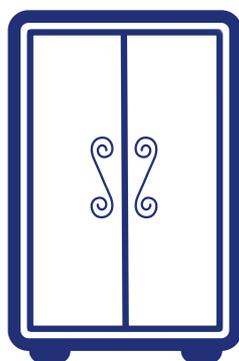


# Revue de Presse Made in France

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

## MOBILIER

*Juillet 2021 - Septembre 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)

# Héricourt : un fabricant d'escaliers au Salon du Fabriqué en France à l'Élysée

Thibault Quartier | Publié le 30/06/2021



Olivier Marczak conçoit des escaliers design. | ©Le Trois – Thibault Quartier

**Le palais de l'Élysée, à Paris, accueille les 3 et 4 juillet la 2<sup>e</sup> édition de la Grande exposition du Fabriqué en France. 126 produits issus de tous les départements seront représentés, dont l'escalier Spinae façonné par le Terrifortain Olivier Marczak.**

L'ensemble est monumental. Et en même temps léger. Aérien. La partie centrale, qui relie les marches de cet escalier, ressemble à s'y méprendre à une colonne vertébrale. Chaque arête de l'escalier ont été soudée à 100 %. C'est l'escalier Spinae, réalisé à cinq exemplaires, même si chacun est forcément unique car s'adaptant au lieu de son installation. Il a été façonné par Olivier Marczak, d'Évette-Salbert.

Olivier Marczak conçoit, fabrique et assemble des escaliers design, avec n'importe quel matériau : bois, acier, verre, béton, composite, latex... Vous avez des envies. Il aura les idées. Là, les marches sont en papier japonais. Plus loin, elles sont totalement transparentes et illuminées. « *Ce que j'aime dans le design, confie Olivier Marczak, c'est le contemporain, les choses affinées, épurées et surtout intemporelles.* » Mieux, il n'y a aucune soudure apparente sur ses escaliers.



## Un nouvel atelier à Héricourt

Les 3 et 4 juillet, ce savoir-faire sera présent à la Grande exposition du Fabriqué en France, organisée à l'Élysée. C'est le seul représentant du nord Franche-Comté. L'an dernier, lors de la première édition, le Peugeot 5008, les casseroles Cristel et les hameçons VMC étaient représentés ([notre article](#)). « *Je suis assez fier* », confie, simplement, Olivier Marczak

La société a été créée il y a 15 ans. Depuis 10 ans, Olivier Marczak ne fait que des escaliers et des structures importantes, comme des terrasses. Et l'entrepreneur de remarquer que l'une des plus grosses parties de son métier est la logistique. Pour déplacer, faire entrer et installer l'escalier, c'est toujours un défi, car chaque ensemble est fait d'une seule pièce. « *Il faut penser un mode opératoire* », relève-t-il. Cela passe à quelques millimètres, parfois, dans l'encablure d'une porte. Son ancienne vie dans un bureau d'études de Peugeot, où il travaillait sur les dimensionnements du véhicule l'aide particulièrement.

Olivier Marczak vient d'installer son atelier dans la zone industrielle d'Héricourt, qui longe la R.N 1019 menant à Vesoul, pour pouvoir accroître son activité. Cette grande exposition lui offre aussi une nouvelle marche à gravir.

- **Escaliers Olivier Marczak** : <https://www.escalier-design.fr/>

## Innovations fortes chez Vaudou Sport !

La marque de literie haute-performance dévoile régulièrement de nouveaux concepts percutants et audacieux, ce qui a d'ailleurs valu à son président, Larick Cartron, de faire une apparition dans le magazine économique *Capital* (M6) en janvier dernier. Pour 2021, Vaudou Sport suit cette ligne de conduite, en dévoilant un matelas de grande qualité au prix imbattable puisque éliminant « tous les faux frais », mais aussi une gamme courte et très optimisée, 100 % made in France, facile à vendre et à livrer. Entretien avec le dirigeant de la société, qui est également à la tête de « Le Matelas Vert », orientée sur la literie naturelle et éco-responsable, et venant d'ouvrir son premier magasin physique. *Publi-*  
*communiqué.*



*Larick Cartron, dirigeant de Vaudou Sport*

## **A l'occasion de ces soldes d'été 2021, vous venez de développer, pour votre société Vaudou Sport, un nouveau concept baptisé « Kickass ». Pouvez-vous nous expliquer ce qu'est ce « matelas #DIY » ?**

C'est en réfléchissant aux postes onéreux de la fabrication d'un matelas que j'ai cherché à faire gagner de l'argent à mes clients en leur offrant un bon sommeil sur un produit de qualité, mais sans leur facturer des postes liés au marketing et faux frais inclus dans la fabrication de leur matelas. Il ne s'agit pas de faire « une remise sur une remise » – le matelas Kickass n'a d'ailleurs rien d'innovant en soi – mais plutôt de faire véritablement gagner de l'argent aux consommateurs en fabriquant la partie essentielle du produit, uniquement. Ainsi, « Kickass » est le premier matelas vendu sans son couil, celui-ci étant simplement déposé dans le carton, à enfiler soi-même. Nos clients, généralement sportifs, auront donc la mission de houer eux-mêmes leur matelas, qui n'aura pas de chaussette d'enfilage non plus pour un gain de quelques euros supplémentaires... Le couil sera déposé dans le carton qui ne sera ni brandé ni renforcé, à l'inverse de notre gamme habituelle. Ce matelas « low cost » sera évidemment très faiblement margé, pour être de loin le plus agressif dans sa catégorie de produits.



*Le matelas Kickass veut « faire véritablement gagner de l'argent aux consommateurs en fabriquant la partie essentielle du produit, uniquement »*

## **On pourrait imaginer, de ce fait, que la qualité a été revue, elle aussi, à la baisse...**

Justement, non, et c'est sur ce point que nous ne voulions pas déroger ! Nous nous sommes positionnés il y a plusieurs mois sur des lots de mousse soja de grande qualité (40 kilos de densité) pour créer cette série limitée ; nous avons préféré une conception simpliste HR / visco très répandue sur le marché pour éviter de faire de l'exotique, donc de l'onéreux. Pour économiser d'avantage, nous sommes restés sur 4 dimensions au lieu des 8 habituelles. Ces matelas seront garantis 10 ans et auront les mêmes atouts que notre gamme, mais coûteront pas loin de trois fois moins cher à fabriquer, donc autant d'économies pour nos clients... qui seront acteurs de l'ultime étape de conception de leur propre matelas !

