

33 mètres par jour.

**La démarche,
La rencontre,
l'immersion**
—

ENSci
LES ATELIERS



Dans le cadre d'une initiative personnelle, opportunité offerte par l'ENSCI-les-Ateliers de porter soi-même un projet, j'ai fait le choix de m'intéresser au TPE, PME et ETI. Ces structures représentent 98% du paysage entrepreneurial français. Pourtant, dans certaines études menées sur les relations entre PME et design, il est possible de lire que seulement 31% d'entre elles innovent par le design.

Face à ce constat, il m'est apparu essentiel de se poser les questions suivantes:
Qu'est ce que la recherche et le développement pour les PME & PMI ?
Comment le design peut-il répondre aux besoins d'innovation tout en étant porteur d'une stratégie ?

L'objectif étant, au terme de ces 5 mois d'initiative personnelle, d'avoir réalisé une série d'expérimentations pouvant être vectrice d'innovation pour l'entreprise partenaire. Mais aussi d'être en mesure d'inscrire cette innovation dans une stratégie cohérente.

Le laps de temps étant court, j'ai fait le choix de rentrer en contact avec Lille Design, acteur incontournable du design de la métropole lilloise. C'est donc par l'intermédiaire de Céline Savoye que je suis venu à rencontrer l'entreprise Art de Lys.

La rencontre



La première rencontre avec l'entreprise de tissage Art de Lys à eu lieu le 30 septembre 2016 dans leur locaux à Lys-Lez-Lannoy.

Lors de celle-ci, j'ai présenté ma démarche et expliqué ma volonté de faire projet avec eux.

Dans un premier temps, je souhaitais pouvoir passer une semaine à leur coté pour comprendre le fonctionnement de l'entreprise.

Les pistes de travail alors évoquées étant :

Comment travaille-t-on le volume à partir d'une surface ?

Quelle place pour le textile dans le secteur du voyage ?

Quelles qualités le textile peut-il apporter dans l'aménagement ?

A l'issue de cette entrevue, ils ont accepté cette collaboration et m'ont permis de venir une semaine en observation.

Durant cette période, j'ai participé à la vie de l'entreprise en apportant ponctuellement mon aide. Par ailleurs, il m'a aussi été possible, au moyen de photographies, de commencer à poser un regard sur leur savoir-faire.

L'immersion



Coussin ananas, atelier.

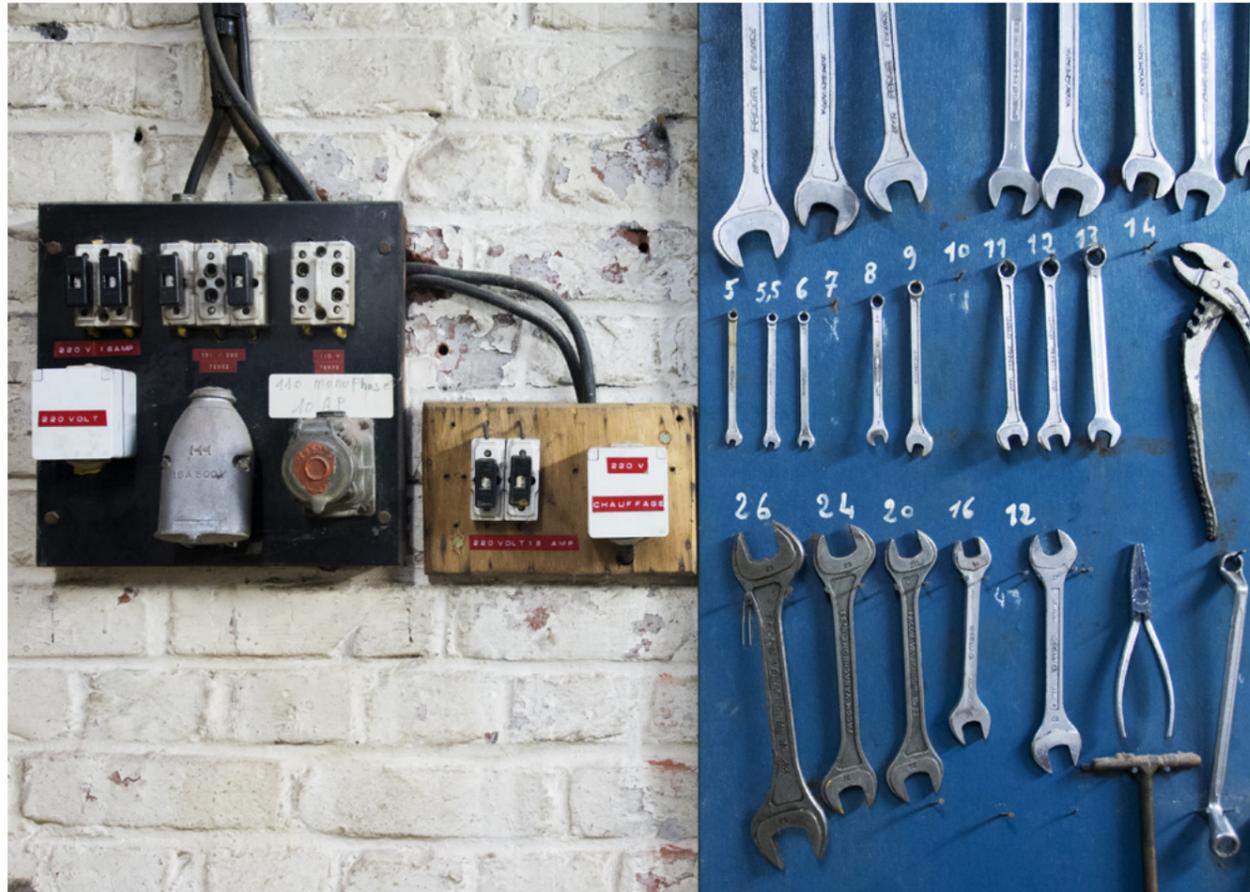
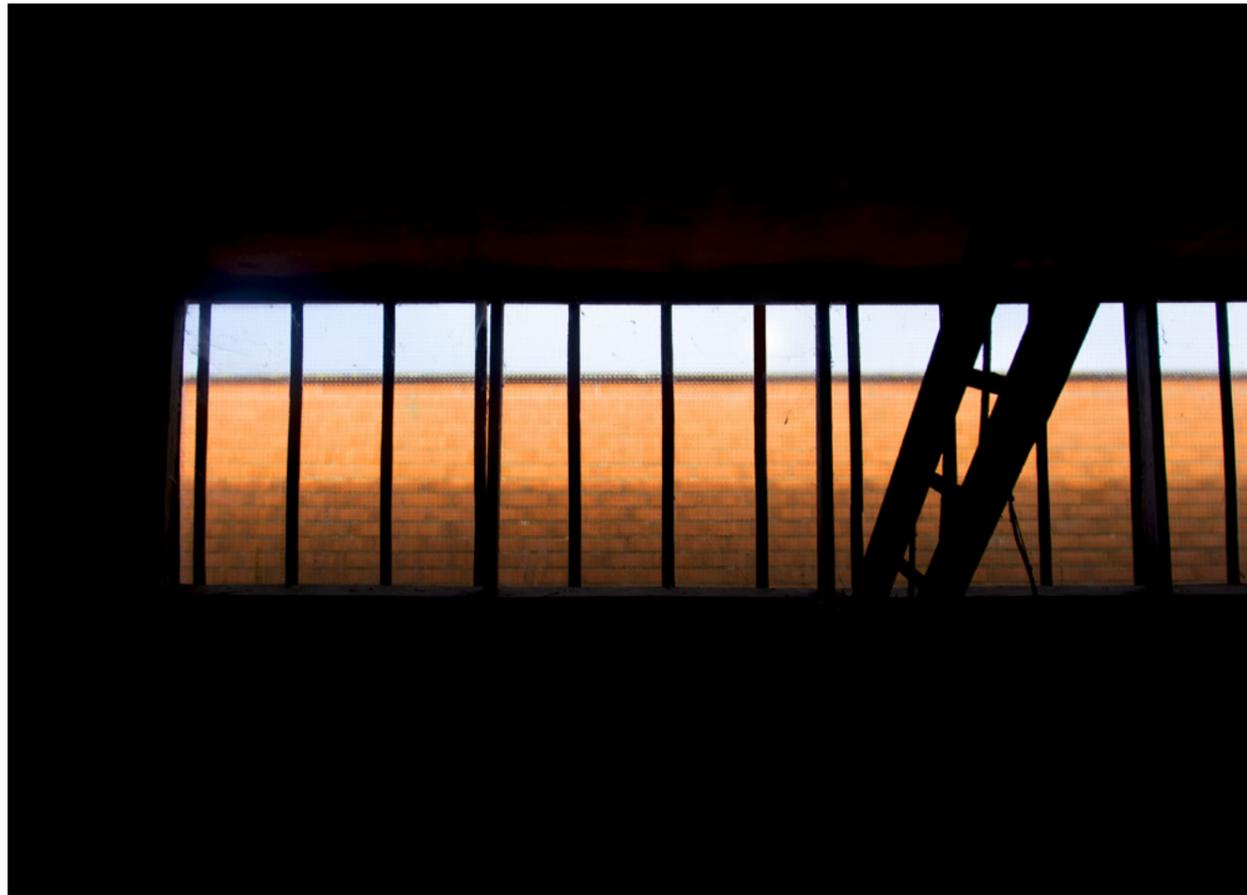


Tableau d'outils, salle de lancement.



Trousse Arras, chaufferie.



Verrière du quai de déchargement.



