

intramuros

Paris

numéro 213

The design magazine

Richard Woods
Habitat et œuvre totale
Habitat and art

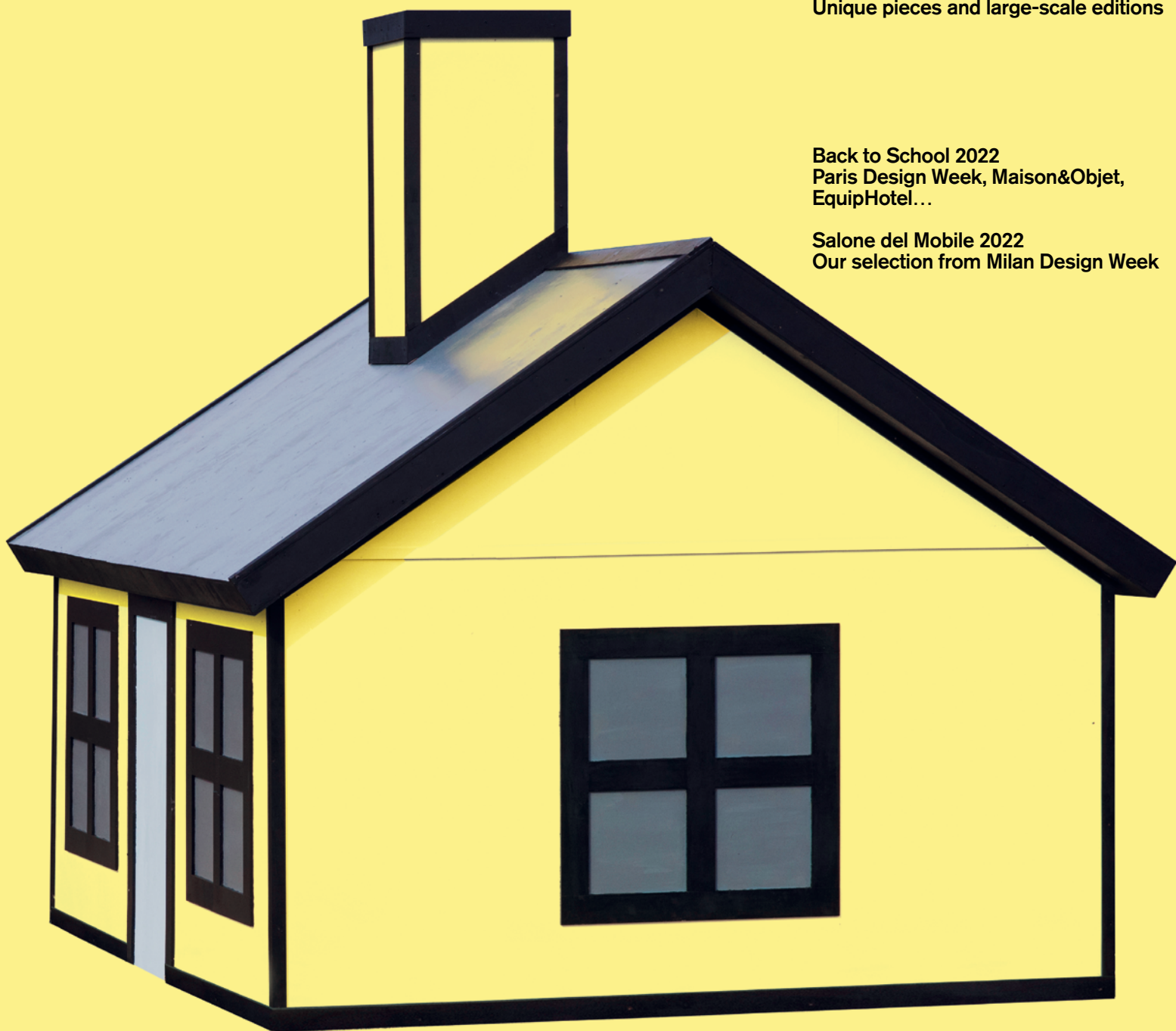
Nouveaux usages
Mobilier modulaire et espaces flexibles
Modular furniture and flexible spaces

Renault
Une histoire de designers
A history of designers

Sabine Marcelis
Pièces uniques et grande édition
Unique pieces and large-scale editions

Back to School 2022
Paris Design Week, Maison&Objet,
EquipHotel...