## **Ne pensez-vous pas, justement, que ceci pourrait réfréner les acheteurs potentiels ?**

Lorsque l'on achète des meubles à bas prix, nous sommes contraints de les monter nous-mêmes ! Cela sera la même chose pour ce matelas. Nous échangeons énormément avec nos clients, qui nous font part de ce qu'ils veulent : notre force, c'est aussi notre communauté sportive qui est large et qui touche différents cercles – amateurs ou de haut niveau – mais parfois le prix ne passe pas... Nous leur avons soumis ce concept, et tous ont trouvé l'idée ingénieuse, expliquant qu'ils étaient capables de faire un lit, donc de mettre un coutil autour d'un matelas si cela pouvait leur faire gagner plusieurs dizaines d'euros sur leur achat. L'idée a été validée par une étude interne que nous avons menée auprès de notre panel de consommateurs.



*Matelas Kineplus Vaudou Sport*

## **Combien va -t-il falloir déboursier pour ce matelas Kickass ?**

Au regard de ce que nous avons mis dans ce produit, il ne faut pas s'attendre à un matelas à 200 euros comme pour des produits d'importation : il s'agit tout de même d'un produit fabriqué en France, validé par notre partenaire formateur de kinésithérapeutes du sport et composé d'un couil spécifique « Celliant », bien plus onéreux qu'un couil polyester que l'on retrouve partout... Ce matelas reste donc un produit très qualitatif, qui se vendra malgré tout sous la barre des 400 euros en 140 cm, avec ses 10 ans de garantie et ses 100 nuits d'essai. Ce sont, d'ailleurs, tous ces arguments mis bout à bout qui lui ont valu ce sympathique sobriquet !

**Être le premier à tenter ce genre d'innovations, comme être le premier à créer une marque 100 % sportive en literie ou 100 % écologique, n'est-ce pas prendre des risques pour les autres dans un marché très serré, où il est toujours financièrement risqué d'innover ?**

Les acteurs de la literie sont répartis dans deux gros wagons : d'un côté, ceux qui innovent en développant des concepts ou des produits à forte valeur ajoutée, puis de l'autre, ceux qui attendent pour contrefaire quand cela fonctionne. La question est de savoir lesquels sont les plus astucieux... Dans tous les cas, s'il est vrai que j'en

subis les conséquences – que cela soit avec Vaudou Sport, ou mon autre marque, Le Matelas Vert – je préfère être une « locomotive » qu'un « suiveur » ! À mes yeux, l'entrepreneuriat c'est innover, chercher l'idée judicieuse qui fera son chemin et sur laquelle personne n'a misé avant. Lorsque je vois des « copier-coller » de mon travail chez certains concurrents, outre le fait que mon service juridique joue son rôle, cela décuple ma détermination pour améliorer les moindres facettes de mon travail, que je vis comme une passion.

[Lire aussi : La literie régénérante Vaudou Sport à la conquête des revendeurs français](#)

## **Et cette passion se porte aussi, justement, sur les matelas naturels que vous avez créés chez Le Matelas Vert, votre seconde entreprise. Une boutique vient justement d'ouvrir ses portes dans le Marais à Paris : adoptez-vous une autre stratégie que celle déployée avec Vaudou Sport ?**

Nous venons effectivement d'ouvrir une première boutique dans le cœur du Marais, à quelques pas de nos anciens bureaux, au 9 rue des Blancs Manteaux ; c'est un projet très excitant ! Notre clientèle nous le demandait depuis 2017, c'est désormais chose faite. Cette boutique de 85 m<sup>2</sup> est l'écrin idéal pour présenter notre marque qui s'affiche en tête du marché du naturel et de l'éco-responsabilité chez les pure-players. La stratégie de cette société est aux antipodes de celle que nous menons chez Vaudou Sport : ni les produits, ni les clients et encore moins les prospects commerciaux ne sont sur le même segment entre ces deux marques. L'objectif est de maintenir l'avance que nous avons sur les nombreux acteurs dits « verts » qui arrivent chaque jour sur le web, et de rester positionné à des niveaux de tarification où peu d'entreprises pourront venir nous challenger.

Concernant Vaudou Sport, la démarche qui nous intéresse est plutôt la recherche de nouvelles technologies du sommeil : nous investissons beaucoup en recherche et développement, notamment avec des universités et des centres du sommeil. Notre clientèle est friande d'innovations, c'est la raison pour laquelle la gamme que nous préparons pour les magasins est, elle-aussi, très audacieuse et pertinente en ce sens.



*Le Matelas Vert, marque éco-responsable, vient d'ouvrir sa première boutique au cœur du Marais, dans la Capitale.*

**Vous évoquez une nouvelle gamme pour sportifs qui ne sera donc pas vendue sur internet ? Cela serait un choix atypique dans ce virage digital, où justement beaucoup d'enseignes traditionnelles rêvent d'un succès comme le vôtre sur le web...**