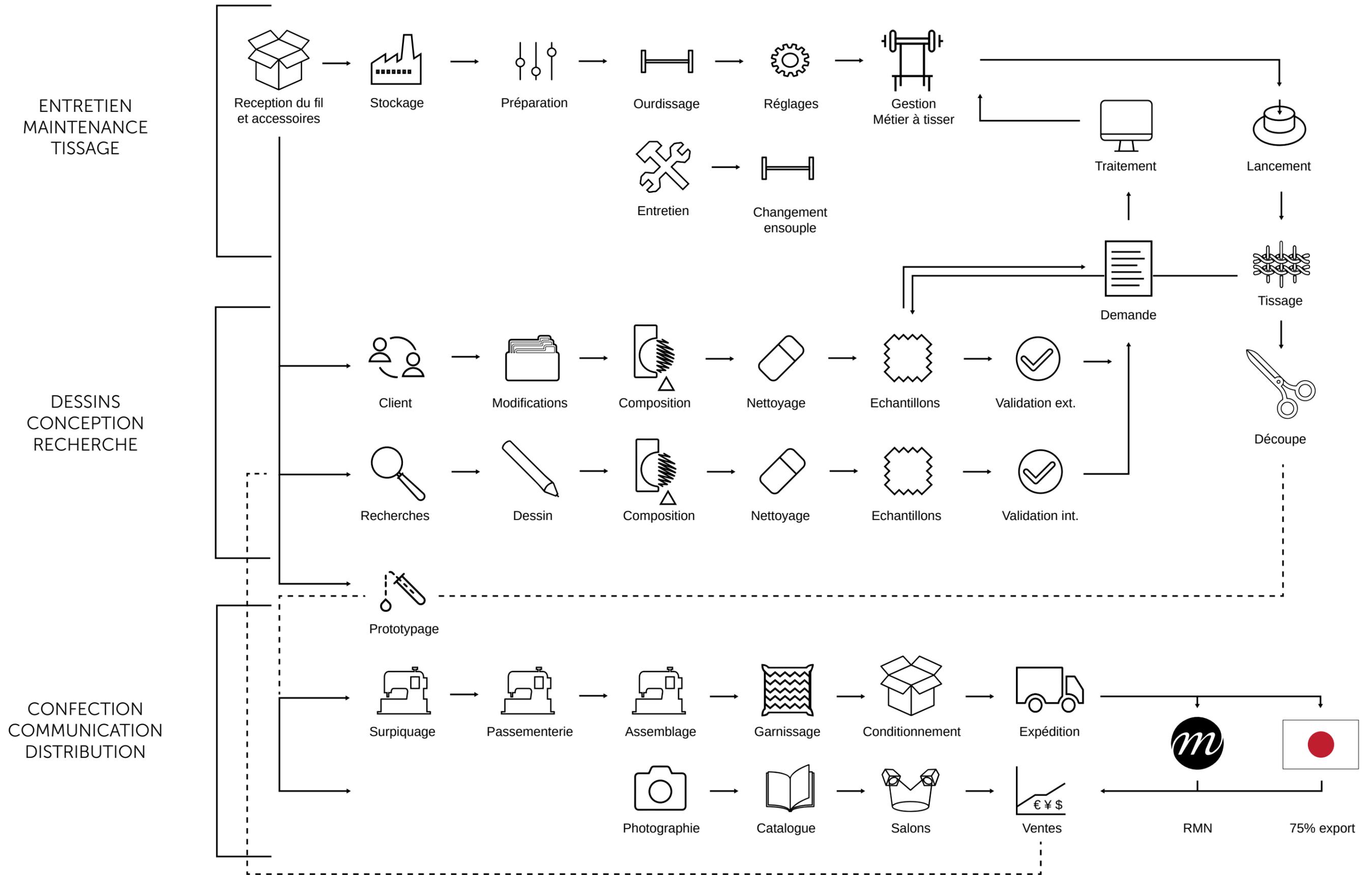
Chemin de table Kipling, stock fils.



Coussin collection Nord, Pauline Androlus, quai de chargement.

**Le fonctionnement,
la clientèle,
la concurrence.**
—

Le fonctionnement



La clientèle

Canaux de distribution



Boutique du musée de Versailles.



Serengetee, fabricant d'accessoires.



Boutique Boucly meubles & déco, Valenciennes.



Boutique web, site ART de LYS.

Profil client

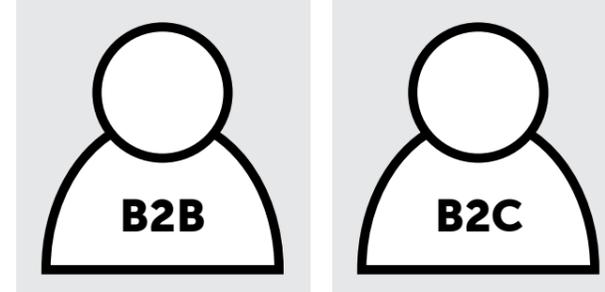
Les clients d'ART de LYS peuvent être découpés en deux typologies. Les professionnels et les particuliers.

Les professionnels sont des marques ne possédant pas l'outil de production et faisant appel à l'entreprise pour créer et tisser les textiles. **Les boutiques physiques ou en ligne** représentent les autres clients professionnels.

Les particuliers, bien que le numérique ait transformé les règles en matière de cible clientèle, sont **principalement des femmes**.

Il semble que les centres d'intérêts des potentiels clients d'ART de LYS soient **culturels et décoratifs**.

Par ailleurs, les motivations des **acheteurs étrangers** (70 à 75% des ventes) sont sans doute différentes et l'argument du « **fabriqué en France** » doit être primordial.



- 1° Boutiques de décoration en France et à l'étranger.
- 2° Boutiques de musées
- 2° Fabricants d'accessoires.
- 3° Autres demandes commerciales

- 1° Site internet, en nom propre.
- Extrapolation*:
- Clientèle féminine, entre 30 et 55 ans, goût pour la décoration et la culture, pouvoir d'achat significatif.

* Le marketing n'étant pas mon métier, ces informations ne sont pas issues d'une étude ou analyse, simplement d'observations. Par ailleurs, compte tenu des bouleversements actuels que le numérique induit sur les méthodes du marketing, il conviendrait de parler de comportements plus que de profils. Il serait alors question de clients qui recherchent l'authenticité, la qualité, l'histoire, le savoir-faire, mais aussi l'audace et le branché.

Publications en France (2016)

Presse maison et décoration



Presse féminine



Presse jardinage



Presse spécialisés Arts



La concurrence



Entreprise :

Jules Pansu

Fondation :

1878 à Paris, ateliers à Halluin(59).

Produits :

Tissus

Coussins

Tapisseries

Maroquinerie

Rideaux

Positionnement :

Principal concurrent, Jules Pansu est spécialisé dans l'achat de **licences d'oeuvre d'art** comme reproduction pour leurs créations. Ils sont présent dans **tous les musées** et ont **une boutique à Paris**.



Entreprise :

B&T textilia

Fondation :

2003 (certainement plus ancienne) à Waarschoot en Belgique.

Produits :

Tissus

Coussins

Tapisseries

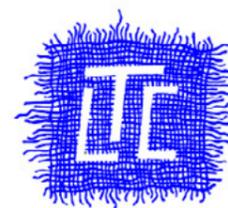
Couvertures

Rideaux

Positionnement :

B&T textilia est un autre concurrent qui mise **moins sur la marque** et des modèles plus simples mais qui a des **caractéristiques similaires** à celle d'ART de LYS.

Autres concurrents (secondaires)



Située dans la commune de Charlieu (Loire), les tissages de Charlieu compte aujourd'hui une cinquantaine de salariés dont des maîtres tisserands qui se transmettent leur précieux savoir-faire séculaire de générations en générations.



Manufacture textile depuis 1888, Le Jacquard Français fédère 130 salariés, tous fiers de tisser 100 % des créations en France, dans leur atelier de Gérardmer. Leader sur le marché du linge de table haut de gamme, Le Jacquard Français a fait le choix d'une distribution sélective et compte actuellement plus de 2000 revendeurs à travers le monde.

**L'analyse,
les références,
la stratégie.**

—

L'analyse

L'élément principal qui ressort de l'analyse que j'ai pu faire précédemment est un travail à effectuer sur la marque et la gestion de son image en fonction des marchés visés.

En effet, ART de LYS exporte 75% de sa production à l'étranger en étant porté par le « fabriqué en France ». Cependant, capitaliser sur une image de marque forte dans l'hexagone aurait comme effet, en plus de pérenniser l'activité de l'entreprise, un impact positif à l'export.

Par ailleurs, les archives représentent un atout indéniable face à ses concurrents. Il s'agit ni plus ni moins du patrimoine de l'entreprise qui doit être, au même titre que sa technicité, protégé.

Enfin, le manque de variété des typologies d'objets proposés est contrebalancé par une surabondance dans le choix des motifs. Cela a pour conséquence un déficit de lisibilité, à la fois des motifs mais aussi de la qualité des objets fabriqués par ART de LYS. Il conviendrait donc de développer des nouveaux objets.

N'ayant pas suffisamment de temps pour effectuer un travail sur l'image de marque, j'ai fait le choix de me concentrer sur le point pivot de ma stratégie basée sur le développement de nouveaux produits en rapport avec le savoir-faire d'ART de LYS et pouvant permettre d'atteindre de nouveaux marchés comme les concept store.



Sélection issue de la collection 2018.

Les références

CASAMANCE

FINE FABRICS & WALLPAPERS



Beauharnais, collection 2017.

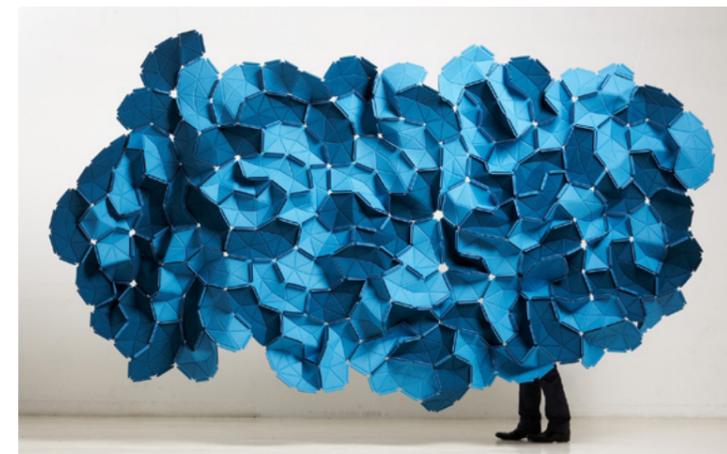
Même si CASAMANCE est d'une maison d'édition textile et que cette éventualité n'intéresse pas ART de LYS dans un premier temps, elle possède plusieurs marques qui correspondent chacune à un marché précis.

Marques

CASAMANCE est un éditeur de textile situé près de Lille et à été créé en l'an 2000, elle « crée des intemporels pour sublimer les intérieurs de style, réinventer les classiques de demain. L'alchimie de ses couleurs habille des espaces architecturés, où s'exprime une vraie élégance à la française. »

kvadrat

Collaboration



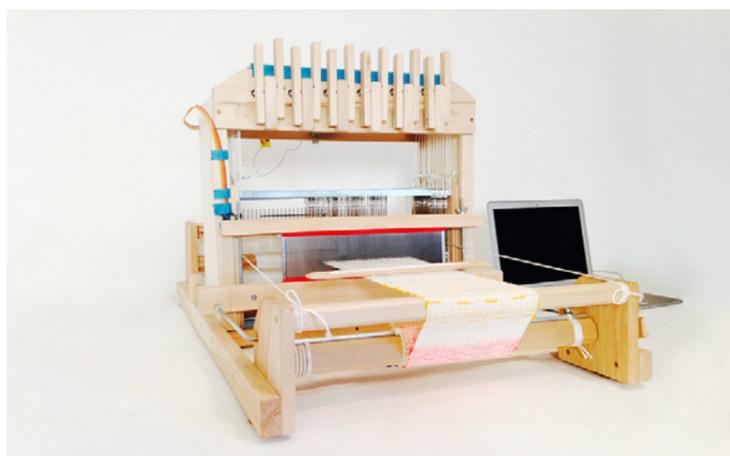
Clouds, Ronan & Erwan Bouroullec.

Kvadrat est leader dans le champs de l'innovation textile depuis la création de l'entreprise en 1969. Ils produisent des textiles contemporains de haute-qualité pour les architectes, designers et clients privés pour les espaces publics ou les espaces domestiques.