Salone del Mobile 2022
Our selection from Milan Design Week



home

L 12619 — 213

F 15,00€ — RD



Le design au service de l'excellence



F C'est en plein cœur du quartier Saint-Germain-des-Prés, dans le VI^e arrondissement de Paris, que Duvivier Canapés fait vivre son showroom. Une vitrine qui répond aux objectifs de développement de cette marque labellisée Entreprise du patrimoine vivant qui a intégré, depuis quelques années, le design dans sa stratégie. E Design for excellence. It is in the heart of the Saint Germain des Prés district, in the 6th arrondissement of Paris, that Duvivier Canapés brings to its brand showroom. A showcase that meets the development objectives of this brand, which has the Living Heritage Company label and has integrated design into its strategy for several years.

by Nathalie Degardin

F Pour Aymeric Duthoit, qui a racheté la maison Duvivier Canapés en 2016, « la dynamique d'une entreprise s'évalue sur ses projets ». Et autant dire que, depuis six ans, la maison, créée en 1840 par le sellier-bourrelier François-Baptiste Duvivier, ne ménage pas ses troupes. Aujourd'hui, elle rassemble environ 70 salariés, dont 50 artisans, pour un chiffre d'affaires avoisinant les 10 millions d'euros en 2021. C'est au sein de son showroom à Paris que s'exprime cette marque porteuse des valeurs de l'excellence des savoir-faire français. Sur deux niveaux sont présentées les collections en situation, sous différentes finitions et dans une mixité décomplexée.

Cette vitrine au style si parisien est le troisième site de la marque ; en effet, c'est dans la Vienne, près de Poitiers, que se situent les deux ateliers de la maison : l'un pour l'ébénisterie et l'autre spécialisé dans la sellerie, la couture, le rembourrage et l'assemblage.

Fait main en France

La maison Duvivier Canapés poursuit son développement en se dotant d'une nouvelle ébénisterie qui verra le jour fin 2022, adjacente à son atelier de sellerie et de tapisserie à Usson-du-Poitou. Un projet qui s'inscrit dans l'ancrage territorial revendiqué par la maison. « Des investissements importants sont réalisés pour se doter d'équipements dernier cri qui permettront de renforcer la capacité d'innovation et de création de valeur de la maison. Nous avons l'ambition de créer, à deux heures de Paris, un centre de compétences et de savoir-faire au service de la collection de la maison et aussi au service de la communauté des prescripteurs architectes, designers... » poursuit Aymeric Duthoit. C'est l'une des étapes importantes pour renforcer l'activité de l'entreprise sur deux marchés : une fabrication pour le particulier (marché principal actuel) et une prestation sur mesure pour le BtoB. De fait, la fabrication pour des grandes maisons de luxe françaises est déjà pratiquée. « Attention, nous ne sommes pas dans un objectif premier de volume. Notre volonté est de conserver et de développer des savoir-faire et des compétences dignes de la haute facture. »

La visite de l'atelier confirmera ce positionnement : tous les cuirs (cœur d'activité du savoir-faire de la maison) sont pleine fleur et sont utilisés sans rectification. Si l'entreprise suit avec attention les recherches sur des similicuir à base de végétaux, à ce jour, aucun matériau ne remplace le cuir avec le même niveau de qualité.

Le design au cœur du repositionnement de la marque

Avec les savoir-faire dans le travail du bois et du cuir, le design est devenu un axe prioritaire avec Aymeric Duthoit. Il ouvre l'entreprise à des collaborations externes en faisant appel à des designers comme Charlotte Juillard : « Pour la collection Jules, le brief de Charlotte était de réunir les trois matières fétiches de la maison, le cuir, le tissu et le bois. » En 2018, Guillaume Hinfray, styliste et designer dans l'accessoire de mode de luxe, entame une collaboration avec Duvivier Canapés et en devient son directeur artistique en 2019. Sa mission est de repositionner les gammes avec un esprit plus contemporain, tout en respectant l'ADN artisanal de la maison. Sa propre collection Elsa en est un bon exemple avec des lignes plus rondes, soulignées par la présence de sangles en cuir autour de coussins en forme de polochon : élégant et chaleureux. Il revisitera aussi la chilienne avec Émile, qui réunit les codes du luxe et d'un certain art de vivre à la française, un chic décontracté qui mêle le travail du bois et du cuir. Pierre Gonalons a, pour sa part, signé l'an passé un majestueux chesterfield baptisé Serge, en hommage au Paris rive gauche des années 1970 (lire *Intramuros* n° 210). La collection est lancée à l'édition de Milan de septembre 2021, puis est reprise à la Dubai Design Week, la collection Elsa équipant, quant à elle, le salon George Sand du pavillon français lors de l'Exposition universelle de Dubai.