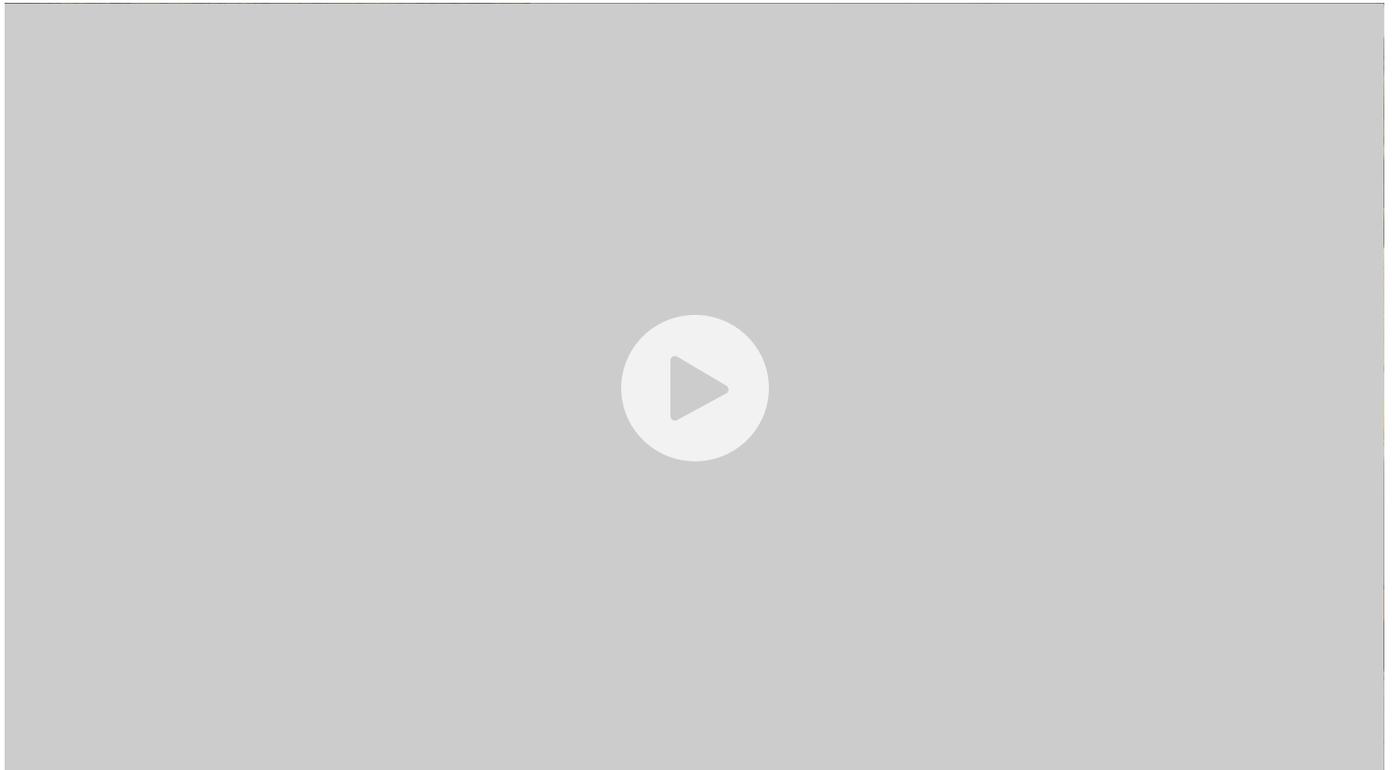
Il ne s'agira pas d'une gamme pour sportifs, mais pour tous. L'idée n'est pas de segmenter le besoin ni de se disperser, mais d'être efficace et organisé. Nous développons, depuis 2019, une nouvelle collection de 3 matelas dessinés pour le profil exact des consommateurs en magasin : ceux ayant des problèmes de dos, de sudation nocturne ou encore de confort... Nous avons créé quelque chose qui contentera tout le monde, à commencer par les revendeurs ! Possédant moi-même une casquette « trad », j'ai une analyse approfondie de la position d'achat des consommateurs en magasin. Grâce à mon partenaire industriel, nous pouvons donc accéder à un large spectre d'outils permettant de mettre au point une solution complémentaire aux implantations existantes. Au regard des indicateurs actuels, les magasins traditionnels vont probablement être confrontés à des pénuries pour quelques mois encore, c'est donc le moment de leur présenter un excellent produit livrable, fiable, à forte valeur ajoutée, entièrement fabriqué en France et qui ne connaîtra pas la rupture de stock. Beaucoup de points de vente doivent rattraper leur retard : cette gamme spécialisée pour le dos aura des arguments forts qui n'existent pas dans le « trad », comme des conditions de 100 nuits d'essai avec 10 ans de garantie pleine, ou

des implantations géographiques exclusives. Les centrales qui nous feront confiance enverront un message fort à leurs adhérents : celui de privilégier un partenaire français plutôt qu'une MDD portugaise ou espagnole – c'est aussi le souhait des consommateurs qui ne savent plus à quel saint se vouer. Pour se relancer, les magasins auront besoin d'être armés pour conserver leur crédibilité historique face à l'inexorable montée en puissance du digital qui, nous sommes bien placés pour l'affirmer, ne fait aucun cadeau...

## Mobilier de jardin : les Français craquent pour un salon d'extérieur

Publié le 03/07/2021 17:21 Mis à jour le 03/07/2021 17:58

Durée de la vidéo : 2 min.



2 C. Guyon, O. Labalette, I. Delion, D. Breyse, V. Buu - France 2  
France Télévisions



13 Heures  
Édition du samedi 3 juillet 2021

**Le Covid-19 a réveillé le marché du mobilier extérieur. Exit les chaises et tables en plastique : les Français veulent du confort et de l'esthétisme.**

Nathalie, habitante de Muret en Haute-Garonne, profite de son nouveau salon d'extérieur, installé sur sa terrasse. Elle a opté pour des meubles en résine tressée plutôt qu'en bois, pour un total de 500€. "*Quand je les ai vus, je me suis dit tout de suite que c'est ça qu'il me fallait*", raconte-t-elle, sous le charme. La tendance est aux lignes futuristes, aux couleurs pétillantes, aux matériaux modernes et aux mélanges. Les fabricants jouent la carte du design, et les prix atteignent parfois plusieurs milliers d'euros. À Thoissey, dans l'Ain, une usine de meubles en acier "made in France" tourne à plein régime. Un matériau plus léger et moins volumineux qui séduit de plus en plus de personnes. Entre 10 et 15 nouveaux modèles sont proposés chaque année. "*Les gens ont besoin de voir de nouvelles choses*", explique Baptiste Reybier, directeur général de Fermob.

### Un budget plus important

Avec un panier moyen de 1 500 euros, le budget des Français est en hausse. Notamment grâce aux économies réalisées pendant la crise sanitaire, faute de pouvoir voyager. Les rayons dédiés au mobilier extérieur s'agrandissent, comme dans les jardineries. "*Ça devient vraiment une pièce à vivre*", explique Antonio Lourenço, responsable du rayon plein air à Jardiland. Les ventes du secteur s'élèvent à 30 millions d'euros en 2020, soit une hausse de 4,2% par rapport à 2019.

Tout l'été Philippe Duport donne la parole à ceux qui se sont lancés dans des aventures inspirantes. Jeudi, Martin Sauer, qui a créé une ligne de mobilier spécialement pensée pour le télétravail.

Philippe Duport  
Radio France

Publié le 15/07/2021 07:37 Mis à jour le 15/07/2021 09:32

Temps de lecture : 1 min.



**Exemple de mobilier proposé par Slean.** (Slean)

C'était la bonne idée au bon moment. En avril dernier, Martin Sauer devait, avec ses deux associés designers, lancer une ligne de mobilier. Ils ont dû tout arrêter. Pivoter, comme on dit. Le concept de Slean c'est "*l'idée est de réconcilier l'ergonomie et le design pour avoir à la fois des produits sur lesquels on va pouvoir travailler toute la journée mais que l'on va pouvoir mettre chez soi directement, suffisamment esthétiques pour se retrouver dans son salon. Surtout ils se démontent très facilement pour disparaître quand on n'en a plus besoin.*"

Concrètement, ce sont plusieurs bureaux, dont un réglable en hauteur, qui permet de travailler assis ou debout. Et des chaises, validées par un ostéopathe spécialisé en ergonomie du travail. Tout est fabriqué en France et garanti à vie.

Slean a surfé sur la vague, au bon moment. En partant pourtant avec zéro euro et un crowdfunding, une levée de fonds participative, de 20 000 euros seulement, histoire de vérifier que le concept plaisait.

# Duvivier, des diamants de canapé

Paris Match | Publié le 02/08/2021 à 04h18

[Mariana Grépinet](#)



Aymeric Duthoit, dans l'usine de fabrication à Usson-du-Poitou Virginie Clavières / Paris Match

×Close

L'entreprise familiale fondée en 1840 et spécialisée dans le travail du cuir a été reprise et relancée en 2016 par Aymeric Duthoit. Elle équipera le Pavillon France à l'Exposition universelle de Dubaï.