Kvadrat organisent ponctuellement des collaborations avec des designers et architectes qui permettent à la fois de mettre au point des innovations mais sont aussi une belle vitrine pour la marque.

Pixtil

Numérique



Métier à tisser hacker avec arduino.

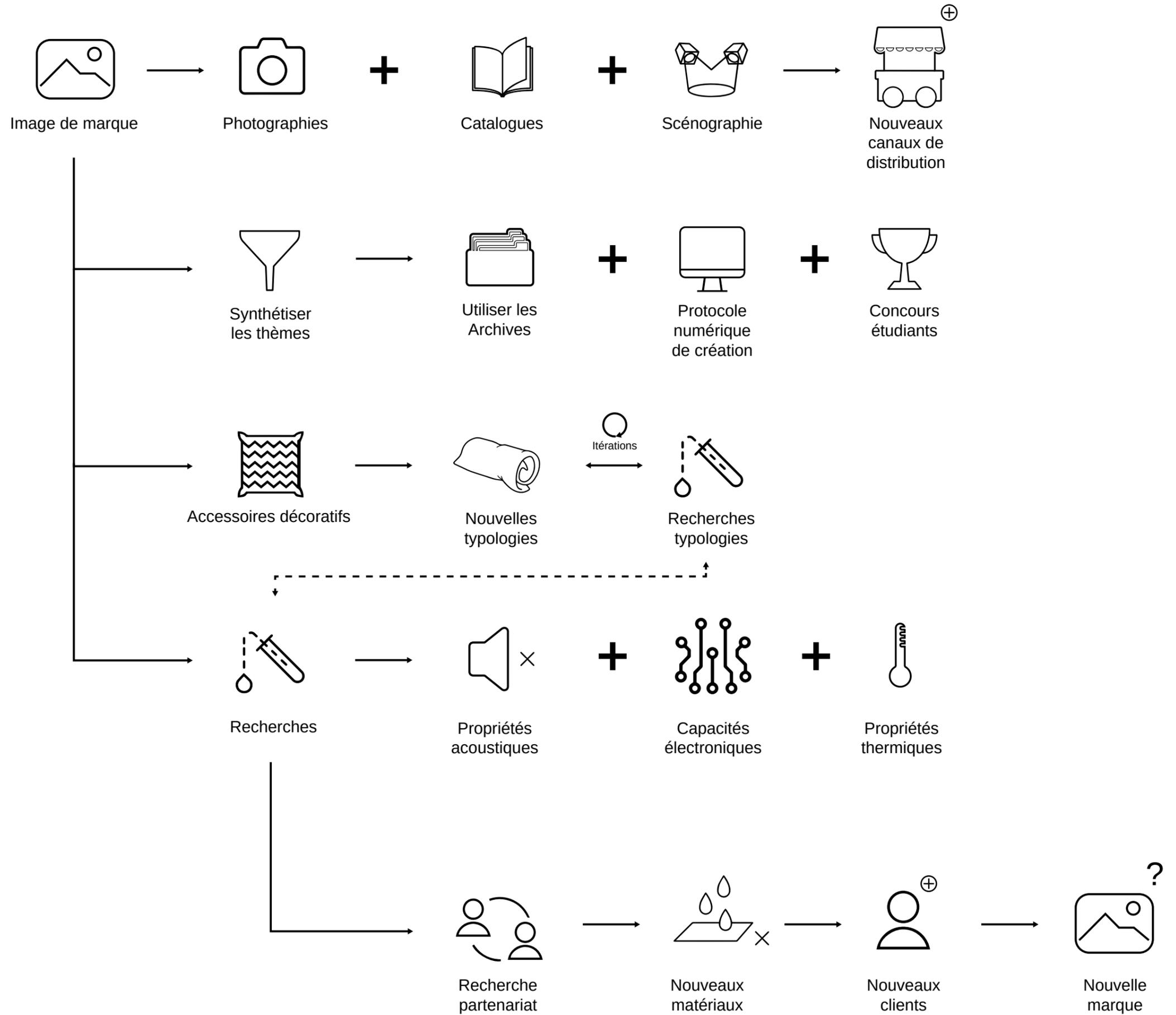
Pixtil est un duo de designers textile et numérique diplômé de l'ENSCI. Ils utilisent les nouveaux outils de dessins qu'offre le numérique, afin de créer des motifs et des tissages contemporains. Le studio crée ses collections consultables sur rendez-vous, et réalise également des projets à la demande.

Le numérique bouleverse nos manières de concevoir, il est un outil puissant pour aider au développement et surtout dans le cas de PME ou PMI.

La stratégie

Cette stratégie est basée sur l'élément qui fait le plus défaut à l'entreprise ART de LYS aujourd'hui à savoir, la gestion de l'image de marque.

L'objectif de celle-ci est dans un premier temps de faire un travail sur la dite identité. Mais aussi de permettre le développement et d'assurer la pérennité du savoir-faire de tisserand en cherchant de nouveaux champs d'applications et les possibles marchés concernés.



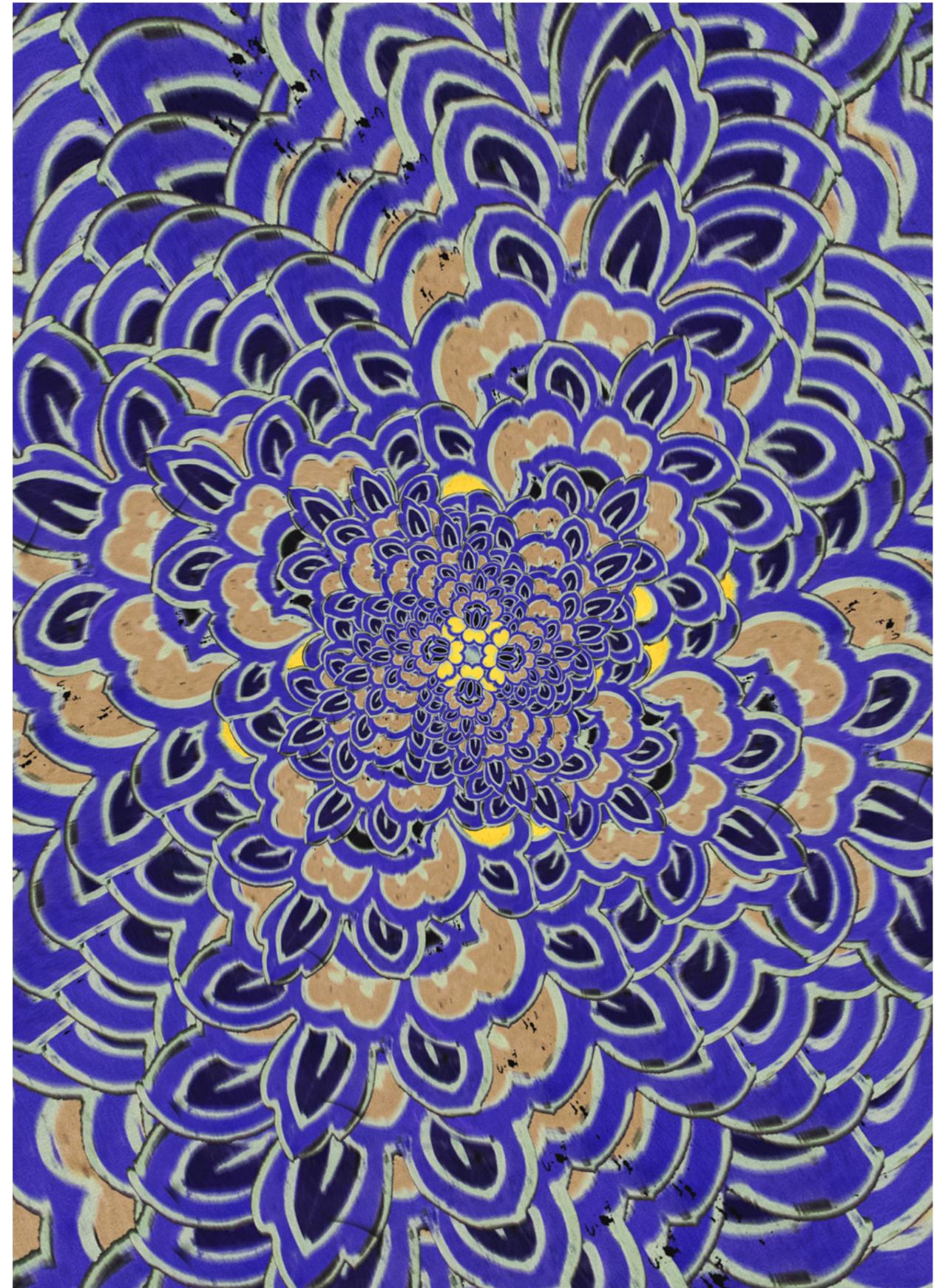
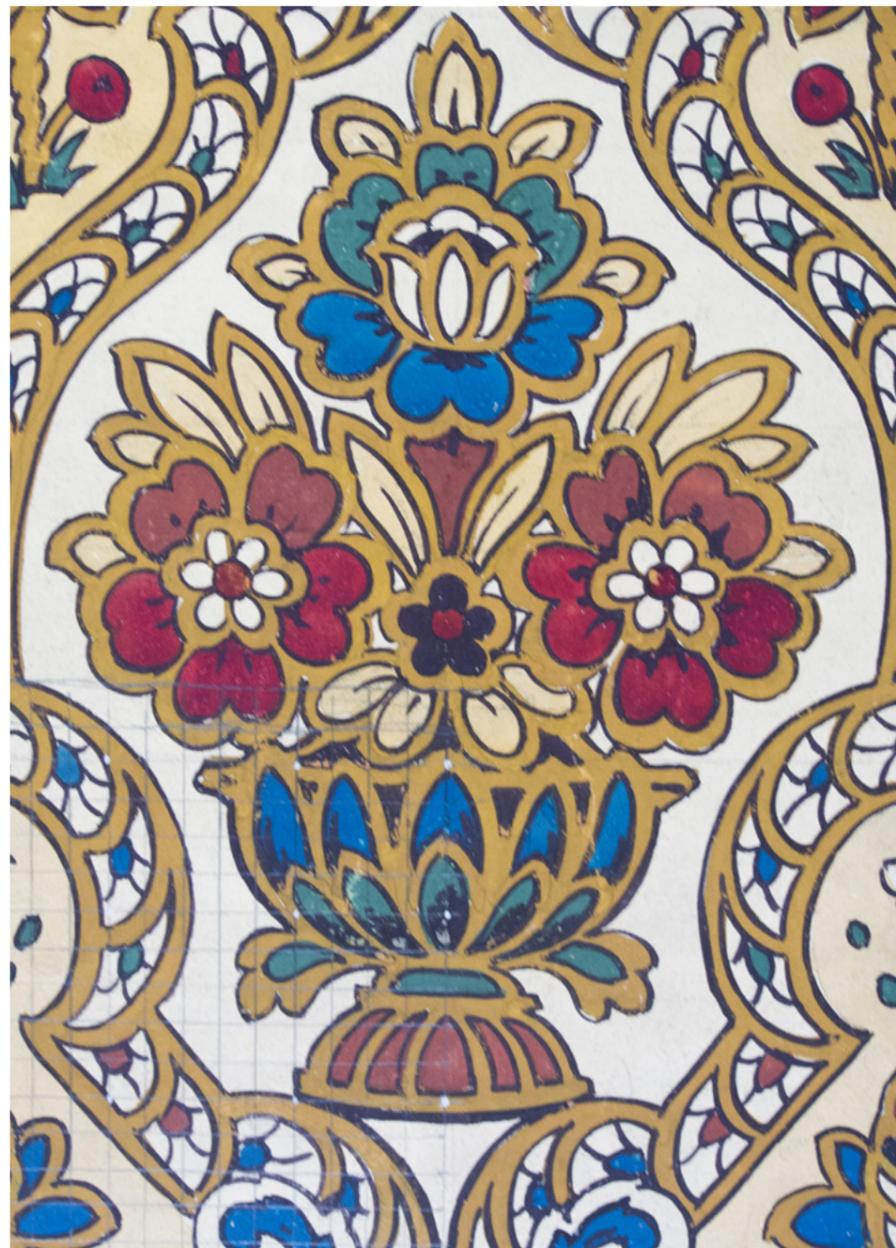
**Les archives,
les essais,
le concept.**
—

