



Visite le 30 novembre 2022

Le 30 novembre 2022, l'équipe de designers intégrés de Fermob nous a reçu à l'usine de Thoissey où sont fabriqués les produits en acier des différentes gammes de mobilier de la marque.

Eric Bibard est le design manager de l'équipe depuis plusieurs années. Après une expérience chez Zebra Compagny ex Barré & associés à Lyon, il est recruté par Fermob en 2011 pour une mission de diversification des produits, des composants, des savoir-faire et des marchés.



1 an après il prend la tête de l'équipe design qui compte aujourd'hui 5 personnes.

Leur mission : développer de nouvelles gammes, de nouveaux produits pour de nouveaux usages.

Un peu d'histoire

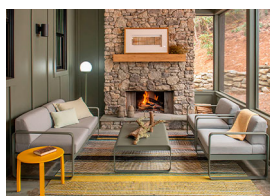
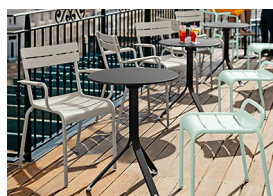
En 1989 Bernard Reybier rachète l'entreprise, à cette époque il n'y a que 11 personnes, le marché du mobilier outdoor en plastique vit ses grandes heures.

Depuis, les temps ont changé, l'effectif est d'environ 300 personnes.

La production est maintenant répartie sur 2 sites : Thoissey, pour les savoir-faire historiques de la marque et Anneyron – rachat de l'usine Rodet en 2016 – pour le travail du tube, et plus récemment de l'aluminium.

En 2015 Fermob acquiert l'entreprise de mobilier outdoor Vlaemynck, essentiellement présente en hôtellerie de luxe et restauration, ce qui donne à Fermob l'opportunité d'accentuer son développement sur le marché Contract.

Le chiffre d'affaires est passé en 12 ans de de 30 à 130 M€



Le développement de nouveaux produits

Chez Fermob les produits peuvent être dessinés en interne comme en externe.

La notoriété de la marque fait qu'elle reçoit plus de 150 propositions de projets par des agences à l'international : cela peut aller de la chaise à la collection complète de mobilier.

Pour garder la cohérence et la vision de l'offre, l'entreprise a mis en place un comité d'exploration qui va étudier et sélectionner les projets à développer. Ce comité est composé de 3 personnes : le PDG, la Directrice des Marques et le Design Manager.

L'objectif est d'explorer l'avenir de la marque. Toutes les propositions spontanées de projets sont des pistes possibles et sont étudiées.

L'équipe design interne participe également à cette phase exploratoire, avec pour objectif de travailler sur des nouveaux projets pour exporter, diversifier, explorer une tendance, une culture, des usages...

Par exemple pour la nouvelle collection *Bolder* qui vient de sortir, des études d'usages autour du « green desking » ont été réalisées sur la notion de « travailler dehors ». Suite à cette analyse des produits ont été dessinés, étudiés, colorisés, maquettés pour aboutir à une nouvelle gamme de diversification destinée aux entreprises.



C'est au service design que se décident les nouveaux produits. Le marketing peut intervenir en faisant part de besoins, mais c'est le comité d'exploration qui choisit de poursuivre ou non un projet. Il identifie les grandes directions stratégiques ; c'est sur l'expérience et la connaissance du marché qu'apporte Bernard Reybier, PDG de Fermob mais aussi Président du VIA, que reposent les choix. Il a développé l'entreprise, porte la marque, et il a une très bonne vision du marché de l'ameublement.

Produit emblématique et différenciation

La chaise bistrot a été dessinée au même moment que la Tour Eiffel : c'est une chaise pliante à lattes qui est devenue un standard, il y a un grand nombre de produits d'import qui inondent les rayons mais Fermob a déposé des brevets sur des spécificités de son produit qui permettent de le différencier de celui des concurrents et qui lui assurent une grande robustesse.



International, innovation et design : 3 axes clefs de développement stratégique établis dès le rachat de l'entreprise.