Pierrette Timonier caresse la peau acajou et délimite, avec un styilet connecté à l'ordinateur, les zones où la matière est moins belle. « À partir de là, la machine va définir quelles pièces seront coupées dans ce morceau », explique cette traceuse de 48 ans. Embauchée chez Duvivier à 20 ans, elle a connu l'époque des ciseaux à air, avant l'arrivée des appareils modernes. Il faut en moyenne cinq peaux pour fabriquer un canapé. Derrière elle, dans le vaste atelier d'Usson-du-Poitou, au sud-est de Poitiers, des centaines de peaux sont empilées sur des chevalets classés par couleur, bleu requin, abricot, carmin... Les plus beaux cuirs sentent les fleurs, assurent les parfumeurs.

**Lire aussi:** [L'artisanat : une richesse française](#)

« On ne garde que la pleine fleur, la couche supérieure de la peau de l'animal », rebondit Aymeric Duthoit, le président, en précisant qu'il se fournit principalement chez Rémy Carriat, une des dernières tanneries françaises à travailler pour l'ameublement, installée à Espelette, au Pays basque. Il nous invite à toucher, à comparer ces matières souples et onctueuses, toutes issues de taurillons limousins ou charolais élevés pour l'alimentation. « Le cuir est l'industrie du recyclage la plus ancienne, plaisante-t-il. Et en général, une très bonne viande, c'est une très bonne peau. » Parmi les sept gammes qu'il propose, de l'épais koskoa au boxcalf, le moins onéreux, en passant par le welsh, pour les connaisseurs, il préfère l'anicalf, plus lisse et au grain légèrement apparent. Les 3 000 canapés et fauteuils qui sortent chaque année des ateliers sont entièrement personnalisables et fabriqués à la commande.

**Lire aussi:** [Cuir de champignon, la mode part en cueillette](#)

En reprenant l'entreprise en 2016, Aymeric Duthoit a souhaité revaloriser le savoir-faire de ses 65 salariés, répartis sur deux sites : celui d'Usson et celui de Lussac-les-Châteaux, situé à une vingtaine de kilomètres, où se trouve l'atelier de menuiserie pour la fabrication des châssis, piétements et autres éléments en bois. Il a cherché à monter en gamme en collaborant avec une nouvelle génération de designers et de stylistes. Guillaume Hinfray, devenu directeur artistique, a ainsi imaginé une chaise longue d'intérieur en cuir baptisée Émile. L'offre a été revue et le travail avec des fabricants français de textile comme Pierre Frey ou Toiles de Mayenne a contribué au développement de la gamme de sofas en tissu (40 % des ventes aujourd'hui). Alors que l'environnement figure dans le top 3 des préoccupations des Français, la maison s'est aussi rapprochée de l'industrie nautique et utilise désormais les surplus de hêtre massif du numéro un français, le groupe Bénéteau, où Aymeric Duthoit a passé une quinzaine d'années.



Une des couturières de l'entreprise. © Virginie Clavières / Paris Match

Pour développer le marché à l'étranger, ce dernier met en valeur les racines locales de sa société, labellisée « entreprise du patrimoine vivant », un gage d'excellence. « Le “made in France” – ou plutôt le “fabriqué en France” – est à la mode en Asie », dit en souriant cet ancien expert de mobilier de bureau. En 2019, deux importantes commandes venues de Corée du Sud – l'équipement d'une clinique et de 560 appartements de luxe – ont permis à Duvivier de réaliser 36 % de son chiffre d'affaires à l'export. Le coronavirus a contrarié cet essor. Le chiffre d'affaires global a baissé de 32 %, mais les ventes en France n'ont pas dévié. Au contraire. « Les gens ont eu davantage de temps pour réfléchir à leur intérieur et ils ont pu reporter une partie de leur budget voyage », suggère-t-il. En septembre, il participera pour la première fois au prestigieux Salon du meuble de Milan, et en octobre ses fauteuils et canapés seront à l'honneur du Pavillon France lors de l'Exposition de Dubaï.



News > News Franchises Ameublement > GAUTIER

# Gautier ouvre trois nouveaux magasins en Île-de-France

Communiqué de l'enseigne

Publié le 03/08/2021 15:00 - FRANCHISE AMEUBLEMENT



Cet été, Gautier poursuit activement le développement de son réseau et ouvre 3 nouveaux points de vente en Île-de-France : à Plaisir, Rambouillet et Créteil. Déjà présent en France avec 70 magasins, l'ébéniste contemporain entend bien poursuivre le rythme soutenu des ouvertures dans l'hexagone et vise les 100 magasins à horizon 2024. Plébiscité par ses consommateurs pour la qualité de son mobilier durable, éco-responsable et 100% français, Gautier confirme avec ces 3 nouvelles enseignes, la force et la solidité de son réseau de franchise dans le secteur de l'ameublement.



Aucune  
sélection

## GAUTIER

Franchise Ameublement

Meublez, Vivez

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

**120**

IMPLANTATIONS

**100 000 €**

APPORT PERSONNEL

**Demander une documentation gratuite**

Depuis le début du mois de juin, l'enseigne vendéenne Gautier prouve le dynamisme de son réseau de franchise en ouvrant pas un mais trois nouveaux magasins en région parisienne : à Créteil, Rambouillet et Plaisir. Avec déjà onze points de vente en Île-de-France, Gautier renforce sa présence sur un territoire au fort potentiel commercial.

Le succès de la franchise n'est plus à démontrer et son modèle économique se révèle même très solide en contexte de crise. Cette résilience s'exprime par des relations fortes entre Gautier et ses partenaires. Chez Gautier, la proximité avec les franchisés va encore plus loin. Présentes tout au long du projet, de la recherche du local jusqu'à l'ouverture, les équipes délivrent également des conseils au quotidien, animées par le même objectif : la réussite et le plaisir de travailler ensemble.

## Rencontre avec les 3 franchisés de Créteil, Plaisir et Rambouillet dont les magasins ont déjà ouvert ou vont ouvrir leurs portes

### Rencontre avec Rudy MADAR - Franchisé Gautier à Créteil depuis le 1er juin

#### Pourquoi avoir choisi les meubles Gautier ?

Gautier est une enseigne qui parle à bon nombre de Français ! Et tout comme eux, je connaissais la marque, ayant grandi dans une chambre d'enfant Gautier comme de nombreuses personnes de mon entourage.

#### Comment s'est passé ce projet d'ouverture ?

L'enseigne a été très présente sur tout l'ensemble du projet, dès notre premier échange et jusqu'à la venue d'une décoratrice pour l'ouverture du magasin, 6 mois plus tard. Tout a été très rapide et je peux dire que l'accompagnement était top !

