



Le casse-tête des distributeurs

F La distribution du mobilier a toujours été, pour les éditeurs, les fabricants et les distributeurs, de l'ordre du casse-tête. Comment gérer les stocks ? Comment choisir les couleurs ? Comment répondre aux commandes en hausse de 20% malgré le confinement, la crise de la Covid-19 et un taux de croissance finalement, selon l'INSEE de 7% pour 2021. Tentatives de réponses de Sifas, la CFOC, MY Design et Moda International.

40 intramuros Logistics problem for distributors

by Bénédicte Duhalde



E The distribution of furniture has always been a headache for publishers, manufacturers or distributors. How to manage stocks? How to choose colors? How to respond to orders that are up by 20% despite the confinement, the Covid 19 crisis and a growth rate of 7% for 2021 according to INSEE. SIFAS, CFOC, MY Design and MODA International attempt to find the answers.

Sifas, collection Outline, design Samuel Accocheberry





Sifas, collection Big Roll, design Döpple Studio

F Le directeur général de Sifas, Jérôme Armadori, explique avoir toujours mis en place une politique de stock pour des livraisons rapides. La marque, originaire de Cannes, qui existe depuis cinquante ans, a toujours su répondre à la demande. La crise qui aurait pu les effleurer à la sortie du premier confinement s'est limitée à une légère baisse, immédiatement résolue en mars 2021 pour refaire les stocks pour 2022. « Avoir un niveau de stock important est essentiel pour fournir un marché de l'outdoor en pleine expansion, où canapés et fauteuils se déplacent en un mouvement de l'intérieur vers l'extérieur. Le passage du salon sur la terrasse se fait dans un même élan. Sifas dispose d'un stock logistique dans la métropole de Lille, avec 10 000 m² de hangar à Houplines, petite commune (7 800 habitants) des Hauts-de-France, près de la frontière belge, et les meilleures ventes sont le canapé Komfy d'Éric Carrère, qui propose six références déclinées en trois couleurs. Il permet de faire le maximum de combinaisons avec le minimum d'éléments. C'est actuellement le salon bas le plus vendu en Europe dans le haut de gamme premium après Dedon, Royal Botania, Cassina, B&B Italia et Minotti. Grâce à l'Ameublement français/le French Design, la bataille du made in France semble gagnée. Samuel Accoceberry était convoqué le 21 janvier à l'Élysée pour

la remise des French Design 100 Award winners pour célébrer aux côtés d'Emmanuel et Brigitte Macron le succès du design français, qui compte sur 3,1 millions d'actifs.»

Sifas offre une customisation maximale avec seulement six références grâce à un gros travail en amont sur le design dans le bureau interne, qui compte trois personnes effectuant des allers-retours incessants et permanents d'ajustement avec les designers pour un délai de livraison entre huit et quinze jours. « La particularité de l'outdoor exige une saisonnalité de mars à juillet. Les autres entreprises ont été dépassées par les événements. Sifas a su anticiper le problème. Avec seulement 50 personnes en France mais ses propres usines en Chine, Sifas peut alimenter sans problème l'Europe mais également les États-Unis avec une offre en couleurs en permanence stockées : blanc, taupe ou gris. Si un besoin particulier se déclare, Sifas produit en quatre semaines des produits à la carte qui jouent avant tout de la qualité d'une soixantaine de tissus sur une structure en aluminium recyclé. Tout est organisé à l'avance pour produire de deux à deux cents pièces supplémentaires qui seront livrées à 95% par camion. Car l'avenir du design, c'est le fret et, malheureusement, en matière de transport, le fret ferroviaire été abandonné. Sernam, Gondrand,

Schenker sont les transporteurs français qui essaient d'éviter les ruptures dans ce fil de livraison de mobilier monté. Pour les transports intercontinentaux, c'est encore le bateau qui est utilisé, avec une seule gare en Europe, à côté de Brême, en Allemagne. C'est l'aboutissement moderne des nouvelles routes de la soie.»