Les archives

Protocole :



Protocole :



Protocole :



Les essais



Expérience n°1

Amidon - Vinaigre - Glycérine
Fer à repasser programme lin
Pressage à chaud

Expérience n°2

Amidon - Eau
Fer à repasser programme coton
Pressage à chaud

Expérience n°3

Mousse Polyuréthane
Injection à la bombe
35 minutes de gonflage

Expérience n°4

Résine polyester
Enduction sur bois
Séchage air ambiant

Expérience n°5

Isolant - Sapin - Panneau
Découpe et habillage
Pression par vis

Expérience n°6

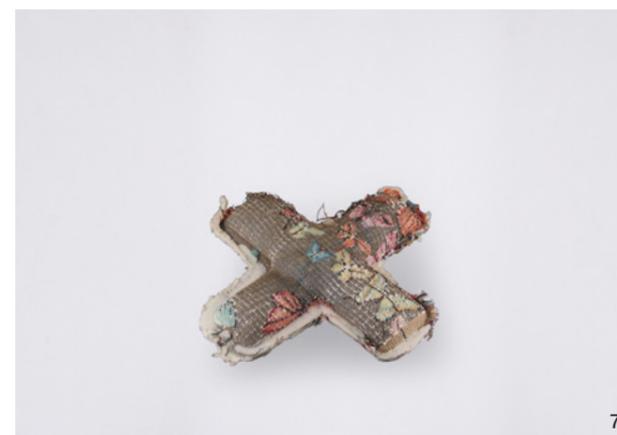
Fil acier 0,8mm
Détramage et retramage
Mémoire de forme

Expérience n°7

Mousse Polyuréthane
Injection à la bombe
Moule - contre moule

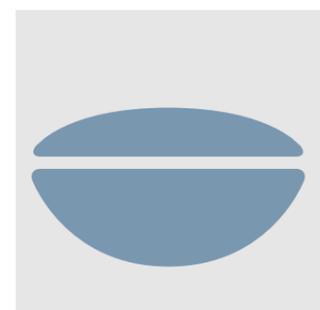
Expérience n°8

Moule expérience n°7
Valchromate
Fraisage numérique



Le concept

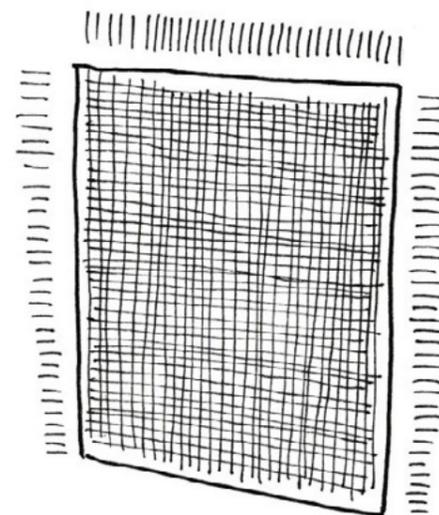
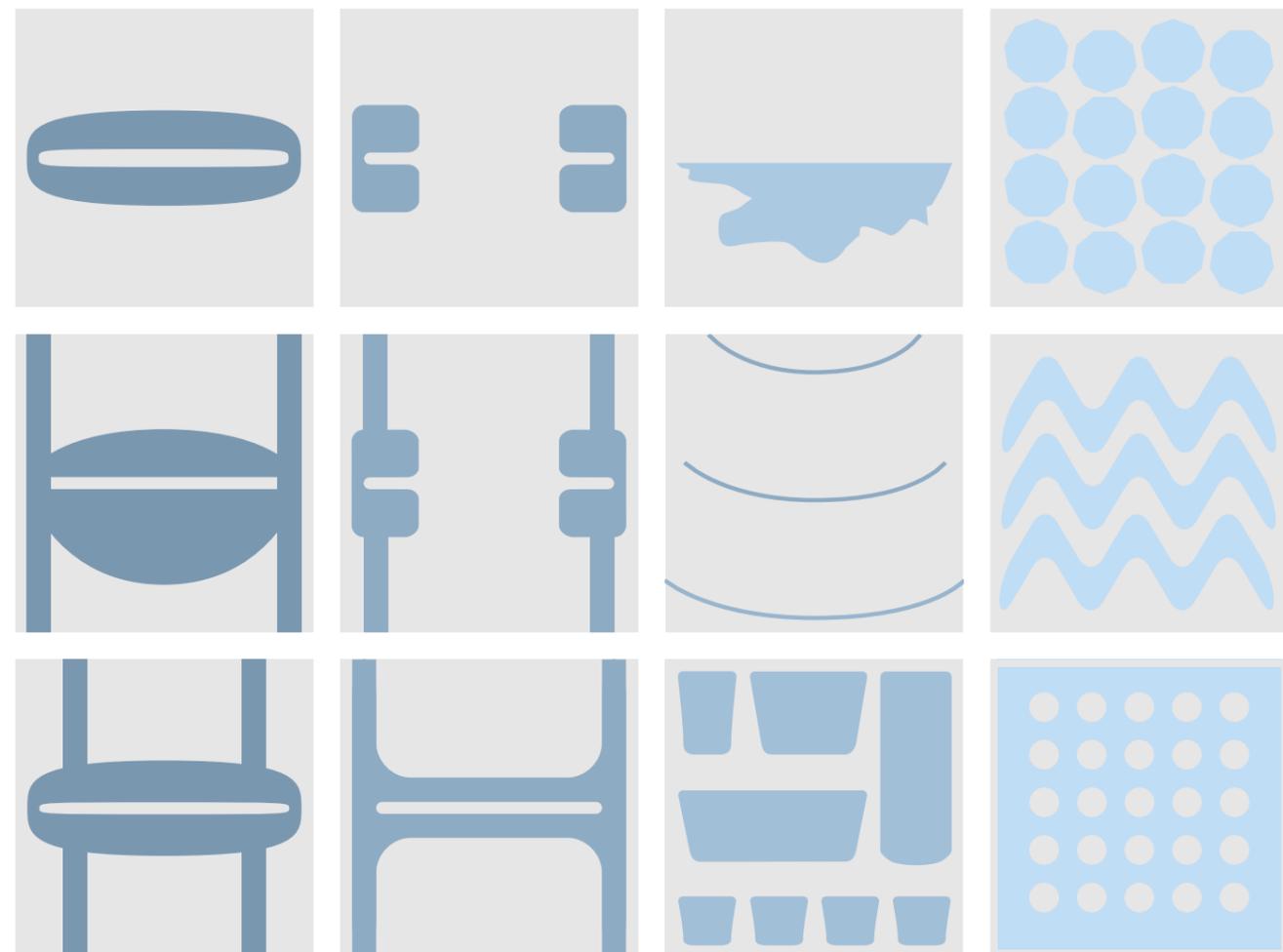
Utilisé les armures poches pour faire du motif une fonction.



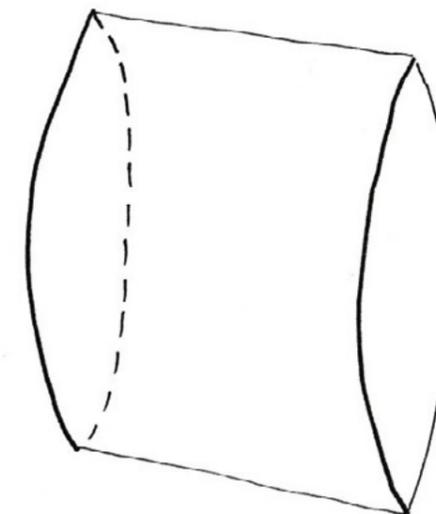
■ Armures liées.
■ Armures poches.

Def. armure : mode d'entrecroisement des fils de chaîne et des fils de trame.

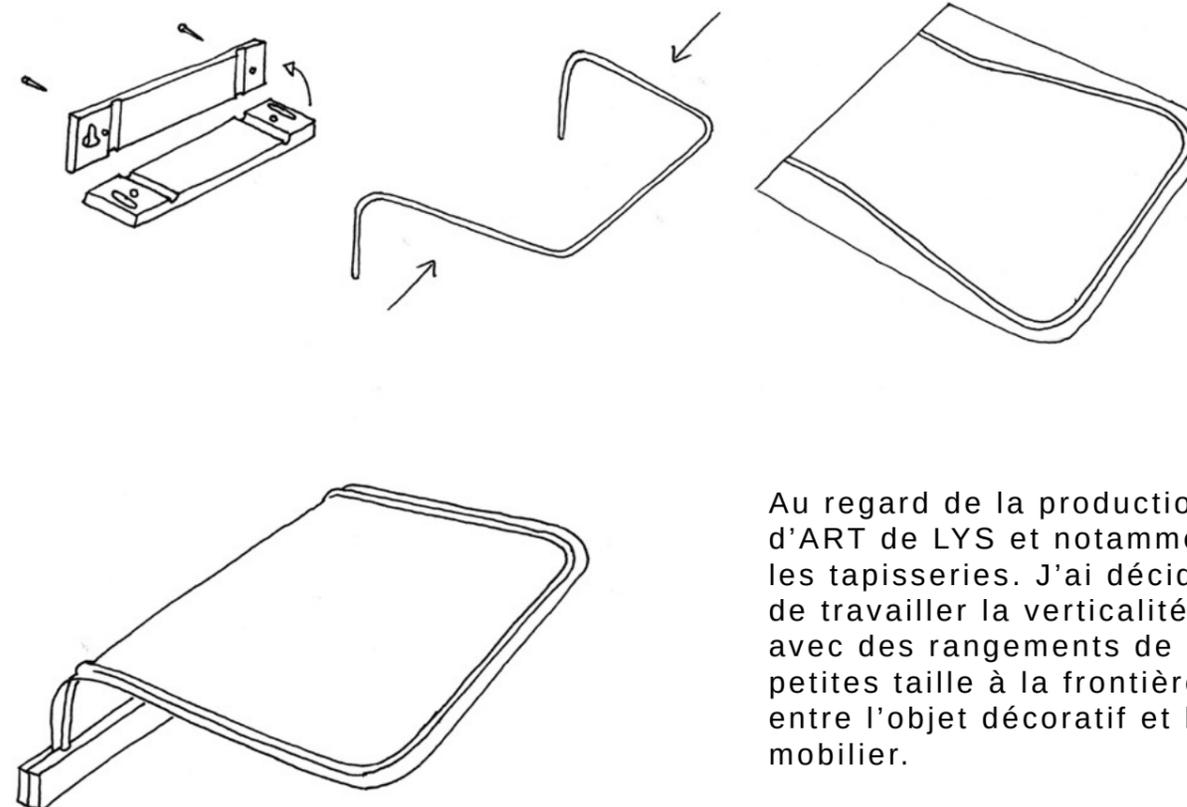
Certaines armures sont dites poche lorsqu'elles créent deux surfaces et donc un vide dans le textile et ce sans couture.