Une entreprise à taille humaine

Duvivier Canapés produit totalement à la commande. Si cela demande une certaine agilité, les artisans de l'atelier en retirent une forte motivation : « En fabrication, deux modèles qui se suivent sont totalement différents. » Très impliqué sur la question du maintien en local de l'emploi et des savoir-faire, Duvivier Canapés fait face, comme l'ensemble du secteur, à des difficultés de recrutement. Il a donc monté un partenariat avec Pôle emploi. La maison forme ensuite elle-même, dans un principe de transmission, les artisans qui accompagnent le développement de son activité. Comme le remarque Aymeric Duthoit, « on est en train de passer d'un monde où l'on embauche la personne parce qu'elle sait faire le travail, à un monde où on va l'embaucher pour ce qu'elle est et la former. Le savoir-être prend le pas sur le savoir-faire. Et on voit nombre de personnes en reconversion qui trouvent du sens à pratiquer un travail manuel dans une petite entreprise ».



Transformation digitale

Les périodes successives de confinement et de restriction ont accéléré la transformation digitale que la maison avait entamée : le site est repensé avec une visite virtuelle du showroom de la marque qui permet de trouver l'inspiration et de repérer un modèle. En flashant celui-ci, l'internaute bascule sur un configurateur, précise les dimensions souhaitées, les matières et les couleurs, et peut même le projeter en 3D en réalité augmentée dans son propre intérieur. Une fois la configuration terminée, le prix apparaît. « La transparence et la sincérité envers nos clients sont des notions importantes pour notre maison », précise Estelle Wierzejewski, directrice du marketing. Cette dernière ajoute : « Quelle que soit la manière par laquelle ils entrent en contact avec la marque, showroom physique ou site Internet, tout au long de leur parcours, ils découvriront son univers, ses valeurs, ses savoir-faire, sa signature, ses exigences de qualité que la marque a à cœur de partager.

© Duvivier Canapés

For Aymeric Duthoit, who bought Duvivier Canapés in 2016, “the dynamics of a company are measured by its projects”. And it's fair to say that for the past six years, the company, created in 1840 by the saddler-butler François-Baptiste Duvivier, has not spared its troops. Today, it employs around 70 people, including 50 craftsmen, for a turnover of around 10 million euros in 2021. The brand's showroom in Paris is where it expresses the values of the excellence of French know-how. On two levels, the collections are presented in situation, in different finishes and in a relaxed mix. This Parisian-style showcase is the brand's third site ; in fact, the two workshops are located in the Vienne region near Poitiers : one for cabinet making and the other specialising in saddlery, sewing, upholstery and assembly.

Made by hand in France

Duvivier Canapés is continuing its development with the construction of a new cabinet-making workshop, which will be built at the end of 2022, adjacent to its saddlery and upholstery workshop in Usson-du-Poitou. This project is in line with the company's commitment to its local roots. “Significant investments have been made to acquire state-of-the-art equipment that will strengthen the company's capacity for innovation and value creation. Our ambition is to create, two hours from Paris, a centre of expertise and know-how for the maison's collection and also for the community of architects, designers and other specifiers,” continues Aymeric Duthoit. This is one of the important steps to strengthen the company's activity on two markets: manufacturing for private individuals (the current main market) and a made-to-measure service for B to B. In fact, manufacturing for major French luxury brands is already practiced. “Beware, we are not primarily aiming for volume. Our aim is to preserve and develop know-how and skills worthy of high quality craftsmanship.”

A visit to the workshop will confirm this positioning : all the leathers (the heart of the company's know-how) are full grain and are used without. And while it follows closely the research on vegetable-based leatherette, for the moment no material can replace leather with the same level of quality.

Design at the heart of the brand's repositioning

With the know-how in wood and leather work, design has become a priority for Aymeric Duthoit. He opened the company to external collaborations, calling on designers such as Charlotte Juillard : “For the Jules collection, Charlotte's brief was to bring together the three favourite materials of the maison, leather, fabric and wood.” In 2018, Guillaume Hinfray, stylist and designer in luxury fashion accessories, began a collaboration with Duvivier Canapés and became its artistic director in 2019. His mission is to reposition the ranges with a more contemporary spirit, while respecting the maison's artisanal DNA.



