

Entreprendre

ARGENT
Bons tuyaux
de la bourse
en ligne



MAI 2021 • 3^{ème} année • N°347 • BEL : 6,10 € • LUX : 6,30 € • ESP/PT/GR/POR/IT : 6,80 € • MAR : 66 MAD • TUN : 13 TND • CAN/US : 10,50 \$CAD - CAN/US : 10,50 \$CAD - CH : 9,90 CHF • DOMS : 6,80 € • DOMA : 7,10 € • POU : 850 XPF - POL/A : 1100 XPF - NCA/US : 810 XPF - NCA/VA : 1050 XPF - D : 7,10 €



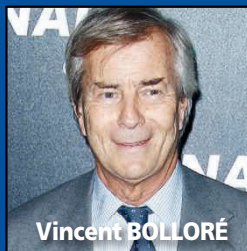
LE MATCH À 3



Xavier NIEL



Martin BOUYGUES



Vincent BOLLORÉ

MEDIAS



**CITIZEN
K ?**
Qui est Daniel
Kretinsky ?

SUCCESSION

**QUI POUR
REPRENDRE
VOTRE
AFFAIRE ?**



PHÉNOMÉNAL



**CHÂTEAU
PETRUS**
Un héritier
de génie

BRUNO RETAILLEAU

« La France
devrait être
en tête ! »



IDÉES D'APRÈS CRISE

L'imagination
au pouvoir...



Le piano
repliable



L 12936 - 347 - F : 5,80 € - RD

www.entreprendre.fr

Veolia - Thermomix - Agnès Verdier-Molinié - Thermomix



- Edouard Philippe - Alpine - Gordini...



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

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 le label Entreprise du Patrimoine Vivant depuis 2006, la maison collabore désormais avec des acteurs de la mode et de l'architecture, alliant le meilleur des deux mondes. Aymeric Duthoit, à la tête de l'entreprise depuis 2016, nous partage sa vision.

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 20ème siècle, lorsque le salon est devenu une pièce maîtresse dans les foyers.

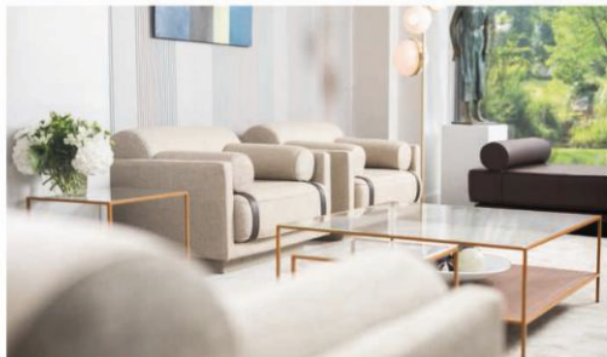
Au cours des années 2000, avec l'internationalisation de l'offre, la production s'essouffle. Il a fallu opérer un tournant décisif pour redonner ses lettres de noblesse à la marque et à son savoir-faire.

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. Un parti pris allant à l'encontre du consumérisme, dans une logique de durabilité et de consommation responsable.



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.



PLUS D'INFOS : DUVIVIER CANAPÉS - Siège et Ateliers Le Cormier - 86350 Usson du Poitou - contact@duviviercanapes.com - Liste des points de vente disponible sur www.duviviercanapes.com - Application Duvivier Canapés disponible sur Apple Store et Google Play