Armures liées.



Armures poche.

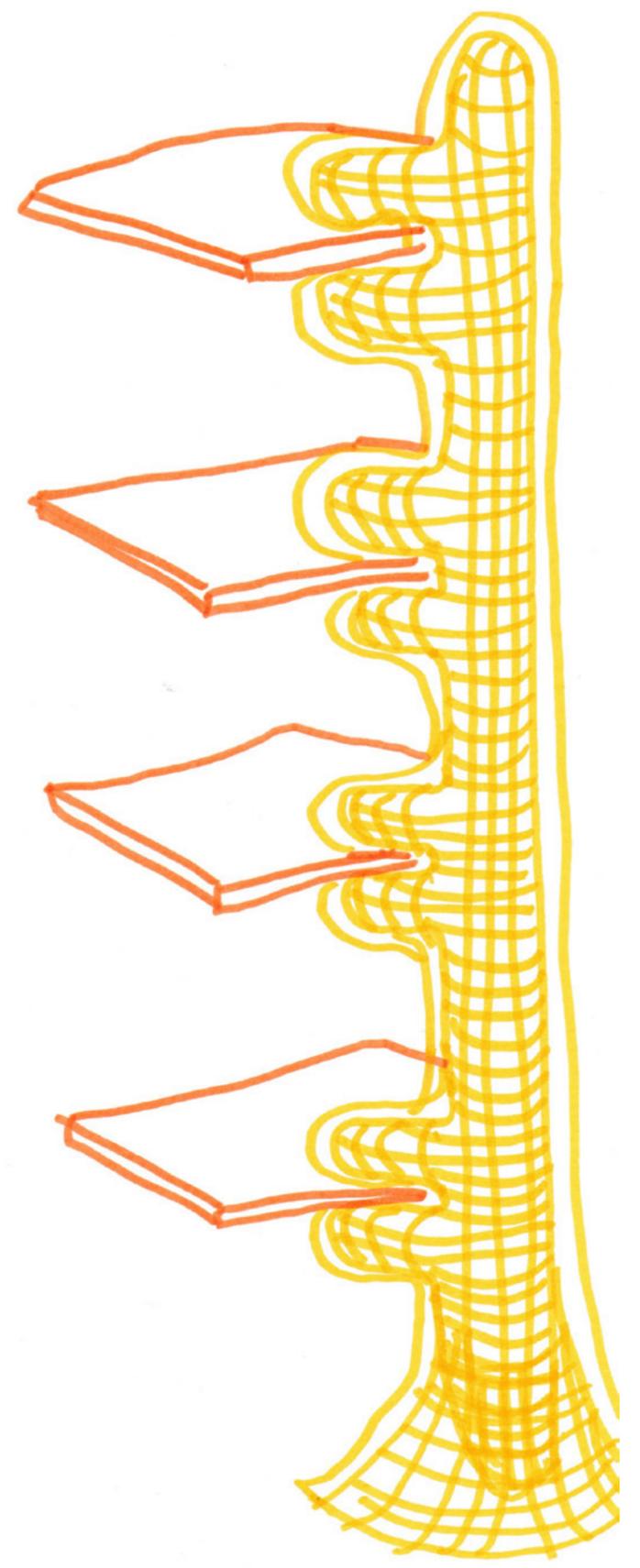
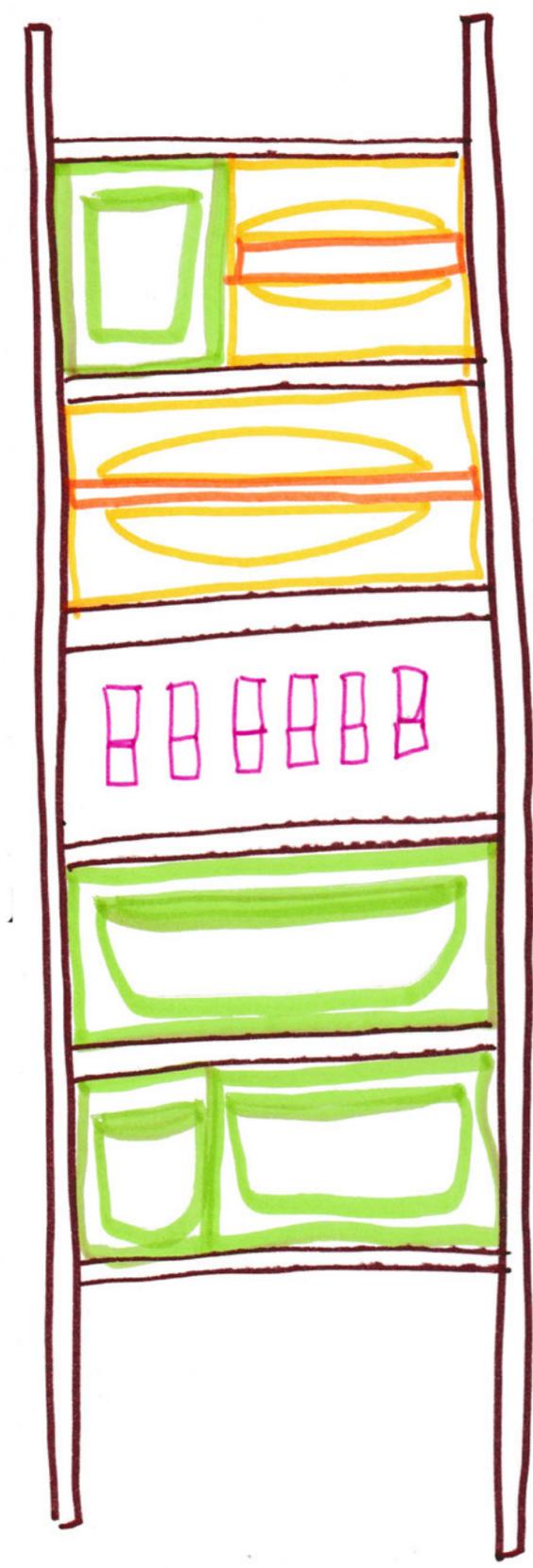
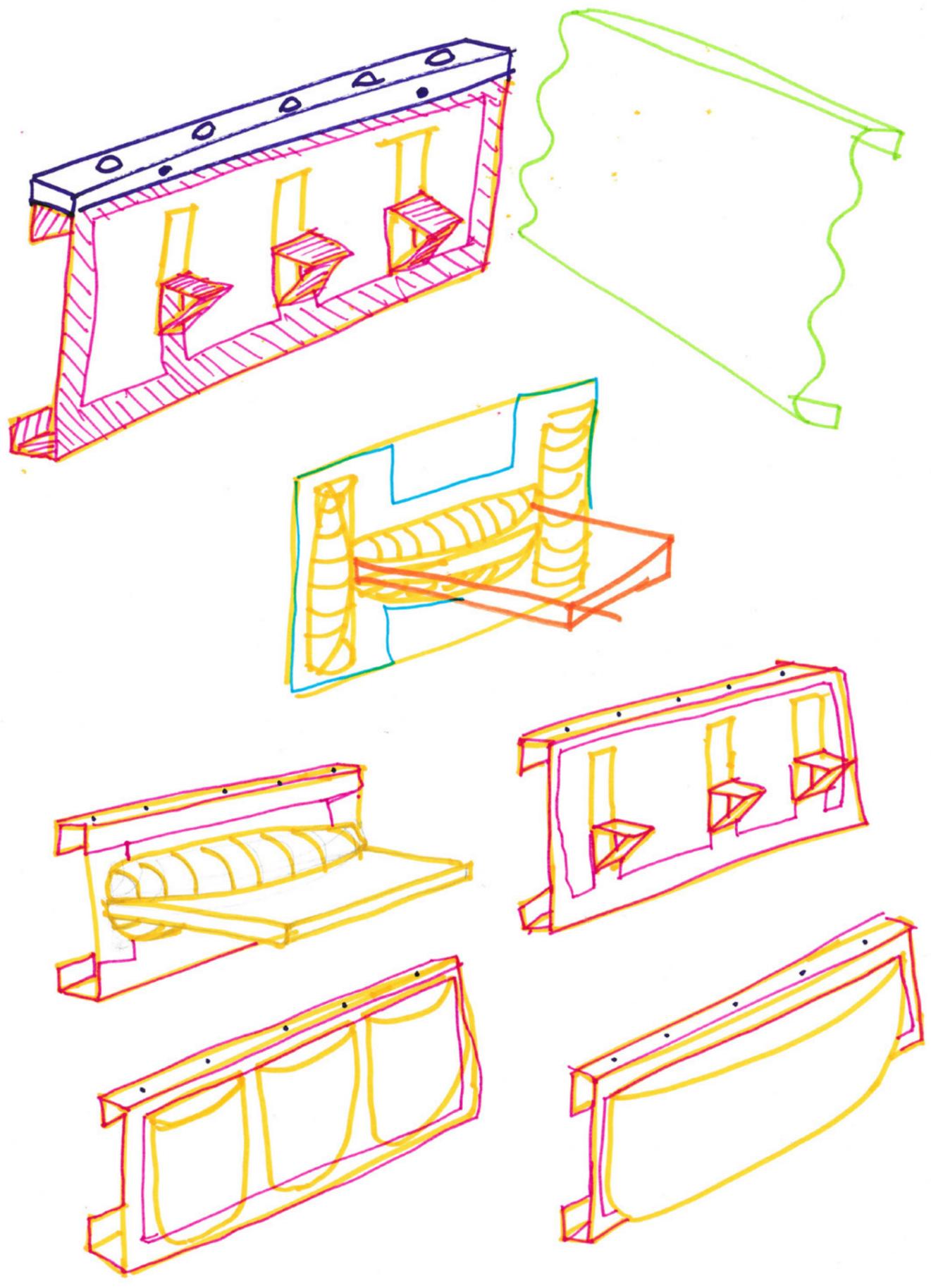


