

Home FASHION NEWS #041

avril - juillet 2021



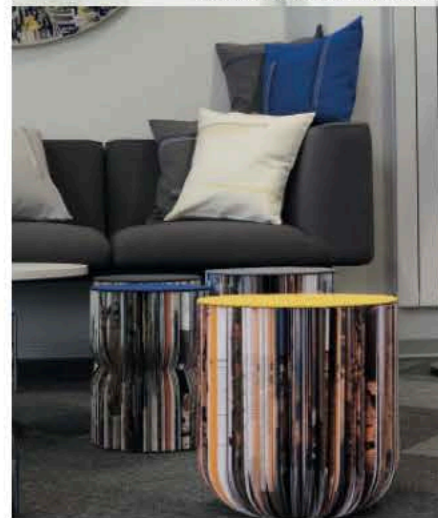
100 ALESSI
VALUES COLLECTION
VALUES THAT DESIGN US SINCE 1921

Arts de la table | Culinaire | Blanc & Brun | Décoration & Cadeaux | Senteurs | Ameublement | Textile | Luminaire | Outdoor

Le magazine des professionnels de l'univers maison



Made.com x Les Résilientes



Les Résilientes X Emmaüs Alternatives, Les Cultivés

LES OPÉRATIONS DURABLES D'EMMAÛS

Pionnier en économie circulaire, Emmaüs diversifie ses initiatives favorisant le réemploi des objets. Une collaboration avec Made.com et la naissance de la nouvelle plateforme Trëmma mettent la solidarité au premier plan.



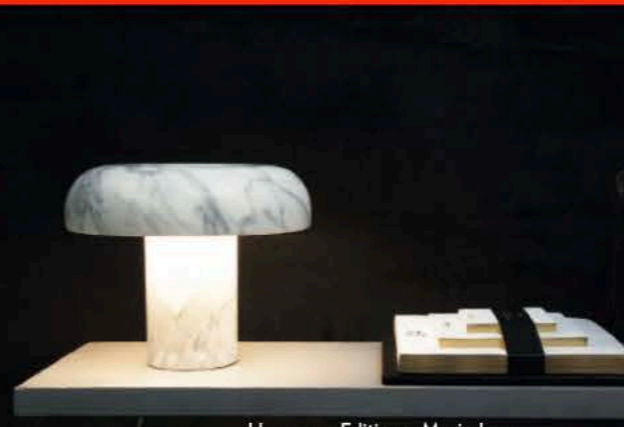
Madura X Emmaüs Alternatives Les Résilientes

La revalorisation au cœur de la création

Avec sa première collection vertueuse déco, Emmaüs prenait un nouveau tournant en 2020. La totalité des matières utilisées provenait de chutes, de rebuts ou de dons collectés et recyclés, tels d'anciens livres découpés, pliés et transformés en tabouret multicolore ou des cintres de métal structurant une lampe atypique. Le studio de design d'Emmaüs Alternatives, Les Résilientes, a opéré la métamorphose. Une démarche d'« upcycling » exemplaire qui séduit les marques en quête de partenariats responsables. C'est le cas de Madura qui, à l'automne dernier, confiait aux Résilientes le soin de recycler en coussins éthiques un stock de rideaux rapportés en magasin. Made.com, dès janvier 2021, a pris le relai avec la première collection circulaire Encore, réalisée avec Les Résilientes et vendue aux enchères. Une quinzaine de miroirs muraux, poufs et tapis « revalorisés » à partir des anciennes collections exposées dans le showroom parisien de Made.com. ■



Made.com X Les Résilientes



Haymann Editions, Marie Lamp Design Toni Grilo

YOURSE OUVRE LE DESIGN À LA LOCATION

Le premier site français de location de mobilier et de design d'exception a vu le jour durant l'été 2020. Franck Mallez, à l'origine de Youurse, explique le modèle de sa plateforme.

