

- [Actualités](#)
- [Emploi & Carrières](#)
- [Entreprises](#)
- [Citations](#)
- [Politique](#)
- [A propos](#)



Interview : L'Usine à Design, ou comment acquérir en ligne des meubles de designer, à des prix raisonnables



C'est une interview exceptionnellement fournie, autour de problématiques de production bien concrètes, et sur une start-up remarquable que vous propose Economie Magazine aujourd'hui. Celle de [L'Usine à Design](#), site spécialisé dans la vente de mobilier design et personnalisable, à prix raisonnables. Un génial oxymore, pourtant bien réel, et qui séduira sans doute toute une génération de nouveau consommateurs en mal de meubles. Interview avec Emilie Gobin, fondatrice du site.

Economie Magazine : Bonjour ! Pouvez-vous nous présenter L'Usine à Design ?

Emilie Gobin : [L'Usine à Design](#) est un site de e-commerce autour du design personnalisable à prix d'usine. Nous proposons en effet à la vente des meubles imaginés par des designers talentueux, mais jusqu'alors souvent inconnus ; qui sont personnalisés et personnalisables par nos clients, et que nous faisons ensuite fabriquer dans les meilleures conditions et au meilleur prix. L'objectif du site www.usineadesign.com est donc "le design à vos goûts et à vos prix" offrant à chacun la possibilité d'avoir un intérieur à son image, unique, et sans débours des sommes astronomiques.

Sur la plateforme marchande, les internautes ont effet la possibilité de customiser de façon très avancée (matière, pied, boutons, taille etc.) comme [ici](#). Jusqu'à 180 millions de combinaisons sont envisageables ! De plus, il est désormais possible-grâce à un outil innovant de visualiser, en temps réel, le meuble ainsi personnalisé et de gérer le budget. A notre charge ensuite de le réaliser chez nos partenaires industriels mondiaux.

La collection de L'Usine à Design se nourrit des créations de designers indépendants, éditées par notre site suite aux plébiscites des internautes. En effet, via la partie communautaire du site, les jeunes designers soumettent leur création aux votes des visiteurs du site afin que ces meubles de jeunes talents rejoignent ensuite notre catalogue.

Economie Magazine : Pouvez-vous nous donner un exemple concret de personnalisation de meuble ? Le client a-t-il réellement la main ?

Emilie Gobin : Sur notre site, l'acheteur est co-créateur et consomm'acteurs, puisqu'il peut co-crée le meuble de ses rêves

afin qu'il s'intègre parfaitement à son intérieur !

En effet, grâce à un personnalisateur s'appuyant sur une technologie innovante sur le meuble et la déco en Europe, l'internaute peut façonner son meuble selon ses désirs, goûts et budgets et le rendre unique : vous faites varier la couleur, le revêtement, la forme des produits, les boutons, coussins ou finitions... et même la taille, et vous visualisez le résultat en temps réel ! Si vous désirez un Chesterfield en cuir rose avec des boutons bleus (pour faire ressortir vos yeux par exemple), c'est possible ! Vous pourrez ensuite façonner votre pouf ou votre fauteuil de la même gamme, en inversant par exemple la couleur du revêtement et des boutons !

Une fois votre imagination en marche, notre mission c'est de lui donner vie. Ainsi, nous nous chargeons de faire fabriquer vos créations grâce à nos relations très proches avec des artisans du monde entier, capables de fabriquer 1000 déclinaisons différentes d'un même meuble, avec des matériaux et des normes de première qualité.

Notre signature illustre bien cette proposition « Votre imagination, Notre métier. ». Ainsi vous obtenez LE meuble dont vous rêviez à un prix très attractif !

La personnalisation est une réponse à une vraie demande car les consommateurs veulent des produits qui leur ressemblent, ils veulent participer à l'élaboration de leurs meubles et que ceux-ci soient beaux (7 français sur 10, selon une enquête Opinion Way). L'ère du design participatif sur Internet a de beaux jours devant elle.

Economie Magazine : Comment le système de personnalisation est-il possible avec vos fabricants ? N'est-il pas trop coûteux ?

Emilie Gobin : Pour obtenir des prix attractifs, nous prenons en charge toute la chaîne traditionnelle du monde, en by-passant tous ses intermédiaires, d'habitude très gourmands en marge (grossistes, importateurs, distributeurs...). C'est ainsi l'assurance d'obtenir des prix usine et de ne pas avoir à faire grossir l'addition !

Précisons également que chaque produit, chaque meuble est unique et fabriqué selon les goûts et la personnalisation du client, ce qui nous permet de travailler sans stock et sans intermédiaire, et donc diminue considérablement les coûts.

Pour s'assurer de la qualité de nos produits, nous avons tissé des relations étroites avec les meilleurs fabricants mondiaux de meubles et de matières premières, après que nos équipes d'approvisionnement les aient qualifiés. Tout au long de la fabrication, notre métier est de nous assurer que la personnalisation correspond réellement à la commande et de vérifier que le meuble passe avec succès tous nos contrôles qualité jusqu'à la livraison finale et heureuse chez le client !

La chaîne de personnalisation du meuble correspond beaucoup à celle de l'industrie automobile puisque 90% du produit est fait en grande série, tandis que la touche finale est elle complètement à la demande.

Notre proposition, notre challenge c'est donc de réussir à proposer du sur-mesure au prix de la grande série !

Economie Magazine : Combien de designers travaillent avec l'Usine à Design ? Quelle est leur place dans votre concept ?