© Duvivier Canapés

His own Elsa collection is a good example of this, with rounder lines, highlighted by the presence of leather straps around duffel cushions: elegant and warm. He will also revisit the deckchair with Émile, which brings together the codes of luxury and a certain French art of living, a casual chic, which blends woodwork and leather. As for Pierre Gonalons, last year he signed a majestic chesterfield, named Serge, in homage to the Left Side Paris of the 1970s (read *Intramuros* n°210). The collection will be launched at the Milan edition in September 2021, and will then be shown again at the Dubai Design Week, while the Elsa collection equipped the George Sand lounge in the French pavilion at the Dubai World Expo.

A company on a human scale

Duvivier Canapés produces entirely to order. If this requires a certain agility, the craftsmen of the workshop get a strong motivation from it: "In manufacturing, two models that follow each other are totally different." Very involved in the issue of maintaining jobs and know-how locally, Duvivier Canapés is facing, like the whole sector, recruitment difficulties. It has therefore set up a partnership with the Unemployment Agency. The company itself then trains the craftsmen who accompany the development of its activity, in a principle of transmission. As Aymeric Duthoit notes, "we are moving from a world where we hire people because they know how to do the job, to a world where we hire them or what they are and train them. Knowing-how-to-be takes precedence over know-how. And we see a number of people undergoing retraining who find it meaningful to do manual work in a small company".

Digital transformation

The successive periods of confinement and restriction have accelerated the digital transformation that the house had begun: the site has been redesigned with a virtual visit to the brand's showroom, which allows users to find inspiration and locate a model. By flashing it, the Internet user switches to a configurator, specifies the desired dimensions, materials and colours, and can even project it in 3D augmented reality in his own interior. Once the configuration is complete, the price appears. "Transparency and sincerity towards our customers are important concepts for our company," says Estelle Wierzejewski, marketing director. "Whatever way they come into contact with the brand, physical showroom or website, throughout their journey, they will discover its universe, its values, its know-how, its signature, its quality requirements", that Duvivier Canapés is keen to share.

3^e édition du concours Camondo x Intramuros



Vanves Allegria

F Après les étudiants, au tour des partenaires de travailler! Cet été, Flos et Duvivier Canapés ont pris connaissance des différents projets de diplômés de la dernière promotion des Ecoles Camondo Paris et Toulon. Au moment où nous écrivons ces lignes, des short list ont été définies pour procéder ensuite aux auditions finales en septembre. Les lauréats et leurs missions seront donc prochainement annoncés sur www.intramuros.fr et nos réseaux sociaux. A suivre!

E 3rd edition of the Camondo-Intramuros contest. After the students, it's the partners' turn to work! This summer, Flos and Duvivier Canapés have taken note of the different graduation projects of the last promotion of the Camondo Paris and Toulon schools. At the time of writing, short lists have been defined to proceed to the final auditions in September. The winners and their missions will soon be announced on www.intramuros.fr and our social networks. To be continued!

Dispositif malin

F Tout nouveau sur le marché, Allegria est un dispositif scénographique, écran ou paravent léger, qui illumine les pièces de mobilier et les espaces remarquables. Astucieuse, facilement transportable, cette création a été sélectionnée par la Paris Design Week dans la section Paris Factory et sera visible à la Galerie Joseph, au 7 rue Froissard.

Cette création inédite est signée Sandra Biaggi, fondatrice de l'ODP, la newsletter des sorties Design à Paris cobrandée avec Intramuros. Designer sensible, diplômée des Arts Déco Paris, Sandra Biaggi voit juste et loin, et possède cette acuité précieuse qui repère les nouveaux courants et les grands créateurs de demain. Fabriqué en France, Allegria est réalisé par Procédés Chénel en Drop Paper et papier recyclé, et est édité par Maison Papier.

E Smart device.

Brand new on the market, Allegria is a scenographic device, a light box or screen, which illuminates furniture pieces and remarkable spaces. Clever and easily transportable, this creation has been selected by Paris Design Week in the Paris Factory section and will be visible at Galerie Joseph, 7 rue Froissard.

This original creation is signed by Sandra Biaggi, founder of the ODP, the newsletter of Design in Paris co-branded with Intramuros. A sensitive designer, a graduate of Arts Déco Paris, Sandra Biaggi sees right and far, and has that precious acuity that spots new trends and the great designers of tomorrow. Made in France, Allegria is produced by Procédés Chénel in Drop Paper and recycled paper, and is published by Maison Papier.





© Didier Delmas

duviviercanapes.com



Collection Elsa - Design Guillaume Hinfray
FAIT MAIN EN FRANCE