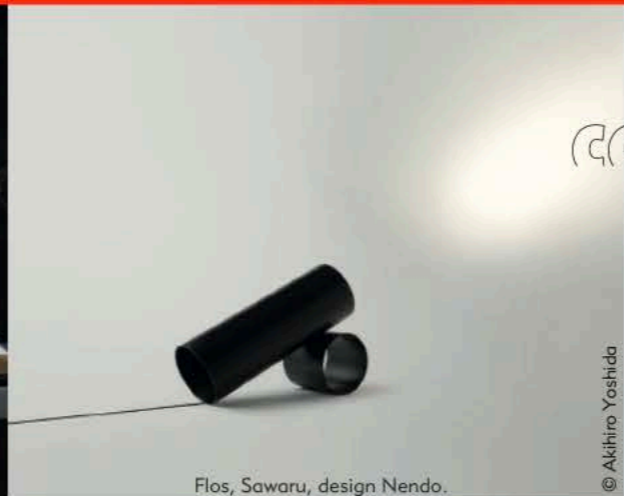
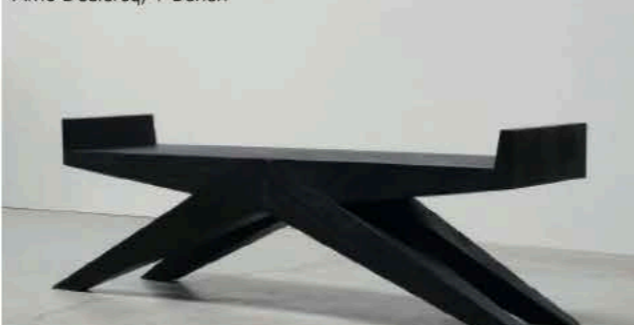
À peine lancé entre deux confinements, Youurse s'est adapté à l'avènement du télétravail avec ses packs Home Office, proposant de louer sur abonnement bureau, chaise, luminaire au design atemporel. Les quelque 600 références en ligne ont de quoi séduire tous ceux que les grandes signatures des XX^e et XXI^e siècles passionnent, Maestri et designers d'avant-garde... En adaptant le principe du leasing à l'ameublement haut de gamme, la start up digitale poursuit un double objectif : démocratiser le luxe et maximiser l'usage.

INTERVIEW

Quel est le point de départ du site ?

Franck Mallez – À l'origine de Youurse, il y a d'abord la passion pour le design authentique et, plus particulièrement, pour le mobilier iconique moderniste. L'idée de son modèle original vient du développement de l'économie d'usage. 77 % des Français

Arno Declercq, V Bench



Flos, Sawaru, design Nendo.

consom'action



Cassina, LC4, design Pierre Jeanneret, Le Corbusier, Charlotte Perriand

se disent prêts à privilégier l'usage à la possession. Les moins de 35 ans sont familiers d'abonnements à souscrire pour bénéficier d'un service ou louer un produit. Cette génération veut rester libre et avoir le choix de changer d'avis sans contrainte. Youurse répond aussi à la préoccupation liée à l'environnement. Près de 2 millions de tonnes de mobilier sont jetées en France chaque année. Le fait de louer, pour ensuite décider de garder un meuble ou le rendre, permet de donner éventuellement une seconde vie aux produits. Les Français y sont très sensibles. Dans les entreprises, l'Hospitality et le retail, l'expérience proposée aux salariés et aux clients est devenue clé. L'univers offert par le décor en fait partie intégrante. Enfin, les grands ou petits clients professionnels ont besoin de changer leur mobilier tous les 5 ans en moyenne. Le modèle de la location longue durée ou de la location avec option d'achat est très adapté.

Sur quels critères sélectionnez-vous les pièces disponibles sur Youurse ?