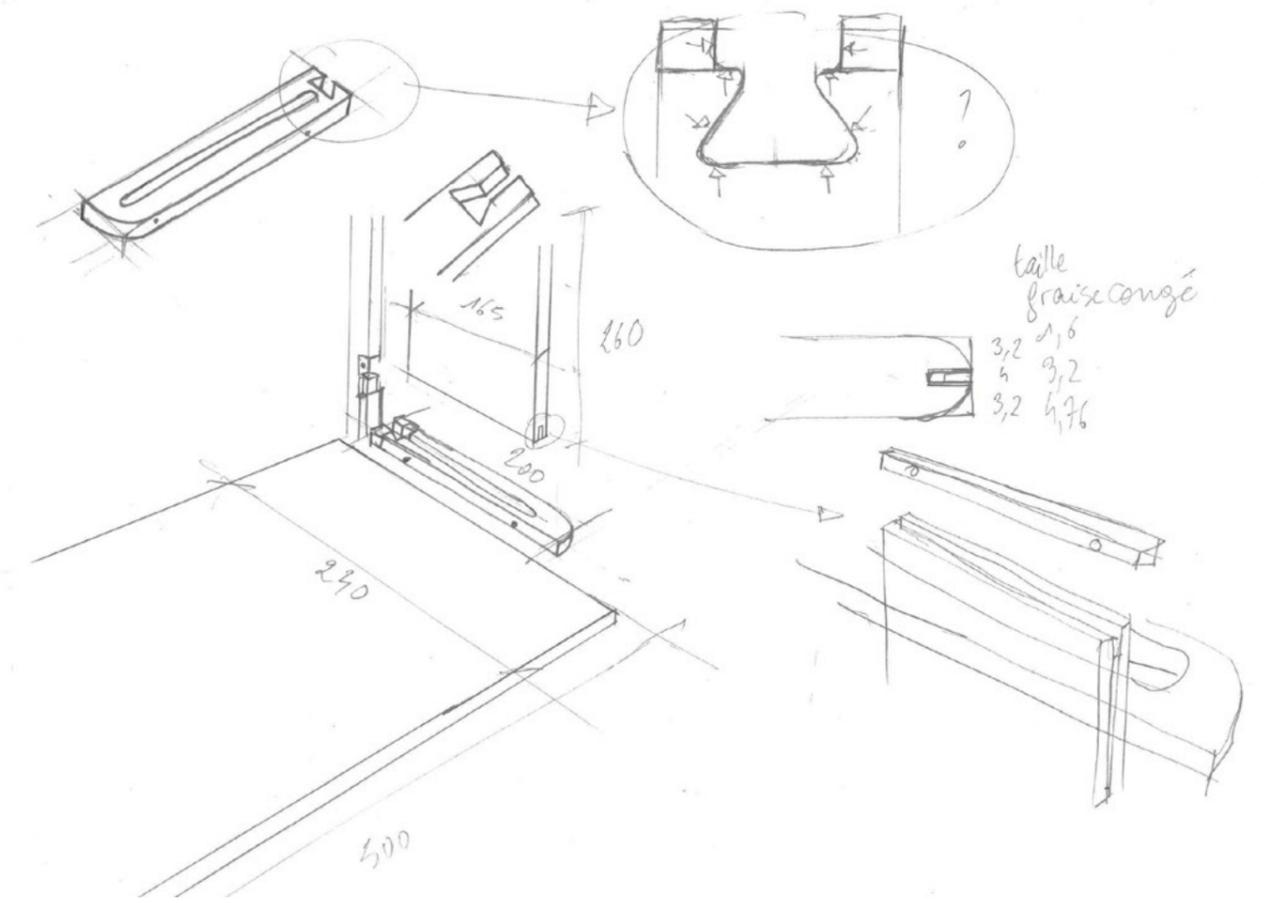
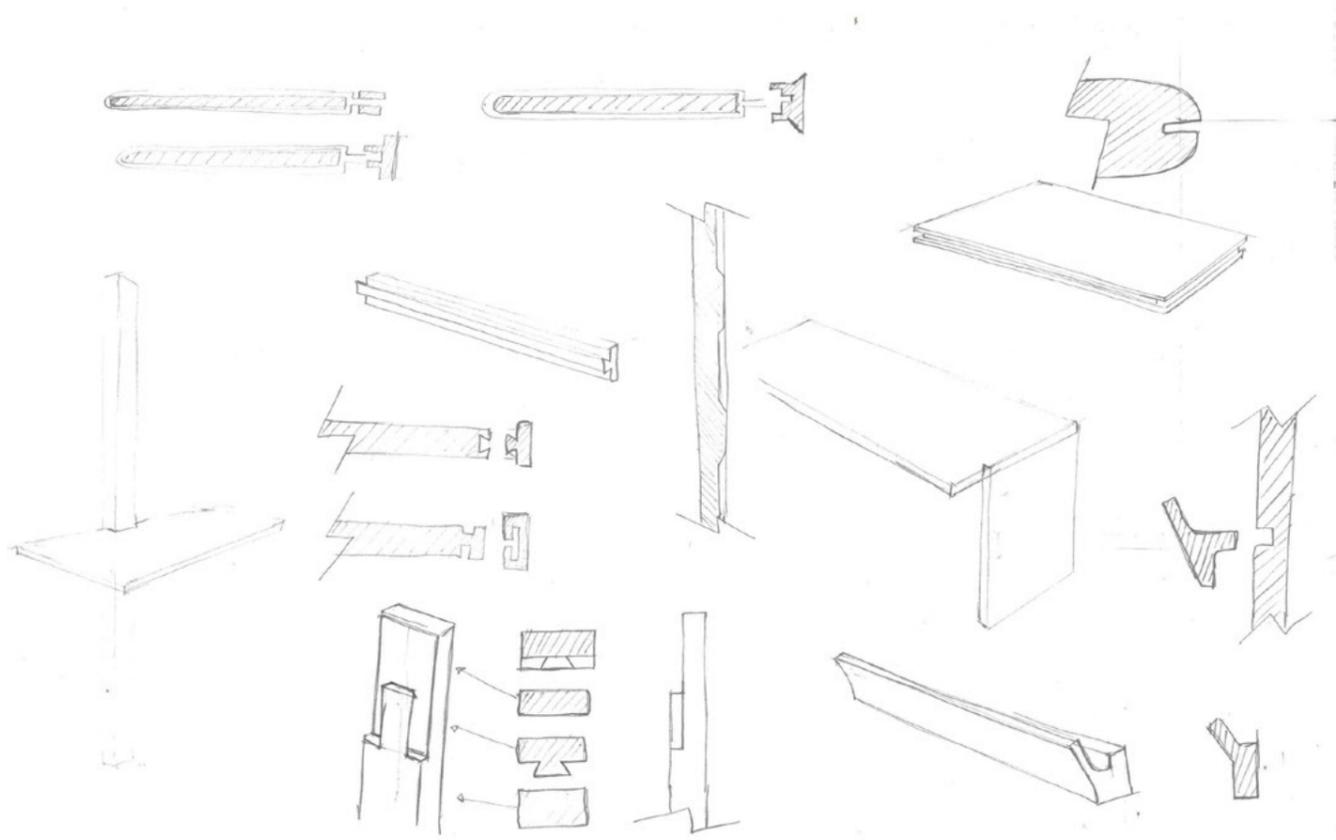
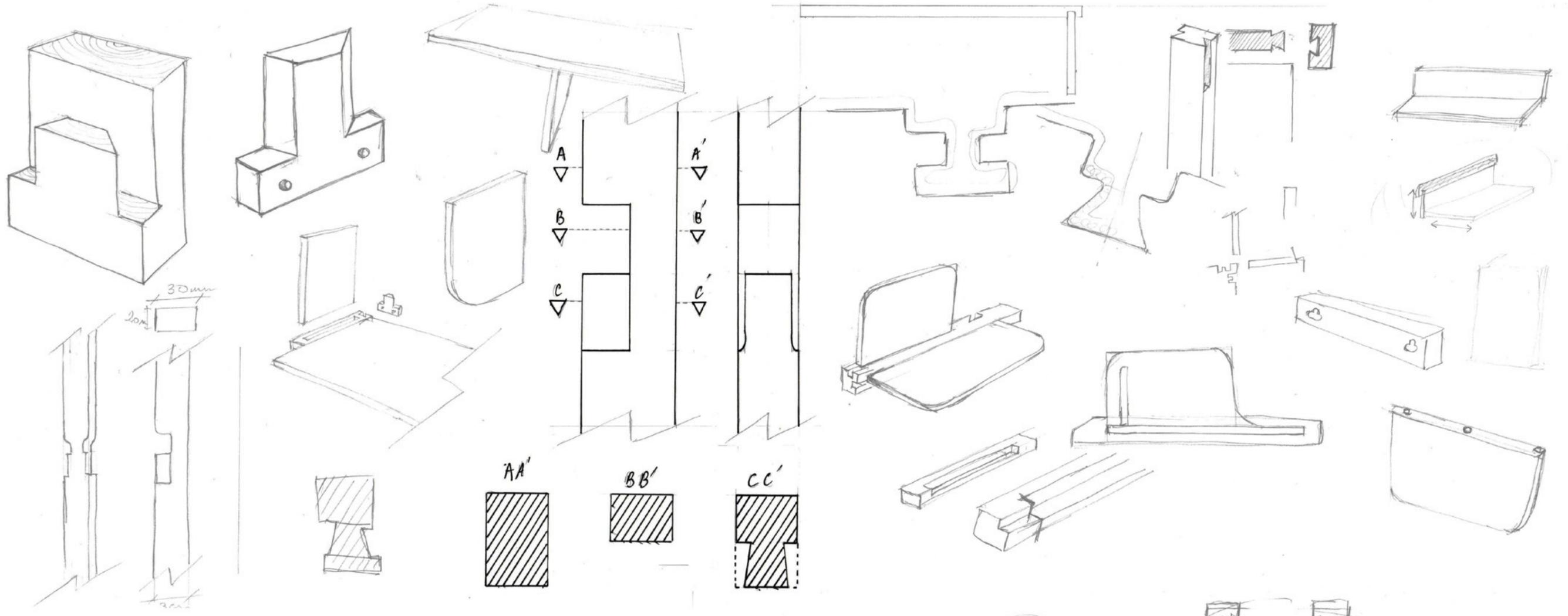
Au regard de la production d'ART de LYS et notamment les tapisseries. J'ai décidé de travailler la verticalité avec des rangements de petites taille à la frontière entre l'objet décoratif et le mobilier.

