE

# SCENOLIA REDONNE DES COULEURS À VOS MURS À L'APPROCHE DE L'ÉTÉ

En partenariat avec Scenolia Le 14/06/2021 à 18:34



**Spécialiste de la déco murale intérieure et extérieure, Scenolia habille tous les murs de votre maison... même ceux auxquels vous n'auriez jamais pensé. Salon ou balcon, cuisine ou coin piscine, cette société tricolore attachée au "made in France" est prête à relever tous les défis pour vous aider à voir l'été en couleurs.**

Après plusieurs mois enfermés à la maison, l'été vous donne sûrement des envies d'évasion... Plage, montagne ou campagne, vous êtes bien décidé à changer d'air. Et si vous profitez également des beaux jours pour donner un petit coup de frais à votre maison ou à votre appartement ? Comme ça, vous vous sentirez encore mieux chez vous quand vous rentrerez de vacances !

Avec **Scenolia**, spécialiste de la décoration grand format, vous allez pouvoir personnaliser vos murs à l'infini. La seule limite ? Votre imagination. Forte de sa grande expérience, cette société française est la seule à revendiquer un savoir-faire sur toutes les surfaces possibles. Elle est capable d'habiller vos murs à l'intérieur, mais aussi à l'extérieur de la maison. Balcon, terrasse, coin piscine, spa, pool house... rien ne lui fait

## Scenolia répond à tous vos désirs, même les plus fous

Pour vous aider à vous sentir bien chez vous, *scenolia.com* propose plus de 2 000 produits accessibles en ligne. Papiers peints, posters, tableaux, tentures murales... C'est une véritable caverne d'Ali Baba pour ceux qui cherchent à égayer leur intérieur. On y trouve également des brise-vue, pour se protéger des regards extérieurs quand on fait bronzette sur son balcon, ainsi qu'une multitude d'accessoires servant à la pose des éléments de décoration.

La star du moment chez Scenolia, c'est le **papier peint**. Depuis le premier confinement début 2020, il s'est imposé comme la grande tendance au rayon déco. À la fois économique et facile à poser, il permet d'apporter une touche d'originalité à un intérieur sans avoir besoin de faire appel à un professionnel. Formes abstraites, motifs floraux, ambiances tropicales, paysages... il y en a pour tous les goûts et toutes les surfaces, même pour les pièces humides comme la salle de bain.

## Personnalisez votre décoration avec Scenolia

Scenolia dispose d'un studio artistique intégré, pour toujours rester à l'affût des dernières modes. Sa mission ? Rester en contact permanent avec des photographes indépendants et des agences afin de sélectionner les œuvres les plus tendance. Mais ce n'est pas tout... Grâce à sa banque d'images partenaire, les clients de l'entreprise disposent d'un catalogue de 100 millions de visuels pour faire leur choix. Chaque jour, ce sont 15 000 nouvelles images sont rajoutées pour séduire les clients à la recherche d'originalité.

Si jamais vous ne trouvez pas de ce que vous avez en tête sur le site Internet de Scenolia, l'entreprise propose une multitude de services pour personnaliser votre décoration. Une image spécifique ? Un format inhabituel ? Une matière nouvelle ? Un usage qui sort de l'ordinaire ? Un produit lumineux ? Une demande spéciale pour un mariage ou une fête d'entreprise ? Tout est possible !

## Des produits "made in France" respectueux de l'environnement

Tous les produits de Scenolia vendus en France sont fabriqués dans les Monts du Lyonnais, à une cinquantaine de kilomètres de la Capitale des Gaules. Un engagement fort pour la localité qui répond à des exigences de qualité. Mais ce choix vise également à limiter au maximum l'impact de la société sur l'environnement. Pour encore plus d'efficacité dans la réduction de son empreinte carbone, Scenolia mise également sur

pu réduire l'empreinte carbone de ses transports de 60 000 tns, ce qui correspond au volume de 20 piscines olympiques.