F.M. – Nous avons commencé par choisir les pièces de design « iconiques », qui parlent à tout le monde et que nous sommes très nombreux à vouloir avoir chez soi. Je parle des pièces tant désirées de Perriand, Le Corbusier, Prouvé, Eames, Ponti, Aulenti ou encore Castiglioni... Ce sont les pièces les plus copiées du marché. Je pense qu'on peut les rendre accessibles, tant aux particuliers qu'aux entreprises. Nous n'en pouvons plus de voir des halls d'accueil remplis de mauvaises copies de Eames et des salles de restaurant prétentieuses avec de pitoyables imitations ! La raison majeure de cette explosion de la contrefaçon dans le mobilier de designers est le prix. Il est pourtant évident qu'un original est mieux fabriqué, plus durable et plus respectueux du travail de création. Nous avons donc tissé des liens très étroits avec les éditeurs disposant des droits exclusifs d'édition de ces pièces. Nous avons par ailleurs une mission de curation. Inspirer nos clients et leur permettre de découvrir de nouveaux designers, moins connus, pointus et radicaux, est donc devenu un axe essentiel de sélection. **Arno Declercq, Charlotte Julliard chez Noma, David Haymann Editions, Square in Circle,**

Royal Strangers, Axel Chay sont quelques exemples.

Quels sont les profils de votre clientèle ?

F.M. – Il y en a deux majoritairement. Les moins de 40 ans sont amateurs de design sans être spécialement connaisseurs. Ils rêvent de quelques pièces iconiques mais ne peuvent pas se les offrir. Nous attirons aussi un grand nombre de petites ou grandes entreprises, dans les domaines de l'Hospitality, du coworking, du coliving, des enseignes de retail ou des professions libérales, qui souhaitent se démarquer, en accueillant leurs clients et leurs collaborateurs avec un mobilier « image ».

Quels sont vos prochains axes de développement ?

F.M. – Nous lançons avant l'été une offre de mobilier de seconde main. L'origine sera certifiée et garantie, ce qui n'est malheureusement pas systématique dans l'offre actuelle sur le marché de la seconde main et du vintage. Le second axe est le développement de références de designers jeunes et pointus, que nous voulons aider à émerger. Enfin, notre objectif à moyen terme est de devenir le partenaire principal d'un grand nombre d'architectes et décorateurs, de petite taille. Pas les stars mais bien les centaines d'excellents professionnels qui accompagnent chaque année un grand nombre de clients particuliers et professionnels. ■



Noma, Laime, design Charlotte Julliard

« LA CONSOMMATION RESPONSABLE PROGRESSE. LA SECONDE MAIN FAIT PARTIE DE SA DYNAMIQUE »

L'ObSoCo (L'Observatoire Société et Consommation) a mené une étude avec Citeo portant sur le rapport des Français à la consommation et aux modes de vie responsables. L'enquête a été menée en ligne, entre août et septembre 2020, auprès de 3 851 personnes âgées de 18 à 75 ans. Sans surprise, « la crise sanitaire a renforcé les aspirations des Français, qui se montrent de plus en plus sensibilisés ». La définition de la « consommation responsable » se révèle plus large qu'on ne le pense. « La question des déchets et du recyclage figure en bonne place. Un répondant sur deux cite aussi l'ancrage territorial de sa consommation ». Cet accent sur le local renvoie aux deux piliers que sont la réduction de l'impact environnemental et la recherche d'impacts sociaux et sociétaux positifs. Les Français sont 61 % à déclarer que « la situation est préoccupante et appelle un changement radical pour produire et consommer moins mais mieux ». L'achat de produits d'occasion, en hausse, est une solution. « Le succès du marché de la seconde main s'explique par les « bénéfiques conso », d'ordre économique et le supplément de sens, que revêt l'achat d'occasion ». A l'inverse de ces comportements individuels qui gagnent du terrain, « l'implication des entreprises sur le sujet est jugée, elle, nettement insuffisante (81 %) ». L'étude, enfin, désigne les 18-24 ans comme les profils « les plus engagés et les plus radicaux » en matière de protection environnementale. Les « climato-natifs » ou génération Greta représentent 11 % selon l'ObSoCo.