

le courrier

DU MEUBLE ET DE L'HABITAT

PREMIER HEBDOMADAIRE EUROPÉEN DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

Retrouvez le Courrier du Meuble et de l'Habitat sur www.courrierdumeuble.fr

6 OCTOBRE 2023 N° 2390

**CEREZO :
60 ANS CÉLÉBRÉS
EN GRANDE
CONVIVIALITÉ**



L'arrabématique multi-spécialisée de Portet-sur-Garonne (31) a célébré l'événement le 20 septembre dernier réunissant partenaires, clients et collaborateurs lors d'une soirée festive autour d'Anne-Marie Bizzet et de Guillaume Abadie, au sein d'un magasin rénové.

LIRE PAGE 6

**DUVIVIER CANAPÉS :
« LE VRAI BEAU
CANAPÉ FAIT MAIN
EN FRANCE »**



Transmettre une histoire et des savoir-faire, insérer pour créer, valoriser un territoire, réconcilier l'humain et la planète : tels sont les ingrédients du maître-chien Duvivier Canapés.

LIRE PAGE 8

**LE FRENCH DESIGN
INCUBATEUR : UN
COUP D'AVANCE
SUR LE MARCHÉ**

Fidèle à sa vocation de détecteur de tendances et découvreur de talents, le French Design Incubateur 2023 montre les voies explorées par une nouvelle génération de marques et designers intégrées de développement durable.

LIRE PAGE 9

Retrouvez le Courrier du Meuble et de l'Habitat sur smartphones et tablettes



(3^{ÈMES} RENCONTRES)

PARLONS LITERIE : PROMOUVOIR ET DÉCRYPTER, AU SERVICE DE LA PROFESSION



LIRE PAGE 7

ÉDITORIAL |

Faire passer le message... dans un contexte qui perturbe

Les Troisième Rencontres de Parlons Literie ont notamment permis de dévoiler les grandes lignes de L'Observatoire literie, sommeil et santé – alimenté par l'IPEA – dans sa version 2023. En premier lieu, la comparaison des résultats entre le premier volet, qui datait de 2018, et ceux qui ont été récoltés en mai dernier, confirme (très clairement !) une chose : le principal

message délivré par le collectif de la profession – IAPL avant, et Parlons Literie désormais – porte ses fruits, puisque les consommateurs sont de plus en plus nombreux à associer literie et santé. Autrement dit, un nombre croissant d'entre eux est bien conscient de la nécessité d'adopter – et donc de renouveler, si besoin – une literie de qualité, afin d'optimiser

son sommeil, donc sa forme. Cet Observatoire, en revanche, met aussi en évidence une autre tendance : la « limite » de 700 €, à consacrer pour l'achat d'un matelas et d'un sommier, est fixée par davantage de personnes en 2023 qu'en 2018 (respectivement 52 % et 34 % des interrogés, soit une évolution de + 18 points en 5 ans). Ainsi, si les

Français admettent, toujours plus, que la literie occupe une place fondamentale dans leur quotidien, et qu'elle doit être choisie en fonction de son confort – un critère d'achat qui ne cesse de gagner en importance – le contexte actuel, et les arbitrages auxquels ils doivent faire face, les rattrapent bien vite : n'ayant d'autre choix que de subir l'inflation sur les produits vitaux tels que l'alimentaire ou l'énergie, ils sont encore plus nombreux à se fixer des seuils précis sur les budgets jugés « annexes », dont celui

consacré à la literie... Literie qui pourtant, bien évidemment, est elle aussi soumise à l'inflation, donc contrainte d'adapter ses prix. L'équation – et donc cette mission de « promotion » du produit literie endossée par le collectif – n'est donc pas simple, avec une telle conjoncture en toile de fond. Mais saluons les résultats, réellement encourageants, obtenus jusqu'ici !

Rencontres & Observatoire de l'Équipement et de l'Environnement du Logement
www.courrierdumeuble.fr et www.courrierdumobilier.com
COURRIER DU MEUBLE ET DE L'HABITAT
COURRIER DU MEUBLE ET DE L'HABITAT

DUVIVIER CANAPÉS : « LE VRAI BEAU CANAPÉ FAIT MAIN EN FRANCE »

Transmettre une histoire et des savoir-faire, innover pour créer, valoriser un territoire, réconcilier l'humain et la planète... tels sont les ingrédients du manifeste Duvivier Canapés, pour faire perdurer et prospérer une marque ancrée dans la haute qualité artisanale.

On connaît l'adage : il faut que tout change pour que rien ne change. Le Duvivier Canapés d'aujourd'hui a donc tout de celui d'hier, tout en étant complètement renouvelé. Il faut remonter à 1840 pour voir l'origine de la société, créée par **François Baptiste Duvivier**, sellier-bourrellier de son état, à Jussé dans la Vienne. Quatre générations plus tard, son descendant **Jean-Marie Duvivier** récupère cet héritage artisanal pour créer, à Usson-du-Poitou un atelier de fabrication de sièges rembourrés orientés haute couture, suivi de la création de la marque en 1989. En 2006, l'excellence de la fabrication est récompensée par l'obtention du label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), décerné par le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi. L'année 2016 marque un nouveau tournant important, avec son rachat par son actuel dirigeant **Aymeric Duthoit**, qui met en place une stratégie diversifiée et durable. « *Au moment de la reprise, l'entreprise avait une solide culture de la fabrication, et affichait une haute qualité issue de l'artisanat et du fait main, explique-t-il. Mais l'offre était vieillissante, et surtout orientée vers la distribution, le potentiel de la marque était sous-exploité* ». Le nouveau dirigeant procède alors à une relance globale de l'activité, par un repositionnement de la marque, une montée en gamme et une création de valeur, le développement d'un réseau de partenaires distributeurs premium, mais aussi des projets avec des architectes de renom...