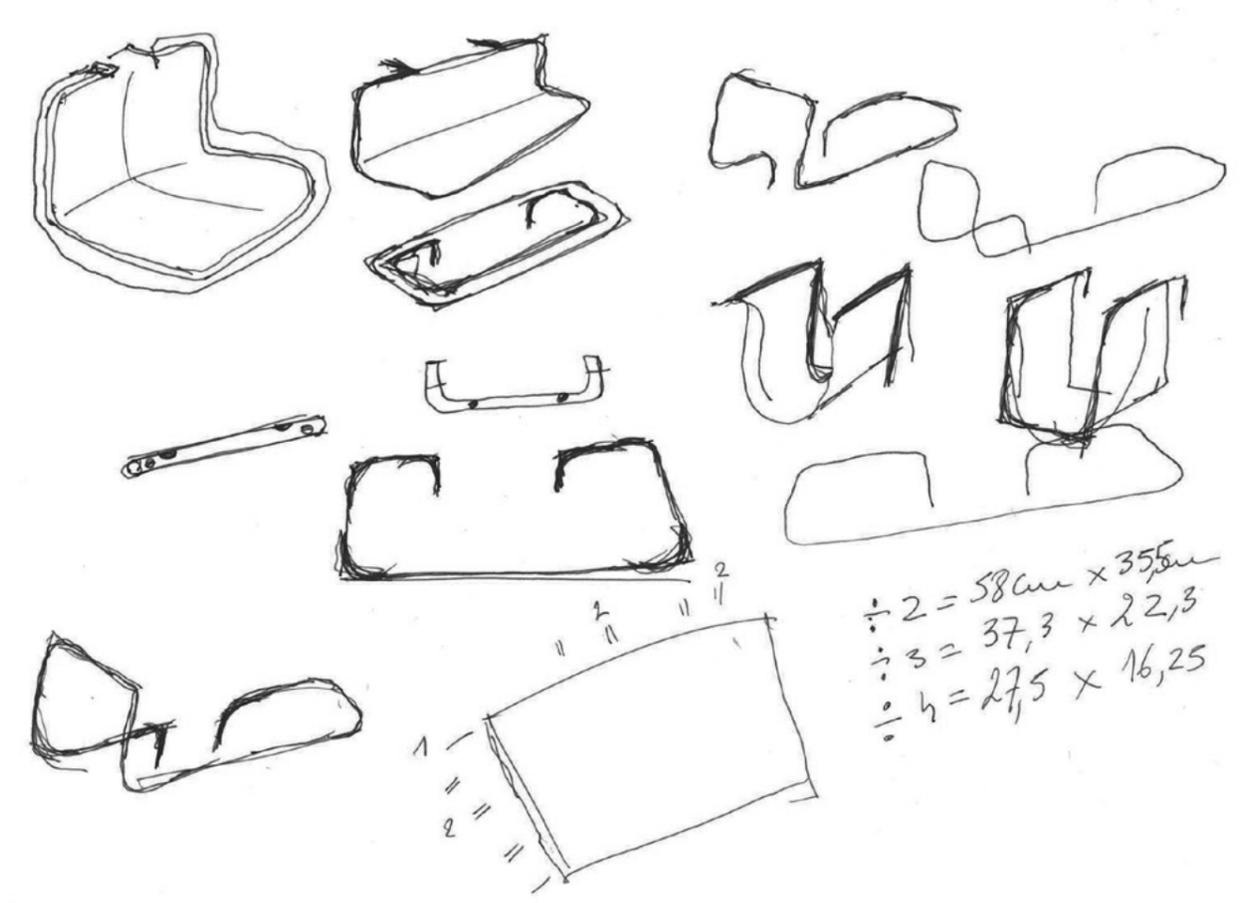
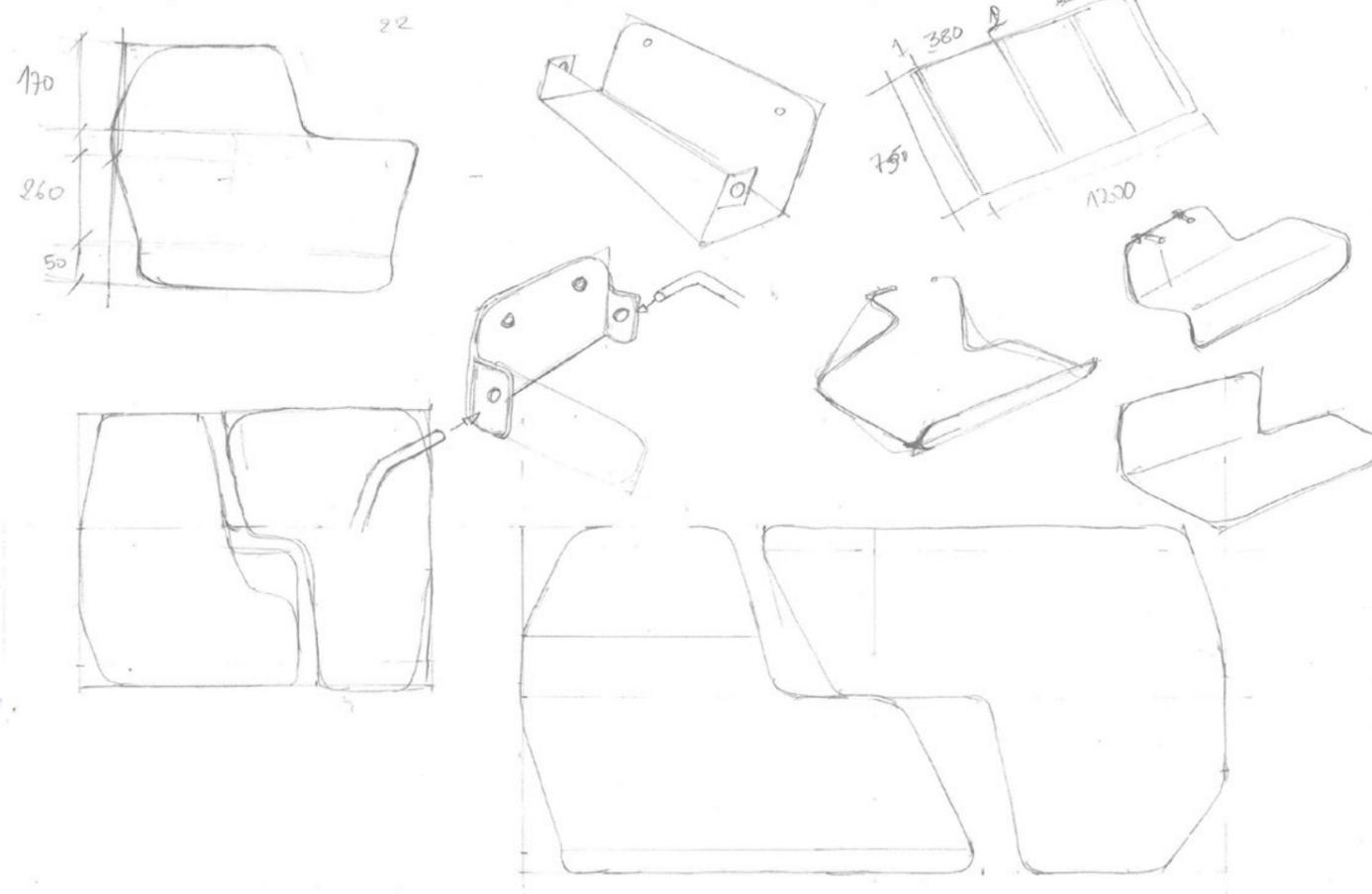
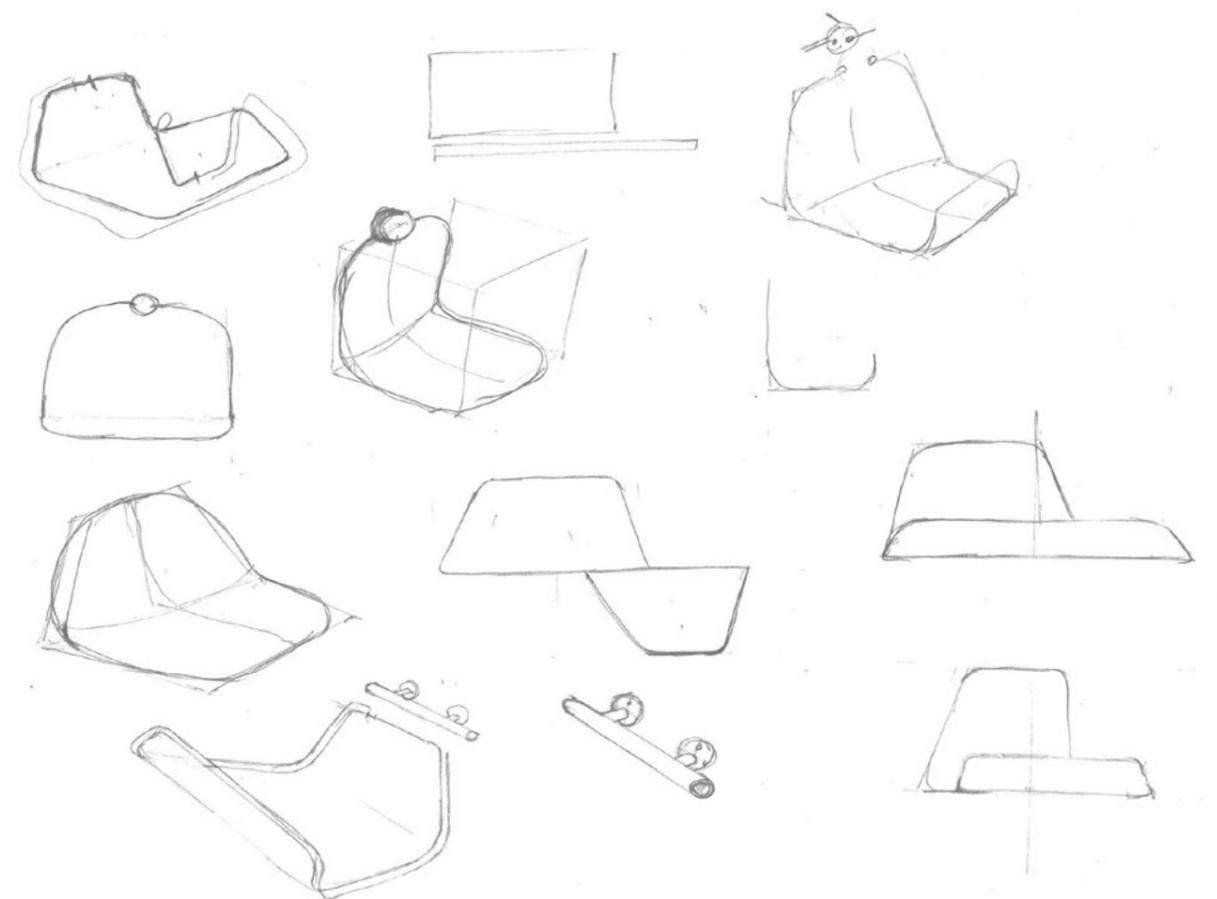
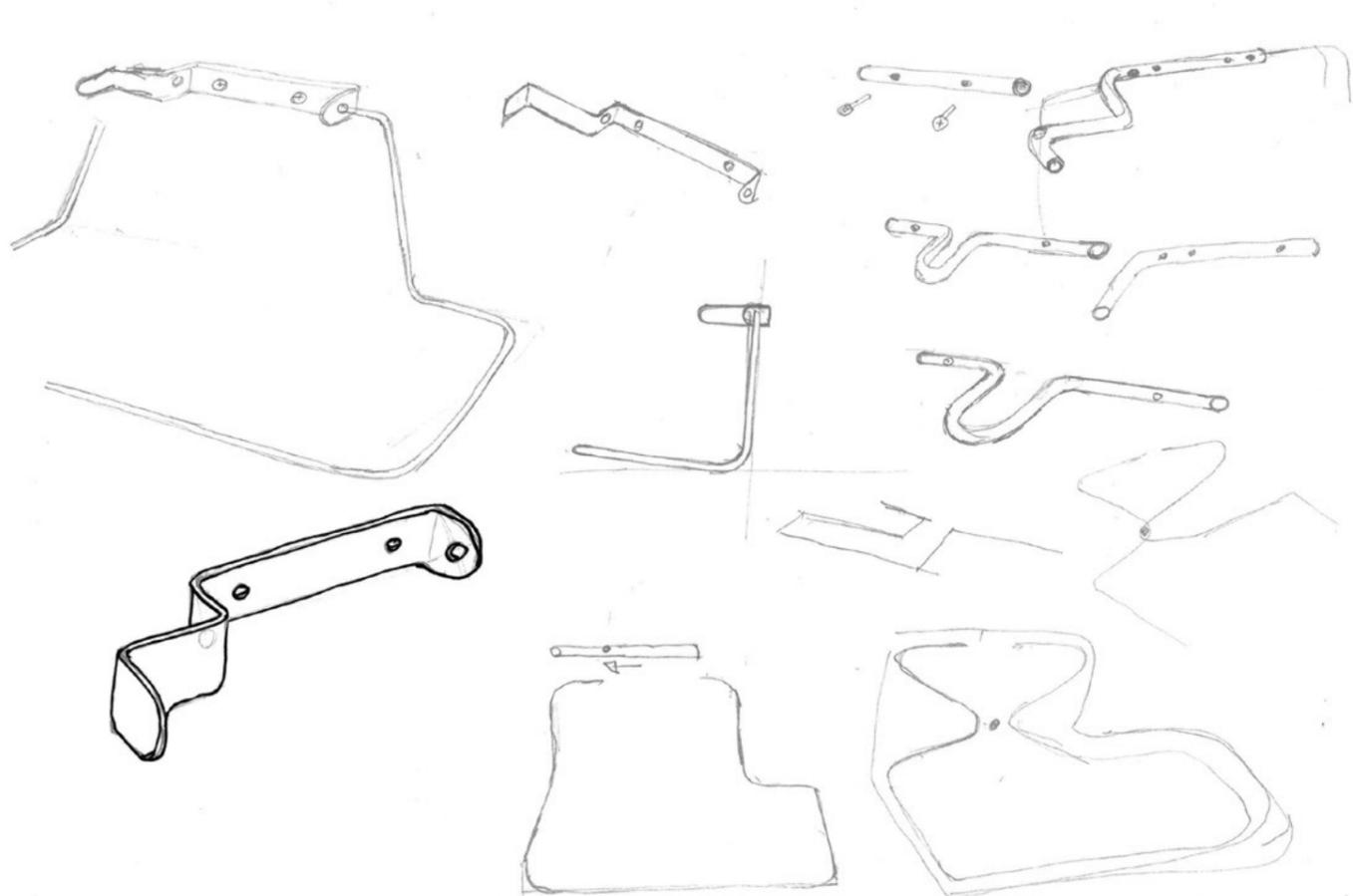
Les armures poches permettant de structurer avec une armature.