#### Quel est le premier bilan de cette ouverture récente ?

En 1 mois, je constate que les clients sont au rendez-vous et l'histoire de la marque en séduit plus



## Quelles ont été les raisons d'une seconde ouverture avec Gautier ?

Je connais Gautier depuis de nombreuses années et je savais déjà qu'il y a 7 ans, en ouvrant ma première boutique à Orgeval, que l'histoire ne s'arrêterait pas là. Aujourd'hui, je suis donc fier d'avoir pu ouvrir mon second magasin avant l'été à Plaisir et de voir que ma clientèle d'Orgeval me rend régulièrement visite.

## Comment s'est passé ce projet d'ouverture avec l'enseigne ?

J'aime la disponibilité de l'enseigne et les valeurs de cette entreprise familiale et made in France. Tout a été très vite, de la signature, aux travaux, en passant par l'agencement et la décoration du magasin d'une superficie de 600m<sup>2</sup>.

## Votre produit coup de cœur Gautier ?

La Collection Natura pour ses courbes et ses lignes en chêne du bocage. Le programme de rangement modulable Imagine fait aussi partie de mes coups de cœurs. Sans oublier la JIPP de l'offre Kids de Gautier, qui est même exposée devant le magasin.

## Rencontre avec Patrick SCHORR - gérant magasin à Rambouillet ouvert le 29 juillet

### Quel a été le déclic pour vous lancer dans l'aventure de la franchise Gautier ?

J'ai été pendant 20 ans responsable administratif dans une grande enseigne de l'ameublement. L'envie de me lancer à la tête de mon propre magasin était présente depuis très longtemps et la rencontre avec Gautier a été comme une évidence tant au niveau de la qualité des produits que du Made in France mais aussi des valeurs humaines véhiculées par la team.

### Comment s'est passé ce projet d'ouverture avec l'enseigne ?

Très bien et pourtant le contexte depuis 1 an n'est pas évident. Mais Gautier m'a très bien accompagné tout au long du processus : de la recherche du local à l'ouverture, prévue demain. La crise sanitaire a ralenti les choses au quotidien mais je suis très fier d'y être arrivé...

### À 1 journée de l'ouverture, comment allez-vous et que peut-on vous souhaiter ?

Je vais très bien ! Nous sommes dans la dernière ligne droite ... Je ne regrette pour rien au monde mon changement de vie et suis vraiment heureux d'avoir intégré la famille Gautier. Ce qu'on peut

## Made in France : l'un des leaders européens de l'abri de piscine est en Haute-Garonne

Samedi 31 juillet 2021 à 19:42 - Par [Théo Caubel](#), France Bleu Occitanie



Saint-Sulpice-sur-Lèze



Entre 250 et 300 abris de piscine sortent chaque année des ateliers de Vénus à Saint-Sulpice sur Lèze. La société s'est spécialisée dans les abris de taille haute et propose des produits sur-mesure. Et avec le boom des ventes de piscines et le temps maussade cet été, les commandes explosent.

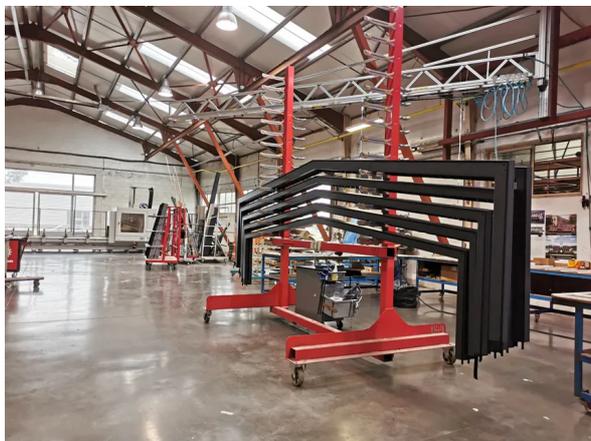


Frédéric Marmande, le président de la société PAC Vénus, dans l'atelier de production à Saint-Sulpice-sur-Lèze © Radio France - Théo Caubel

**C'est une entreprise qui ne connaît pas la crise.** À Saint-Sulpice sur Lèze au sud de Toulouse se trouve la société Vénus, l'un des leaders européens de l'abri de piscine, spécialisé notamment sur ceux de taille haute. Elle produit entre 250 et 300 abris par an, une production haut de gamme qui s'adresse aux particuliers mais aussi aux collectivités, campings et hôtels avec des prix allant de 15.000 à plus d'un million d'euros.

### De l'abri Made in France

Tous les abris fabriqués par Vénus sortent de l'atelier à Saint-Sulpice sur Lèze. Une quarantaine de personnes travaillent dans cet espace de 6.000 m<sup>2</sup>. "C'est un peu comme une chaîne de montage automobile, explique Frédéric Marmande, le président de la société PAC Vénus. On commence par la découpe de l'aluminium. Et après, étape par étape, on va ajouter un joint, une brosse, etc, avant de passer au montage de la structure, la pose des verres, puis l'expédition." Vénus se charge également de la conception pour les projets sur-mesure.



Entre 250 et 300 abris de piscine sortent chaque année de l'atelier de Saint-Sulpice-sur-Lèze © Radio France - Théo Caubel

Et ça marche, créée en 1987, l'entreprise exporte aujourd'hui en Allemagne, en Espagne, en Belgique ou encore au Royaume-Uni. Il y a deux ans, elle a été rachetée par le groupe Abridéal. Et avec le boom des ventes de piscines depuis le premier déconfinement, Vénus a encore de beaux jours devant elle. *"On sent déjà une forte demande. On a embauché près de 10 personnes en un an. Et surtout, toutes les piscines qui sont installées actuellement, il faudra bien les couvrir dans les prochaines années"*, rappelle Frédéric Marmande.

### De nombreuses commandes

Le secteur de l'abri de piscine profite également d'un été 2021 maussade dans le ciel. Le mauvais temps et les températures basses favorisent l'achat d'abris. Chez Vénus, on a enregistré 25% de commandes en plus au mois de juillet 2021 par rapport à la même période en 2019.



De la conception à l'installation, en passant par la découpe et le montage, l'entreprise a choisi de garder la main sur toute la chaîne de production © Radio France - Théo Caubel

[Économie locale](#) [Entreprises](#) [Été](#) [Piscine](#)

---

Théo Caubel  
[France Bleu Belfort-Montbéliard](#)

---

## Toulouse

# Toulouse. Ils créent un fauteuil innovant, à la fois déambulateur et poussette, pour visiter les musées

Fondée en 2018 à Toulouse, la start-up E-Hé a créé un fauteuil innovant pour améliorer le confort des visiteurs dans les musées et autres établissements recevant du public (ERP).



Ce drôle de fauteuil, baptisé la « Flâneuse », a été testé dans plusieurs établissements recevant du public à Toulouse. (©DR)

Par **Thibaut Calatayud**

Publié le 1 Août 21 à 14:14

Actu Toulouse

Suivre

Ils pourraient bientôt être visibles dans de nombreux musées de l'Hexagone. Les « **Flâneuses** », de drôles de fauteuils conçus à **Toulouse** partent à la conquête des établissements recevant du public (ERP).