Couture manuelle du cuir

© Guillaume Herard

canapé Jules, fruit de la collaboration avec la designer **Charlotte Juliard**, suivi en 2019 de deux nouvelles collections majeures – Auguste et Émile – signées du designer de haute couture **Guillaume Hinfray** – désormais directeur artistique de la marque – qui ajoutera en 2020 le modèle Elsa, un hommage à deux grands stylistes des années 70, Roy Halston et Yves Saint-Laurent. Une nouvelle collaboration verra le jour en 2021 avec le designer et architecte d'intérieur **Pierre Gononals**, qui revisite pour la marque l'icône Chesterfield avec la très remarquable collection Serge. « *Sept ans après la reprise, nous arrivons à traduire ce chic décontracté à la française qui était notre objectif*, résume Aymeric Duthoit. *Après des années de forte croissance en 2021 et 2022, le marché a ralenti depuis début 2023, mais nous sommes convaincus qu'il y a un bel avenir pour le vrai beau canapé fait main en France* ».

LA QUALITÉ SELON DUVIVIER CANAPÉS

Au fil des années, l'entreprise est restée fidèle à ses fondamentaux, ce qui fait la force des entreprises patrimoniales. Pour Duvivier Ca-

napés, cela se traduit par un ADN nourri par l'artisanat, et une fabrication française et un ancrage local. Les canapés sont fabriqués dans deux ateliers situés à Usson-du-Poitou, dont le premier regroupe les savoir-faire traditionnels des tisseurs-selliers et selliers-garnisseurs – traçage, couture, garnissage – associés aux technologies les plus modernes comme la découpe automatique des cuirs et tissus, synonyme de haute qualité dans la détection des défauts naturels des peaux, et dans l'optimisation de la matière. « *La totalité des cuirs que nous travaillons est pleine fleur, c'est-à-dire qu'ils ne sont ni rectifiés ni pigmentés, un critère du produit premium*, commente Aymeric Duthoit. *Ils proviennent des meilleures tanneries de France et d'Italie* ». En complément de cuirs – 60 % de la production – la maison propose aussi des revêtements en tissus – 40 % des modèles – sélectionnés auprès des éditeurs internationaux qui associent la qualité et la création dans un esprit haute couture. Pour pouvoir continuer à maîtriser toute la fabrication, l'entreprise a inauguré un second atelier, consacré à l'ébénisterie, qui a

Arsène, Clara : un concentré de culture maison

Duvivier Canapé a lancé, lors de la Paris Design Week de septembre, deux grandes nouveautés signées de son directeur artistique **Guillaume Hinfray**. Il s'agit d'Arsène, une ligne d'assises entre design et artisanat, qui se caractérise par des dimensions généreuses, un



Canapé Arsène et table basse Clara.

équilibre des proportions et un minimalisme qui s'exprime par l'absence de coutures apparentes et un piètement monolithique, qui mettent en valeur la noblesse des matières. Dessinées par le même designer, les tables basses Clara se distinguent par leur style dépouillé – inspiré du haïku japonais – né de l'alliance d'un plateau en chêne teinté sombre ou clair, reposant sur un piètement verrou, solidarisé par un linteau de la même essence de bois, ce qui lui donne l'impression de flotter au-dessus du sol.

démarré son activité début 2023, où sont fabriqués les châssis et les piètements des canapés en hêtre massif – certifié FSC ou PEFC – ainsi que le mobilier de complément. D'une surface de 1 000 m², il est équipé de technologies de pointe pour le travail du bois – usinage à commande numérique – pour pouvoir traduire les lignes les plus créatives des designers, tout en préservant les techniques manuelles qui valorisent toute la noblesse du matériau. En définitive, la qualité chez Canapés Duvivier repose sur trois piliers : la conception, avec les designers et le bureau d'études, les matériaux, qui font l'objet d'un cahier des charges rigoureux et exigeant, et enfin la fabrication, qui s'appuie sur l'expertise des salariés formés aux techniques manuelles de l'artisanat.

DES NOUVEAUX OBJECTIFS

Engagé dans la transmission d'un riche héritage de savoir-faire, le fabricant poitevin l'est tout autant sur le plan social, par le maintien des emplois en France, un ancrage et une défense du territoire. Les canapés qui sortent de ses ateliers sont conçus pour durer, et issus d'une démarche éco-responsable, qui se traduit notamment par l'emploi de surplus de hêtre massif provenant de l'industrie navale, et de tissus Recover, tissés avec des fils recyclés, sans oublier du feutre recyclé pour recouvrir les suspensions, et l'usage de vernis en phase aqueuse. Malgré une année difficile en 2020 en raison de la crise sanitaire, Duvivier Canapés a enregistré une croissance moyenne de 15 % par an depuis 2020 – 7,5 M€ de CA en 2022 – et renoue avec la rentabilité. 20 personnes ont été embauchées en 2022, ce qui porte l'effectif total actuel à 70 salariés. L'entreprise travaille aujourd'hui avec une distribution sélective en France, et se développe à l'export – Belgique, Suisse – et au grand export, avec notamment des partenaires en Corée du Sud, au Japon, en Australie, avec pour objectif d'atteindre un équilibre à 50 % - 50 % entre la France et l'international. Une identité forte d'hier, cultivée aujourd'hui, est plus que jamais un gage de réussite pour demain. [F. S.]



Nouvel atelier d'ébénisterie.



Un respect de l'ébénisterie traditionnelle.