

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

NUMÉRO
ÉVÉNEMENT

Design

India Mahdavi, GamFratesi,
Domeau & Pérès, Issey Miyake...

SPÉCIAL BETTINA RHEIMS

SÉRIE EXCLUSIVE

Lifestyle

De New York à Amsterdam,
six intérieurs contemporains
Laura Gonzalez, la décoratrice trendy

Trips

L'énergie de Los Angeles
Les plus beaux hôtels du moment
Zanzibar grandeur nature

M 01469 - 122S - F: 5,50 € - RD



Flexform

Diamant sur canapé



Petit bijou du savoir-faire italien, l'entreprise basée à Meda, dans la province de Monza et de la Brianza, décline ses talents dans le meuble, sous la houlette de la famille Galimberti et de l'architecte et designer Antonio Citterio.

Découverte d'une marque de grande classe.

Texte Olivier Waché / Photos Adeline Bommart pour IDEAT



1



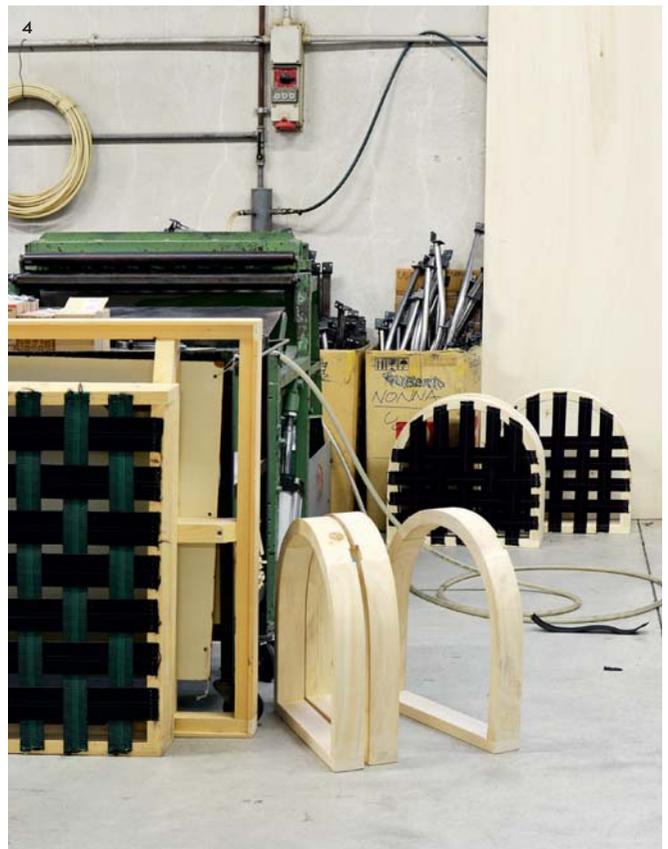
2



3

Définir Flexform peut se résumer en une expression : l'élégance intemporelle. La maison, détenue par la troisième génération de la famille Galimberti, est aux antipodes des marques de mobilier haut de gamme qui manient l'excentricité, alignent les collaborations avec des stars du design ou parient sur le *show off* pour gagner les faveurs d'un public en quête de meubles provoquant le fameux effet waouh ! Depuis 1959, Flexform a fait le choix d'une offre où la sobriété le dispute à la distinction, avec une création supervisée et imaginée depuis quarante ans par Antonio Citterio, mais à laquelle ont participé de grands noms comme Cini Boeri, Giulio Manzoni ou Joe Colombo. Cela vaut aussi pour « Mood ». Cette ligne née en 2001, inspirée du marché américain, décline un style classique, entre rétro et déco, mâtiné depuis peu de couleurs et de motifs. Plus internationale que les autres et vouée au *contract*, elle a été pensée jusqu'en 2005 par l'Américain John Hutton. Carlo Colombo en dessinera une collection en 2013 avant que la direction artistique ne soit confiée à Roberto Lazzeroni. Lorsqu'on se rend, à Meda, dans le plus grand showroom de la marque, un immense espace de 2000 m² agrandi il y a deux ans, on réalise à quel point le tape-à-l'œil en est proscrit. La distinction est en revanche à l'honneur. « *Chaque ambiance valorise un best-seller : le canapé Cestone et son tressage de cuir, la bibliothèque Infinity qui vient de fêter ses 10 ans, ou encore les collections "Lario", "Agave" et*

Page de gauche Si de 70 à 80% du chiffre d'affaires de Flexform est réalisé avec les canapés, l'entreprise produit aussi des meubles comme cette collection « Piuma » en bois précieux. **1/** Flexform s'approvisionne auprès de fournisseurs majoritairement locaux, comme ceux qui réalisent les carcasses des fauteuils et des canapés. **2/** Le secret du confort réside dans le choix scrupuleux des coussins au garnissage en plumes et duvets certifiés Assopiuma. **3/** Étape cruciale après le sanglage, le collage des mousses, réalisé à la main, garantit la qualité et la résistance des canapés et des fauteuils de la marque.