Emilie Gobin : En un an, 600 designers se sont inscrits de manière spontanée sur la plateforme communautaire de L'Usine à Design afin d'obtenir de la visibilité sur leur métier, leurs travaux, leurs créations. Sur notre plateforme site, ils peuvent interagir avec plus de 300 000 visiteurs par mois, récolter des retours de leurs futurs clients, faire évoluer leur création, ... jusqu'à l'édition !

Nous éditons, en effet, les créations qui plaisent le plus et s'intègrent le mieux à notre offre (personnalisation, design, faisabilité technique dans des coûts abordables). Aujourd'hui nous avons édités une dizaine d'entre eux (canapés, tableaux, fauteuils, meubles de jardin...). Bien entendu, ce n'est que le début puisque nous avons choisi d'investir dans une équipe dédiée à la réalisation et à la promotion de ces éditions.

Nos clients sont ravis d'être impliqués dans le choix des futures gammes et de mettre un visage derrière un meuble. Il n'hésite pas d'ailleurs à nous relancer par email / téléphone pour savoir quand le projet va sortir. Faire designer des meubles par des designers talentueux et faire participer nos clients à ces éditions, c'est l'assurance d'avoir une gamme qui plait et qui sera fonctionnelle et bien conçue !

Nous interagissons également beaucoup avec les différents acteurs du monde du design pour faire évoluer notre plateforme en permanence en fonction de leurs besoins (mise en place de partenariats avec des coachs, avec des écoles, magazine sur les tendances, blogs...) afin de devenir un "expert de référence du design" (blog, mag, vitrine ...).

Economie Magazine : Quels sont vos projets pour 2011 ? Retrouvera-t-on l'Usine à Design hors de nos frontières françaises ?

Emilie Gobin : Nous sommes aujourd'hui le leader de la personnalisation de meubles design sur internet en France et nous souhaitons bien le rester, en allant toujours plus loin dans notre offre, dans notre connaissance et satisfaction de nos clients,

et bien sûr dans nos outils (techniques et industriels) pour répondre aux rêves de nos utilisateurs.

Nous souhaitons également nous étendre sur d'autres marchés (entreprises, collectivités, sites miroir à l'international).

Enfin, le communautaire et notamment l'édition de designers et la production de contenu pour devenir un acteur de référence du design sont également une priorité.

Pour mener à bien ses ambitions, et continuer à être un acteur prometteur et grandissant du e-commerce, nous allons bien sûr avoir besoin de carburants (financement, embauches, partenariats, ambassadeurs etc.)

Economie Magazine : Qui est derrière l'Usine à Design ?

Emilie Gobin : L'Usine à Design est né du constat qu'il n'existait pas d'offres de mobilier design satisfaisant à la fois les bourses mais également les goûts de chacun, constat que nous avons fait en 2009 lors d'une formation HEC Entrepreneur, où j'ai rencontré les fondateurs de L'Usine à Design.

Aujourd'hui, Emilie Gobin, je préside la société avec mes 3 associés :

- Charles Digby-Smith, juriste (25 ans). Passionné de retail et de design, il s'occupe du marketing produits et de la relation avec les designers.
- Vincent Plazen, (25 ans), notre spécialiste de la logistique et de la supply chain en général.
- Toni Racioppi (60 ans), baroudeur du meuble depuis 40 ans (: la distribution, la fabrication et l'édition de meubles, à la fois en B to C et en B to B, n'ont plus de secrets pour lui. Il a également développé depuis une dizaine d'années un réseau de sourcing mondial de très grande qualité qui a bien sûr été un élément clé de notre démarrage.

En 15 mois depuis l'ouverture du site, je suis très fière d'annoncer que nous avons une équipe de 15 salariés, que nous avons déjà réalisé une première levée de fonds auprès d'un VC (le CM CIC Capital Privé), que nous avons plus de 300K visiteurs mois, plus d'un 1/2 millions d'inscrits et des milliers de clients fidèles et heureux, à 98% satisfaits, 600 designers et plusieurs éditions.

Economie Magazine : L'Usine à Design vient à peine de souffler sa première bougie et semble déjà très complet, et bien installé pour un site de vente au consommateur. Quel(s) conseil(s) auriez-vous à donner aux commerçants souhaitant lancer leur boutique en ligne ?

Emilie Gobin : Les points centraux d'une offre e-commerce sont à mon sens la logistique, la disponibilité, en un mot « la mise en musique » d'une part, et d'autre part, la « musique » (relation forte et personnalisée avec ses clients, offre complète, ludique, de rupture, ...).

C'est le pari que nous avons fait (et plutôt bien réussi pour le moment) à L'Usine à Design : une offre forte, originale, attachante, avec un suivi personnalisé et une tenue des promesses (délais, qualité, originalité).

Publié le 22 février 2011 | [0 réactions](#) »

[A propos de l'auteur : La rédaction](#)



Economie Magazine est un site d'information grand public né en 2009, traitant de l'actualité économique, politique et entrepreneuriale française et mondiale. Pour de plus amples informations, pour des demandes de partenariat, n'hésitez pas à [nous contacter](#).

[Articles Similaires](#)

- - [12designer : le crowdsourcing logo, son & multimédia débarque en France](#)
 - [KameleonKid : plateforme de création d'habits pour enfants](#)
 - [10 boutiques en ligne originales pour acheter son tee shirt fashion](#)
 - [W+W : Toilettes esthétiques & écologiques, par Roca](#)