« C'est une synthèse un peu ludique entre une poussette, un déambulateur et un siège. Nous avons essayé de faire l'objet le plus simple possible pour qu'il soit le plus fonctionnel et intuitif pour le public », décrit **Thérèse Donnet**, la co-fondatrice de **E-Hé**, la start-up à l'origine du fauteuil.

## Un fauteuil pour tous

Depuis plus d'un an, les Flâneuses sont en test dans plusieurs lieux culturels de Toulouse comme la **Cité de l'Espace**, le **Couvent des Jacobins**, la **médiathèque José Cabanis** et la **Halle de la Machine**.

« Ce sont des lieux qui accueillent tous les publics mais qui n'ont pas forcément tous les outils pour accompagner ces visites. Ils sont un peu en difficulté pour accompagner le confort des visiteurs qui peuvent avoir des difficultés », explique celle qui gère E-hé avec son frère, Yves.

Ensemble, en 2018, ils ont co-fondé E-Hé pour faciliter la vie des personnes qui flânent dans les ERP, qu'elles soient âgées, jeunes, en situation de handicap, avec des enfants... grâce à leur fauteuil innovant fabriqué en France et en Occitanie.





La Flâneuse a été créée par la start-up E-Hé, basée à Toulouse. (©E-Hé)

## Les commandes s'enchaînent

« C'est un outil inclusif et collectif. On ne le commercialise pas pour les particuliers », précise Thérèse Donnet qui est satisfaite de la phase expérimentale des Flâneuses dans les lieux culturels de la Ville rose.

"Cette phase est terminée. Nous sommes actuellement en pleine commercialisation. Les premiers clients sont des établissements toulousains. Le déploiement se fera à la fin de l'année 2021".

**Thérèse Donnet**

Co-fondatrice de la start-up E-Hé

Les carnets de commandes se remplissent pour la jeune entreprise toulousaine. En effet, dès la fin de l'année, une cinquantaine de fauteuils devraient être livrés à des ERP de la Ville rose. Des livraisons auront également lieu à l'échelle nationale, dans des départements comme la Loire-Atlantique ou encore l'Alsace.

Une quinzaine d'embauches dans les années à venir. Actuellement, une vingtaine de personnes travaillent en externe avec l'entreprise. « On aura les premières embauches à la fin de l'année 2021. Dans les trois à quatre ans qui arrivent, nous souhaitons recruter une

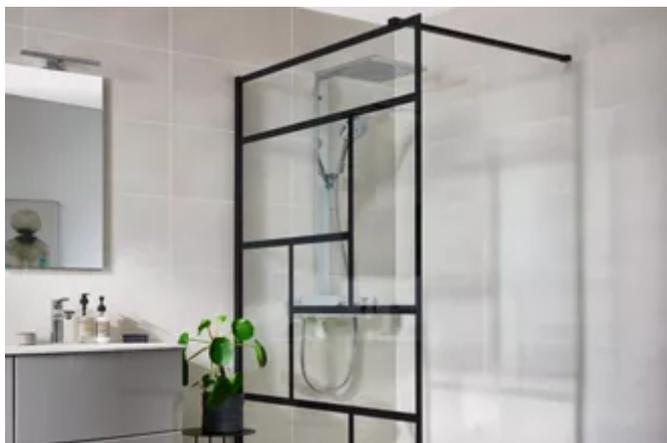
quinzaine de personnes. Il nous tarde car le projet est vraiment dessiné. Maintenant, il est temps de faire venir des forces vives ! », se réjouit Thérèse Donnet.

Grâce aux Flâneuses, la start-up E-Hé a déjà remporté deux récompenses : **labourse Charles Foix de la Silver Valley** et a aussi été lauréate des **Challenges Innovation** organisés par Toulouse Métropole.

Contenu sponsorisé

# Et si vous remplaciez vos robinets de douche par un mitigeur ?

Paris Match | Publié le 03/09/2021 à 15h06 | Mis à jour le 03/09/2021 à 17h33

[Dominique Bonnet](#)

Paroi de douche @DR

×Close

On a tout intérêt à équiper la douche de sa salle de bains d'un mitigeur. Explications.

Nul n'ignore que pour faire des économies d'eau, il faut privilégier la douche au bain. Mais attention, faire couler l'eau, le temps d'en régler la température idéale, peut vite entraîner une surconsommation et, en outre, alourdir la facture. Aussi est-il temps, en ce début du XXI<sup>e</sup> siècle où l'on prône le développement durable, d'abandonner les douches dotées de deux robinets -un pour l'eau chaude, l'autre pour l'eau froide- et d'opter pour un mitigeur. D'autant que, comme le fait remarquer à juste titre «[ConsoGlobe](#)», à ce geste écologique s'ajoute un aspect déco indéniable. Ce portail consacré à la consommation durable souligne en effet qu'en installer est «la meilleure façon d'apporter un design différent à votre salle de bain sans vous ruiner». Il en existe de toutes formes et de tous styles, pour tous les goûts. Il suffit d'un clic sur [le site internet de Lapeyre](#) pour s'en convaincre.

Rien ne vaut en effet le Made in France. Et chez Lapeyre, on est garanti d'un approvisionnement local des matières premières et d'une fabrication dans l'une des onze usines françaises de cette entreprise qui fête cette année son 90<sup>e</sup> anniversaire. A cela s'ajoutent un savoir-faire ancestral, des prix fabricant toute l'année, une large gamme de produits standards ou sur-mesure. Sans oublier les conseils et les idées d'aménagements, la livraison, la pose.

## Des mitigeurs aux lignes droites et épurées ou rondes et douces

Côté mitigeurs mécaniques ou thermostatiques, on a vraiment l'embarras du choix. Rien que pour ceux de douche, 17 références sont au catalogue, allant de 19 à 399 euros. Mais le prix ne doit pas être le seul critère d'achat. Certains privilégieront les lignes -droites et épurées ou, au contraire, rondes et douces-, d'autres les «grands plus» qu'offrent certains modèles. Tels que l'économie d'eau -grâce à une butée de demi débit à l'ouverture de la manette ou un système Ecostop sur le débit-, celle d'énergie ou encore la sécurité anti-brûlure.

# Literie : les startups du matelas jouent le made in France

**DOMINIQUE CHAPUIS** Le 26/09 à 12:00

Pour 80 % des personnes interrogées pour l'Ameublement français, le made in France est un thème important, et près de 30 % d'entre elles sont prêtes à payer entre 15 % à 20 % plus chers.