Entreprise 100% française, Scenolia est la marque d'édition des produits de décoration de la société Prismaflex International, engagée depuis 20 ans sur la question environnementale. Les efforts du groupe lui ont notamment permis de décrocher la certification européenne ISO14001 pour tous ses sites français. Un label qui l'engage à réaliser un suivi de sa performance environnementale, ou encore à minimiser ses déchets et les énergies utilisées dans ses ateliers. Prismaflex a également obtenu le label Imprim'Vert en 2020, avec pour objectif de contribuer à la réduction de la pollution environnementale de la filière de l'imprimerie.

Vous l'aurez compris, outre ses engagements pour la planète et le "made in France", les points forts de Scenolia sont sa polyvalence et sa réactivité. Des qualités qu'elle doit largement au circuit court mis en place dès sa création en 2006. En effet, tous les savoir-faire de l'entreprise sont regroupés sous un même toit, ce qui lui permet de proposer des produits de qualité et innovants à des prix imbattables. Si vous ne nous croyez pas, allez donc faire un tour sur leur boutique en ligne. Vous serez surpris !

*Ce contenu a été réalisé en partenariat avec Scenolia. La rédaction de BFMTV n'a pas participé à la réalisation de ce contenu.*

En partenariat avec Scenolia

## CONTENUS SPONSORISÉS



**Ecco perché i Mac si rallentano nel tempo**

MacKeeper



**Intestini: un semplice trucco per svuotarli...**

Salute Intestinale



**X41 : Une montre d'exception à un rapport...**

CODE41 Watches

Honfleur

# Une pergola fabriquée à Honfleur et bientôt exposée... à l'Elysée

La pergola fabriquée par l'entreprise Socotex à Honfleur a été sélectionnée pour participer à la grande exposition du « Fabriqué en France » au Palais de l'Elysée début juillet.



Deborah Peyrucq est la dirigeante de l'entreprise familiale Socotex. (©Socotex)