5



6

“Tindari”, parmi les dernières-nées de la marque, explique Elisa Velluto, responsable de la communication. *On se sent presque comme chez soi.* » L’effet est à l’évidence réussi et Flexform l’a d’ailleurs traduit l’an dernier avec son nouveau slogan : « *Home at last.* » Le sentiment d’appropriation est immédiat et donne envie de connaître le dessous des cartes, des canapés en l’occurrence qui représentent de 70 à 80 % du chiffre d’affaires de l’enseigne. Pour cela, il suffit de parcourir quelques centaines de mètres... Malgré ses 15 000 m², l’usine n’est ni plus ni moins qu’un atelier de confection traditionnel à échelle industrielle. Pour produire canapés et autres pièces, la centaine d’employés s’affaire comme le feraient des artisans. Si les gestes sont bien identiques, l’organisation diffère : « *Il y a trois ans, nous avons confié l’optimisation de nos process à une société, explique Elisa Velluto. Grâce à elle, nous avons amélioré à la fois les conditions de travail des ouvriers et la fluidité de la production.* » Un exemple ? La signalisation au sol, des rectangles jaunes qui matérialisent l’emplacement de chaque chariot sur lequel sont disposés progressivement les éléments qui composeront un canapé par exemple. On les retrouve à chaque étape de la production : à la réception et au stockage des matières premières des fournisseurs (carcasses des assises, mousses et intérieurs des coussins), au



7

1/ Dans cet atelier, sont effectuées les découpes au laser ou à la main. 2/ Les peaux proviennent de la région de Venise. Avant leur découpe, elles sont passées au crible pour éviter tout défaut. 3/ Le capiton a été revisité par Flexform avec un système ingénierie qui apporte une touche contemporaine à cette technique ancestrale de tapisserie. 4/ Comme tout siège réalisé de manière traditionnelle, les assises Flexform bénéficient d’un sanglage manuel. 5/ L’assemblage des housses est aussi réalisé à la main. 6/ Comme chez un artisan tapissier, les fûts attendent de passer entre les mains expertes de la centaine d’employés de l’usine. 7/ Matteo, responsable des ventes en Italie, est l’un des quatre cousins Galimberti à la tête de l’entreprise.



sanglage, au collage des mousses sur les structures, à la fixation des piètements, à la coupe et à la confection des housses en tissu et en cuir, et à l'assemblage final. Avec cette technique simple mais efficace, ce sont les chariots qui, dans un ballet bien rodé, vont d'employé en employé. Sans déplacement inutile et fastidieux, chacun peut se concentrer sur sa tâche. Quant aux produits, réalisés à la commande en quatre à cinq semaines – car ici le stock n'existe pas –, ils s'habillent, selon la volonté du client, des cuirs vénitiens les plus luxueux ou de matières nobles comme le cachemire, introduit il y a trois ans. Leur moelleux incomparable vient du garnissage : des plumes et du duvet rigoureusement sélectionnés et bénéficiant de la certification de l'association Assopiiuma qui garantit qualité et éthique. Le prix du confort... ^{ID}

FLEXFORM EN CHIFFRES

- > Année de création : 1959
- > Effectif : 135 personnes (100 à l'usine, 35 dans l'administratif)
- > Superficie de l'usine : 15 000 m²
- > 100 shop in shop
- > 22 flagship-stores
- > 1200 magasins multimarques
- > Chiffre d'affaires : 60 M€ (dont de 70 à 80 % réalisé avec les canapés)
- > Ventes : 20 % en Italie, 80 % à l'export (Allemagne, Chine, États-Unis...)

1/ Elisa Velluto, notre hôtesse durant la visite, assure la communication de Flexform.
 2/ Dans le showroom historique, le très confortable Zeus d'Antonio Citterio, ici en version cuir fauve. 3/ Les ventes à l'export représentent 80 % de l'activité, tournée à 75 % vers les particuliers et à 25 % vers le contract, un secteur en croissance.