**Les sites de vente en ligne de matelas, comme Tediber et Mello, mettent en avant la fabrication française et le développement durable. Un moyen de se différencier sur un marché en hausse de 20 % sur le premier semestre.**

Le [made in France](#) et le développement durable veulent dynamiser un marché de la literie déjà bien éveillé. Les achats entre janvier et juin ont progressé de près de 20 % en valeur, selon l'Institut de prospective et d'études de [l'ameublement](#). Ce qui fait près de 6 millions de matelas et sommiers vendus par an. Un effet de rattrapage, certes, après les fermetures de magasins liées à la pandémie, mais aussi une [tendance](#) durable au bien-être et l'envie d'un meilleur sommeil.

[Plusieurs start-up](#), après avoir révolutionné les méthodes de vente avec des matelas achetés en quelques clics sur la Toile, changent de discours. Après la praticité et un bon rapport qualité/prix, ces jeunes pousses mettent en avant le savoir-faire français et l'écologie.

**Mello**, basé à [Strasbourg](#), a ainsi lancé dans le métro parisien en août une campagne d'affichage « Le matelas de rêve fabriqué en France ». **Matelas Vert**, de son côté, revendique une literie écolo, à base notamment de chanvre et de latex naturel, avec de l'huile de soja dans la mousse pour combattre l'humidité et une housse imprégnée à l'aloë vera « pour un matelas respirant », affirme la marque.

## Après la praticité, l'écologie

De son côté, [Tediber](#), un des poids lourds en France avec l'allemand Emma de cette nouvelle génération, vante son premier matelas « responsable et durable ». Une innovation éco-conçue avec de la laine de mouton de Charente, du lin cultivé en Normandie pour la housse et une fabrication en Auvergne. « L'écologie est devenue

## 20 % sur le premier semestre.

Le **made in France** et le développement durable veulent dynamiser un marché de la literie déjà bien éveillé. Les achats entre janvier et juin ont progressé de près de 20 % en valeur, selon l'Institut de prospective et d'études de **l'ameublement**. Ce qui fait près de 6 millions de matelas et sommiers vendus par an. Un effet de rattrapage, certes, après les fermetures de magasins liées à la pandémie, mais aussi une **tendance** durable au bien-être et l'envie d'un meilleur sommeil.

**Plusieurs start-up**, après avoir révolutionné les méthodes de vente avec des matelas achetés en quelques clics sur la Toile, changent de discours. Après la praticité et un bon rapport qualité/prix, ces jeunes pousses mettent en avant le savoir-faire français et l'écologie.

**Mello**, basé à **Strasbourg**, a ainsi lancé dans le métro parisien en août une campagne d'affichage « Le matelas de rêve fabriqué en France ». **Matelas Vert**, de son côté, revendique une literie écolo, à base notamment de chanvre et de latex naturel, avec de l'huile de soja dans la mousse pour combattre l'humidité et une housse imprégnée à l'aloë vera « pour un matelas respirant », affirme la marque.

### Après la praticité, l'écologie

De son côté, **Tediber**, un des poids lourds en France avec l'allemand Emma de cette nouvelle génération, vante son premier matelas « responsable et durable ». Une innovation éco-concue avec de la laine de mouton de Charente, du lin cultivé en Normandie pour la housse et une fabrication en Auvergne. « L'écologie est devenue un sujet incontournable. En 2020, nous avons décidé de la mettre en avant, alors que déjà, depuis notre création en 2015, nous étions engagés, avec le fait de ne jamais faire de soldes », relève le fondateur de Tediber, Julien Sylvain.

La jeune pousse se veut le fer de lance de la filière en matière environnementale. Elle a travaillé il y a un et demi sur une « redirection écologique ». Autrement dit, « prendre conscience que faire mieux ou bien ne suffit plus. Il s'agit de penser différemment », souligne le jeune dirigeant. Devenue entreprise à mission en juillet, Tediber a ainsi inscrit dans ses statuts sa volonté de « rendre accessibles des produits essentiels pour le sommeil, en cohérence avec la nécessaire transition écologique ».

### Entreprise à mission

Première initiative, le lancement cet été du matelas Pelote, avec ses matériaux recyclés en circuits courts. Cela permet « de diviser par 6 les émissions de CO<sup>2</sup> liées à la production », affirme Julien Sylvain. Ce produit breveté est proposé à 950 euros, soit 200 euros de plus que son matelas phare.

Tediber, qui mise sur un doublement de son chiffre d'affaires cette année, à 50 millions d'euros, espère que Pelote représentera rapidement entre 10 % à 20 % des ventes. La production de sa gamme de matelas se partage aujourd'hui à 50 % entre la France et la Belgique.

[ACTU - Dunlopillo repris par l'entrepreneur Jean-Rémy Bergounhe](#)

La marque Mello, elle, a parié sur le made in France dès son lancement il y a quatre ans. « Cela a été un postulat de départ pour nous différencier d'Emma et de Tediber, souligne son fondateur, Matthieu Witkowski. Et depuis la pandémie, les Français sont plus réceptifs à cette notion de production locale. » En quête de fonds, Mello, plus petit que ses concurrents, a un déficit de notoriété. D'où sa campagne d'affichage dans le métro et une forte présence sur les réseaux sociaux. « Nos enquêtes de satisfaction auprès des clients montrent que le made in France et la qualité ont souvent déclenché leurs achats », poursuit le patron de la start-up.

## **70 % de production française**

Une étude de l'Ameublement français, réalisée en février 2021, semble le confirmer. Il en ressort en effet que « pour 80 % des Français, le made in France est un thème important. Et près de 30 % d'entre eux sont prêts à payer entre 15 % à 20 % plus cher pour ces produits », se réjouit le président du groupement literie, Luis Flaquer, aussi directeur général de [Cofel](#), le leader du marché avec ses marques Bultex, Merinos et Epeda.

Celles-ci, comme d'autres marques historiques telles Dunlopillo et Treca, espèrent bien profiter de cet intérêt. D'autant qu'elles sont fabriquées en France depuis toujours. Sur ce marché du matelas, les productions françaises pèsent en effet environ 70 %, face aux importations, surtout de Pologne pour Ikea ou du Portugal. « Il n'y a rien de nouveau sous le soleil. Les start-up parlent du made in France, nous, on y travaille depuis des années », remarque Luis Flaquer. Il admet néanmoins que cette dynamique « profite finalement à tous ». La preuve, Cofel a vu son chiffre d'affaires bondir de 50 % entre janvier et juin et vise une croissance de 14 % l'an prochain, pour atteindre 240 millions d'euros.

Depuis un an, Pole Position, numéro un français du canapé, tourne à plein régime. L'entreprise, basée à La Chapelle-Saint-Ursin près de Bourges (Cher), et filiale du groupe Home & Furniture, a profité du confinement et du télétravail qui ont incité les Français à se recentrer sur leur intérieur. Mais ce n'est pas le seul facteur qui vient doper la production de ces canapés made in France. Il faut aussi compter avec la hausse du coût du transport maritime qui renchérit les produits venus d'Asie, la volonté des distributeurs de retrouver des fabricants de proximité et l'attrait croissant pour du mobilier fabriqué en France après une longue phase de délocalisations. « On sent que l'on est dans un mouvement de fond en faveur d'une relocalisation de la production », souligne le directeur général, Pascal Symaniak.