Par **Rédaction PA**

Publié le 24 Juin 21 à 17:56

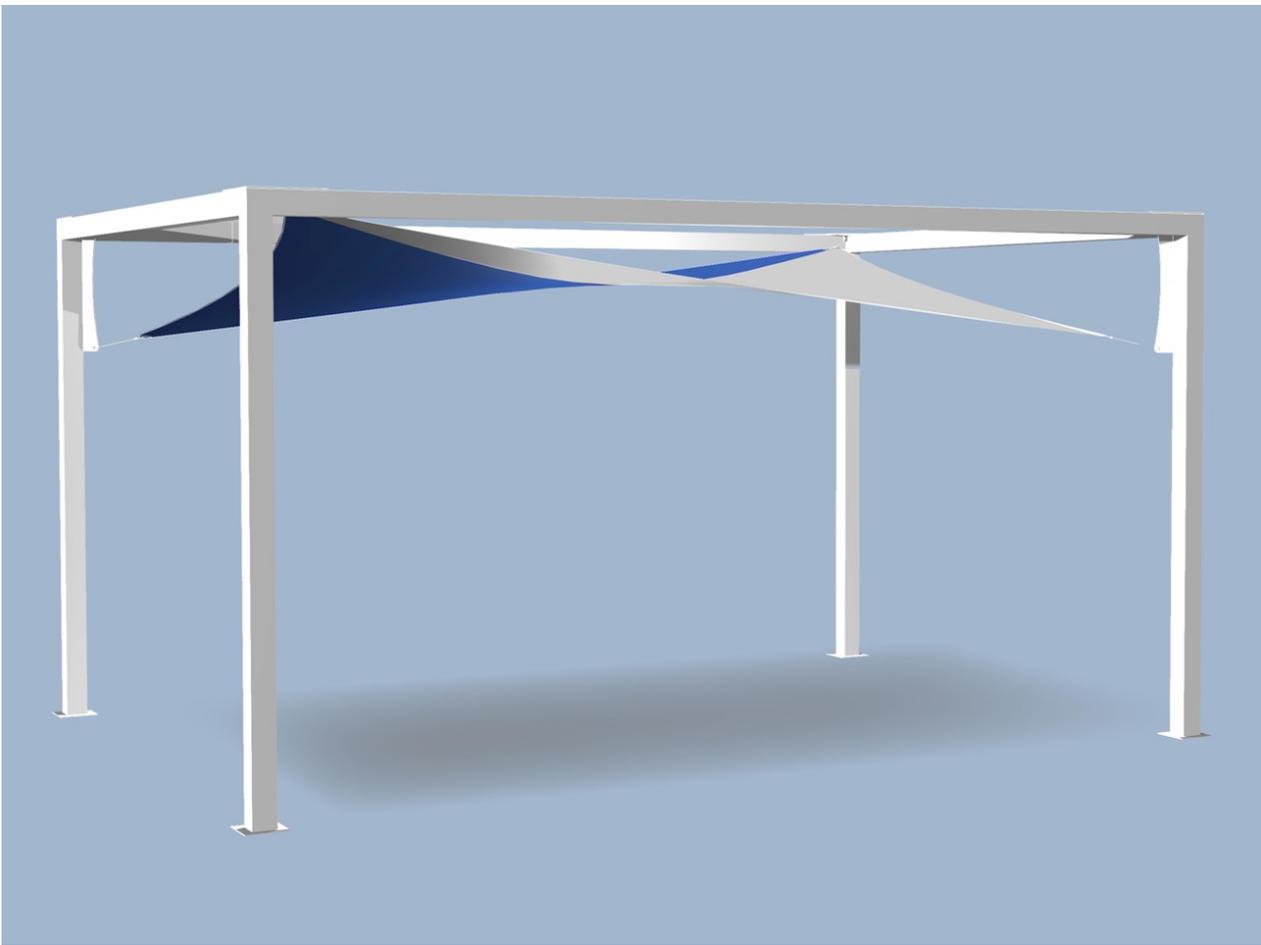
Le Pays d'Auge

La nouvelle est tombée brusquement : l'entreprise de **Honfleur** (Calvados) **Socotex** a été sélectionnée pour participer à la [grande exposition du « \*\*Fabriqué en France\*\* »](#), organisée au Palais de l'Elysée les 3 et 4 juillet 2021.

## Deux entreprises du Calvados représentées

Initiée en janvier 2020 par le Président de la République, cette première édition fut un tel succès que sa réédition en 2021 s'imposait.

Son objectif est de mettre à l'honneur pendant deux jours entreprises, artisans, producteurs et industriels. Les visiteurs pourront découvrir **126 produits issus de tous les départements et territoires de France**. Objets du quotidien, spécialités locales, outils industriels, innovations emblématiques, ils illustrent ainsi la grande richesse du savoir-faire français. La visite est gratuite mais sur inscription et le site affiche déjà complet depuis un moment.



La pergola de Socotex à Honfleur, qui trônera au Palais de l'Elysée. (©Socotex)

Dans le département du Calvados, deux sociétés ont été sélectionnées, **Métalu-Plast**, avec son abri de touche VIP et **Socotex**, avec sa **pergola abrivoile et lambrequin lumineux**. Fabriquant d'équipements de terrasse sur mesure, avec pergolas, voiles d'ombrage, parasols, stores, tentes, l'entreprise avait présenté un dossier par l'intermédiaire de Team France Export, dispositif public d'accompagnement des entreprises à l'international.

## >> A LIRE AUSSI : HONFLEUR. L'entreprise Socotex embauche des jeunes malgré la crise

**Deborah Peyrucq**, dirigeante de cette entreprise familiale, donne des détails de fabrication :

« La pergola fait 5 m sur 3,5. C'était un peu un challenge car il fallait quelque chose d'auto-porté, on ne peut rien accrocher sur la façade de l'Elysée ! Il a fallu se servir du cadre de la pergola pour accrocher le voile ».

Et cerise sur le gâteau, elle vient d'apprendre que la pergola servira d'abri pour l'allocution d'inauguration que le **Président de la République** Emmanuel Macron fera le 2 juillet 2021 à 18 h. Ne pouvait-on rêver de meilleur ambassadeur !