Sifas a un seul objectif : la durabilité des produits. Une structure en aluminium dure vingt ans, qu'elle soit peinte en bleu, blanc, gris ou avec effet bois. Sifas s'insurge contre la déforestation des grandes forêts primaires, dans lesquelles l'on coupe le teck et autres bois tropicaux. Elle affiche un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros et une progression de 20%. Le confinement a donné le temps aux gens de réfléchir aux multiples possibilités d'utiliser l'extérieur, de faire véranda, pergolas ou lodge. Le marché en euro explose face à un dollar fragilisé, qui n'est même plus la seule référence en Chine. La dernière collection, Big Roll du Doppél Studio (Jonathan Omar et Lionel Dinis Salazar), devrait y trouver son public.

E Managing director of Sifas, Jérôme Armaroli explains that he has always had a stock policy in place for fast deliveries. The brand, which originated in Cannes and has been in existence for 50 years, has always been able to respond to demand. The crisis that could have touched them at the end of the first lockdown period was limited to a slight drop, which was immediately resolved in March 2021 to replenish stocks for 2022. "Having a high level of stock is essential to supply a growing outdoor market, where sofas and armchairs are sailing from indoors to outdoors. The transition from the living room to the terrace is done in one swift move. Sifas has a logistical warehouse in Lille, 10,000 m² of hangar space in Houplines, a small town (7,800 inhabitants) in the Hauts de France, near the Belgian border, and its best-selling product is Eric Carrère's Komfy sofa, which offers six references in three colours. It allows a maximum of combinations to be made with a minimum of elements. It is currently the best-selling low-level lounge in Europe in the premium range after Dedon, Royal Botania, Cassina, B&B Italia and Minotti. Thanks to Ameublement Français/ French Design, the battle for Made in France seems to be won. Samuel Acocebery was invited to the Elysée Palace on 21 January for the *French Design 100 Award winners* to celebrate, alongside Emmanuel and Brigitte Macron, the success of French design, which can count on 3.1 million workers."

Sifas offers maximum customization with only six references thanks to a great deal of upstream design work by an in-house team of three who carry out incessant and permanent back and forth adjustments with the designers for a delivery time of between eight and fifteen days. "The particularity of the outdoor area requires seasonality from March to July. Other companies were overwhelmed by events. Sifas was able to anticipate the problem. With only 50 people in France but its own factories in China, Sifas can supply Europe and the United States without any problem with a permanently stocked range of colors: white, taupe or grey. If a particular need arises, Sifas produces à la carte products within four weeks, which above all take advantage of the quality of some sixty fabrics on a recycled aluminium structure. Everything is organized in advance to be able to produce from two to 200 additional pieces, 95% of which are delivered by truck. Because the future of design is freight, and, unfortunately, rail freight has been abandoned. Sernam, Gondrand and Shenker are the French transporters who are trying to avoid breaks in the delivery of assembled furniture. For intercontinental transport, it is still by ship with a single port in Europe, next to Bremen, the modern outcome of the new silk road."

Sifas has only one objective: the durability of the products. An aluminium structure lasts 20 years, whether it is painted blue, white, grey or with a wood effect. Sifas is opposed to the deforestation of large primary forests where teak and other tropical woods are cut. The company has a turnover of 10 million euros and a growth rate of 20%. The confinement has given people time to think about the many possibilities of using the outside, of making verandas, pergolas or lodges. The market is exploding in euros in the face of a weakened dollar, no longer the only reference in China. The latest BIG ROLL collection by the Doppél Studio (Jonathan Omar and Lionel Dinis Salazar) should find its audience there.



Moda Paris

Un nouveau PDG à la CFOC
A new CEO at CFOC

F À la CFOC, la Compagnie Française de l'Orient et de la Chine, Louis Desazars, PDG depuis juin 2020, travaille sur le sujet en réflexion quotidienne avec sa directrice de la création, Valérie Mayéko Le Héno, et sa directrice marketing, Chloé de Lamberterie, toutes les deux s'accordent à suivre les traces du fondateur de la marque, François Dautresme. [...]

E At CFOC, the Compagnie Française de l'Orient et de la Chine, Louis Desazars, CEO since June 2020, ponders the problem day after day with his Creative Director, Valérie Mayéko Le Héno, and his Marketing Director, Chloé de Lamberterie, both of whom agree to follow in the footsteps of the brand's founder François Dautresme. [...]

Pour lire la suite de l'article, scanner sur le QR code
To read the rest of the article, scan the QR code