## 500 canapés par jour

Pole Position, qui travaille pour des clients comme Maisons du Monde, Alinéa, La Redoute, ou des sites comme Cdiscount ou La Camif, prévoit 42 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021 contre 32 millions en 2020 et produit environ 500 canapés par jour. Pour répondre à la demande, une trentaine de personnes ont été embauchées depuis un an et les effectifs - 260 salariés en CDI et intérimaires - devraient continuer à progresser de 10 à 15 % au cours des trois ans qui viennent. Avec à la clé une hausse équivalente de la production puisqu'il s'agit d'une activité de main-d'oeuvre, très peu mécanisée.

L'industriel n'aura toutefois pas besoin de pousser les murs pour développer ses lignes de canapés. L'entreprise, qui s'étend sur 60.000 m<sup>2</sup>, va récupérer de l'espace jusqu'alors consacré au stockage de mobilier pour une autre filiale du groupe, Home Network, qui fait du négoce de meubles. En raison de la hausse des coûts du transport, celle-ci a décidé de ne plus assurer le transfert des produits depuis l'Asie et n'a donc plus besoin de les stocker.

## SoCoo'c part à la rencontre des candidats à la franchise

Pour faire face à son succès grandissant et poursuivre le maillage du territoire à un rythme soutenu pour **atteindre 240 magasins d'ici 2025**, SoCoo'c recherche de nouveaux franchisés et sera présent à Franchise Expo Paris, du 26 au 29 septembre. 4e enseigne en taille de réseau sur le marché de la cuisine équipée, SoCoo'c entend bien continuer de séduire les candidats à la franchise.

**Avec une hausse de 45% de son CA sur la période de janvier à juin 2021**, par rapport au 1er semestre 2020, SoCoo'c démontre une nouvelle fois la justesse de son positionnement et la force de son business model depuis sa création. L'enseigne Made in France a par ailleurs reçue le Prix de la Meilleure Satisfaction Client 2021 dans la catégorie « Maison, Mobilier, Déco »\* basé sur les avis Google avec **un excellent score de 4,74/5 sur 9 986 avis (période d'avril 2020 à avril 2021)**.

SoCoo'c crée et imagine tous ses modèles au cœur des montagnes de Haute-Savoie (74) et affiche fièrement une fabrication 100% Made in France. L'enseigne se différencie par un concept magasin innovant, et surtout par le « Do It Together », un mode de fonctionnement collaboratif basé sur l'écoute active et la co-conception. Il est mis en oeuvre quotidiennement tant par les Kitcheners auprès de leurs clients, que par l'ensemble des collaborateurs au sein de l'enseigne. Animées par cet esprit collectif, les équipes SoCoo'c, magasins et siège, portent ensemble l'ambition de devenir l'enseigne de cuisine la plus recommandée par ses clients. Un vrai travail d'équipe !

# Télétravail : 5 bureaux made in France pour bien bosser à la maison

Par [MySweet Newsroom](#), le 3 septembre 2021



© simon-simone.fr

**C'est la rentrée et la reprise du travail ou du télétravail ! Vous en avez ras le bol de bosser sur un coin de votre table de salle à manger ? On a déniché pour vous 5 bureaux Made in France et contemporains pour organiser votre coin travail à domicile !**

Selon le 7<sup>e</sup> baromètre d'OpinionWay, 8 salariés sur 10 souhaitent continuer à **télétravailler** 1 à 3 jours par semaine. Concevoir un espace de travail agréable et fonctionnel qui favorise la concentration est plus que jamais important. **Simon-Simone**, le concept-store digital de marques françaises, propose une sélection de bureaux made in France et contemporains pour organiser son coin travail à domicile ! On a pioché pour vous ...

**Le plus efficace, le Bureau secrétaire – Concept KUBE**



Il s'agit d'un meuble efficace puisqu'il regroupe tous les atouts d'une étagère et d'un bureau ! La diversité des coloris disponibles égayera instantanément la pièce de vie ! Ce secrétaire est de fabrication 100% française, en frêne massif. Le prix du bureau secrétaire Concept Kube ? 1799 euros.

Dimensions : L 90 x P 88 x H 125. 9 coloris disponibles. Composition : Frêne massif provenant exclusivement de forêts françaises gérées durablement. Fabriqué dans le Pays de la Loire.

## Le plus mural, le bureau avec étagère murale en métal et bois



Cette étagère avec bureau intégré en métal et bois est très pratique et esthétique car elle se fond au mur ! Le kit comprend la base murale (choix entre 3 coloris de métal), 5 planches et un porte-pot en métal. Son prix ? 819 euros.

Dimensions bureau : L80cm x P50cm. 2 bases murales : L80cm x H77cm . Base murale : acier thermolaqué. Bois issus de forêts gérées. 5 planches : Choix entre chêne massif vernis, bouleau vernis. MDF laqué noir/ blanc. Fabriqué dans le Grand Est.

## Le plus mini, le bureau avec étagère murale en métal et bois



Le bureau Compas est l'allié des petits espaces grâce à son volume réduit ! En effet, il ne fait qu'un peu plus de 50cm de profondeur ! Bien équipé, il dispose de trappes amovibles qui servent d'espaces de rangement et d'un port USB. Enfin, une surface aimantée permet d'accrocher cartes et documents. Il se personnalise en choisissant les couleurs des trappes et de la surface aimantée parmi 13 coloris. Son prix : 819 euros.

Dimensions : H. 106cm x L. 100cm X P. 54.5cm. Hauteur plateau : 75cm. Chêne français massif issu de forêts gérées durablement. Fond replaqué. Fabriqué au Pays de la Loire.

## Le plus micro, le mini bureau en hêtre massif



Avec sa taille conçue pour les petits espaces, sa praticité n'est pas à remettre en cause ! Ce micro-bureau en hêtre massif pourra accueillir l'essentiel. Son prix ? 249 euros.

Dimensions : 60 x 45 cm. Pied : hêtre massif des Vosges et tôle d'acier. Plateau en bois ou en noir. Rallonge textile de 3 mètres. Multiprise. Fabriqué au Pays de la Loire.

## Le plus lumineux ? Le secrétaire Sarturne avec applique



Véritable objet de décoration astucieux, le secrétaire Saturne est à la fois une applique lumineuse et un bureau d'appoint. Une fois dépliée, on peut y poser un ordinateur ou une tablette. Le plus ? Il se personnalise en choisissant la couleur des pans inférieurs. Son prix 819 euros. Dimensions : P. 45cm X D. 90cm. Chêne français massif issu de forêts gérées durablement. Éclairage LED fourni. Fabriqué au Pays de la Loire.