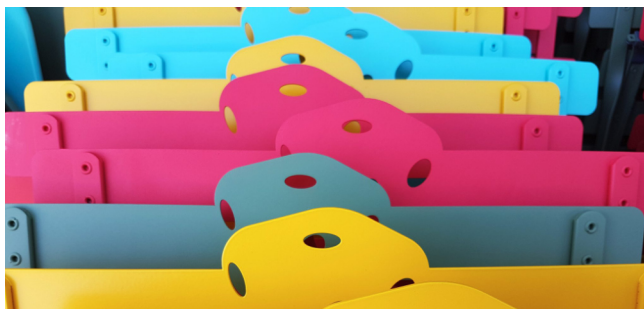
La couleur est un axe fort de différenciation de la marque, elle propose des meubles extérieurs et a donc plus de liberté que les fabricants de meubles d'intérieur : le jardin évoque des moments de vie joyeux, les clients osent la couleur.

Fermob a su développer un réel savoir-faire industriel en proposant plus de 20 couleurs sur toute sa gamme de mobilier. Aujourd'hui l'usine est capable de changer sa ligne de peinture en 7 à 8 minutes pour répondre aux commandes.

L'équipe design travaille sur l'ensemble des produits, des marques et des marchés. Il n'y a pas de rôle attiré entre les designers, ils sont tous polyvalents

La répartition des projets se fait en fonction de la charge de travail, par affinité sur le projet.

Les 130 projets en cours portent soit sur le développement d'une nouvelle collection, soit d'un nouveau produit, soit d'une déclinaison qui vient compléter une gamme.



Quand un projet proposé par une agence est retenu, un designer interne va suivre l'étude afin de l'adapter à la marque mais aussi au savoir faire industriel. Il n'y a pas de rythme spécifique de collection malgré cela c'est en moyenne 30 à 40 nouveaux produits qui sont ajoutés chaque année au catalogue.

Les gammes sont vendues à l'international, il n'y a pas d'adaptation pour l'export ; si un produit est dessiné pour un marché ou un pays, il est ensuite inclus au catalogue général.

L'intégration du design

Fermob a longtemps fonctionné comme un éditeur, c'est en 2005 qu'elle intègre son premier designer, Patrick Bonnemère, qui avait pour mission d'accompagner le développement des projets externes pour les amener jusqu'à la fabrication.

Fermob a donc, en quelques années beaucoup évolué, puisque aujourd'hui elle intègre une méthodologie de travail en advance design, les projets sont développés en fonction de la stratégie de l'entreprise, les designers internes y consacrent 1/3 de leur temps.

Une nouvelle organisation se met en place avec la volonté de responsabiliser les designers sur un secteur d'activité afin que chacun soit investi d'une mission, qu'il en ait la responsabilité et acquiert une véritable expertise

Entre l'intention et la finalisation du produit, le designer est chef de projet.

Il doit mettre en place les moyens dont il a besoin pour faire aboutir le projet afin de présenter une maquette finale / prototype à partir de laquelle se feront les différentes démarches de protection industrielle avant de passer le projet au BE pour industrialisation.

C'est le designer qui communique sur le projet et explique son histoire au marketing.

Phase industrialisation : le passage de la maquette à la série. Le designer est très présent en phase de faisabilité. De nouveau une nouvelle étude technique peut être réalisée et il est là pour l'accompagner. Parfois un re-design peut être nécessaire à cette étape en fonction des besoins, des contraintes qui peuvent être nouvelles suivant des événements extérieurs qui peuvent donner lieu à des arbitrages tels que les calculs d'amortissement, les coûts de fabrication, de développement d'outillage.

Les tests des produits se font eux en interne.



La charte packaging et développement des emballages sont fait également par l'équipe design.

Par contre la couleur n'est pas gérée par les designers, mais par un groupe couleur qui intègre le marketing, la production, le service qualité : ce sont 4 à 5 personnes qui travaillent depuis plus de 10 ans sur les tendances. Le service design est consulté, il a un regard sur la couleur mais n'est pas pivot dans ces décisions, tout comme pour le merchandising, ou l'architecture intérieure de magasins.

L'acdi et les 15 designers présents lors de cette rencontre remercient sincèrement toute l'équipe Fermob pour son accueil, sa confiance et le temps consacré à ce moment d'échanges sur les différentes pratiques professionnelles.