**Les dessins,
les maquettes,
le recul.**

—

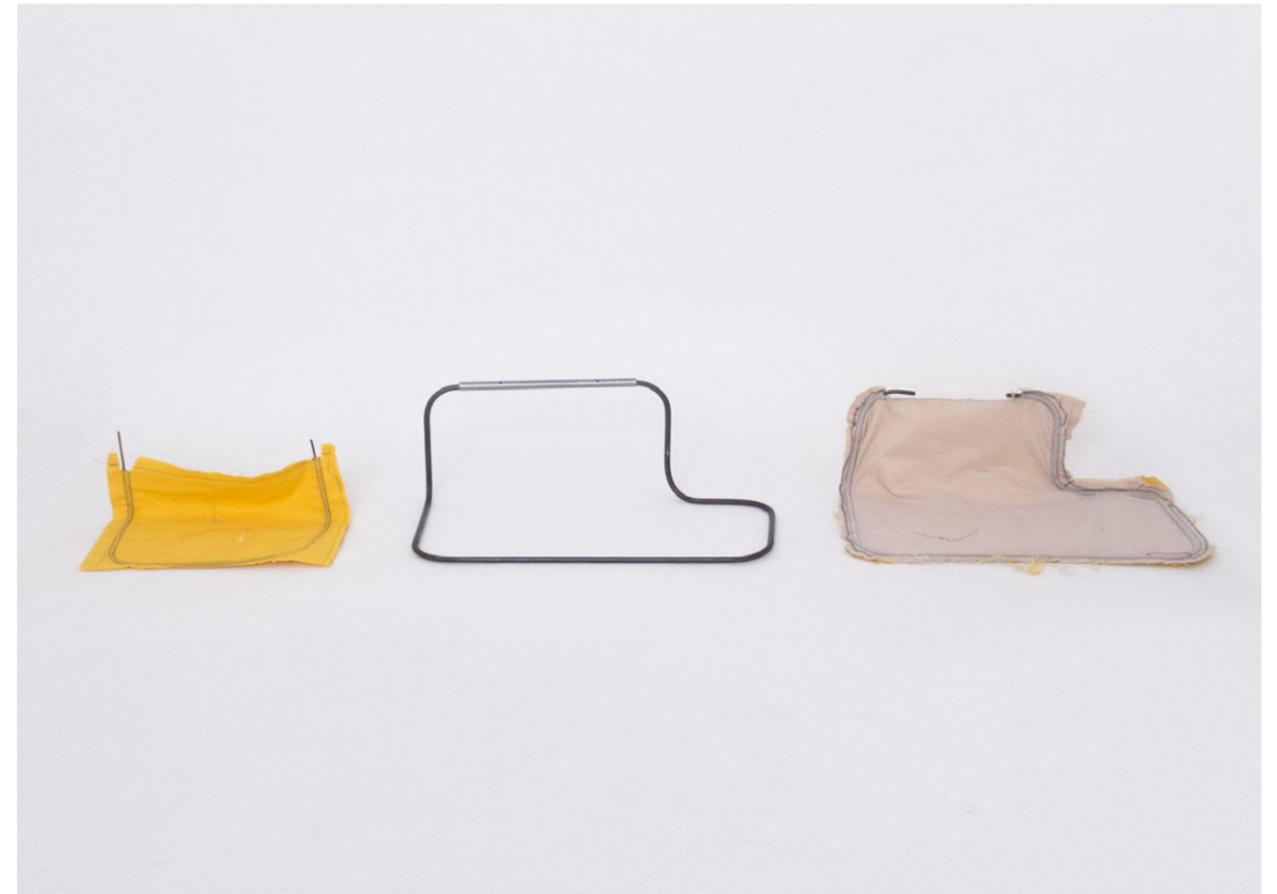






$$\begin{aligned} \div 2 &= 580 \text{ mm} \times 35,5 \text{ mm} \\ \div 3 &= 37,3 \times 22,3 \\ \div 4 &= 27,5 \times 16,25 \end{aligned}$$

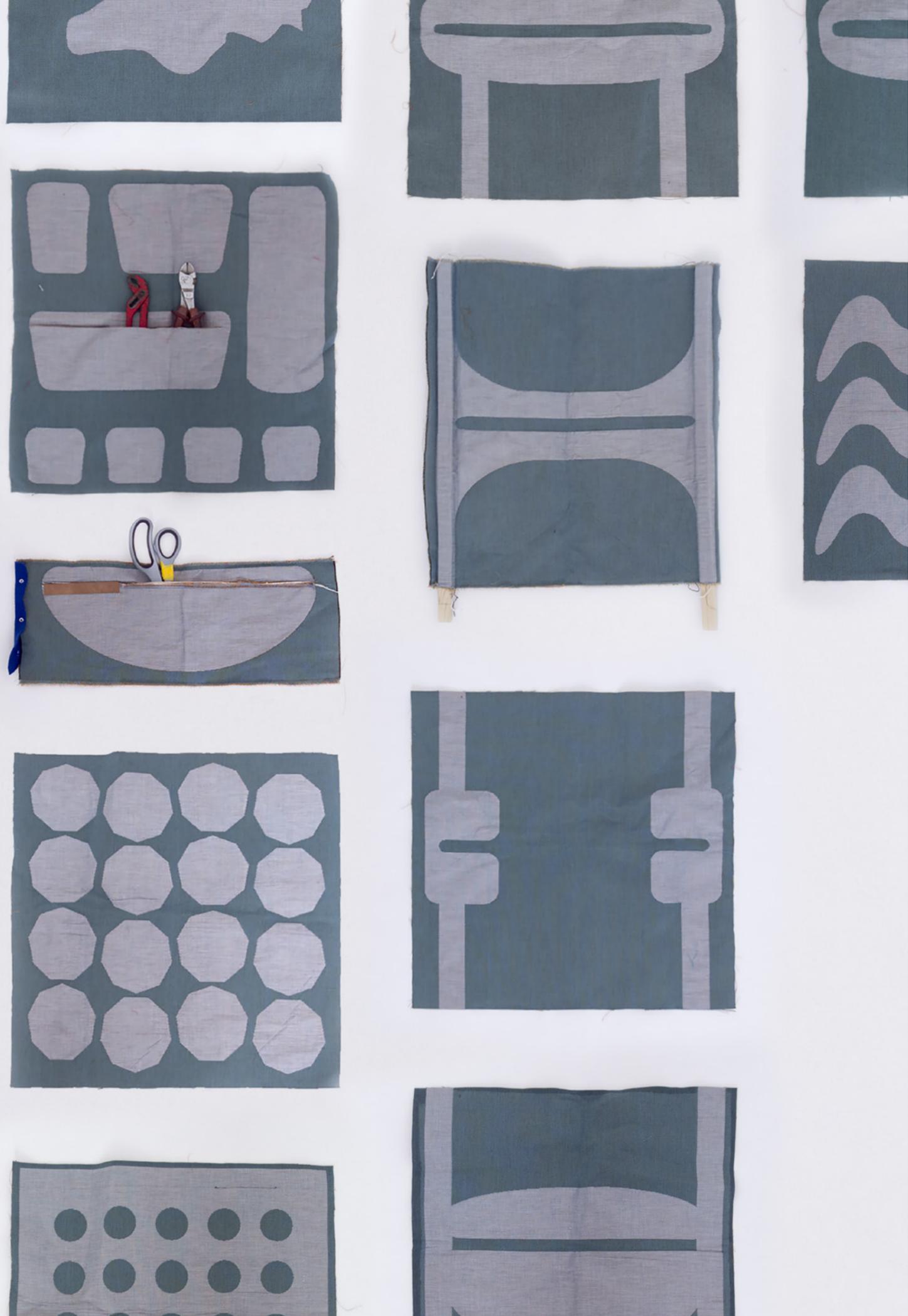
Les maquettes



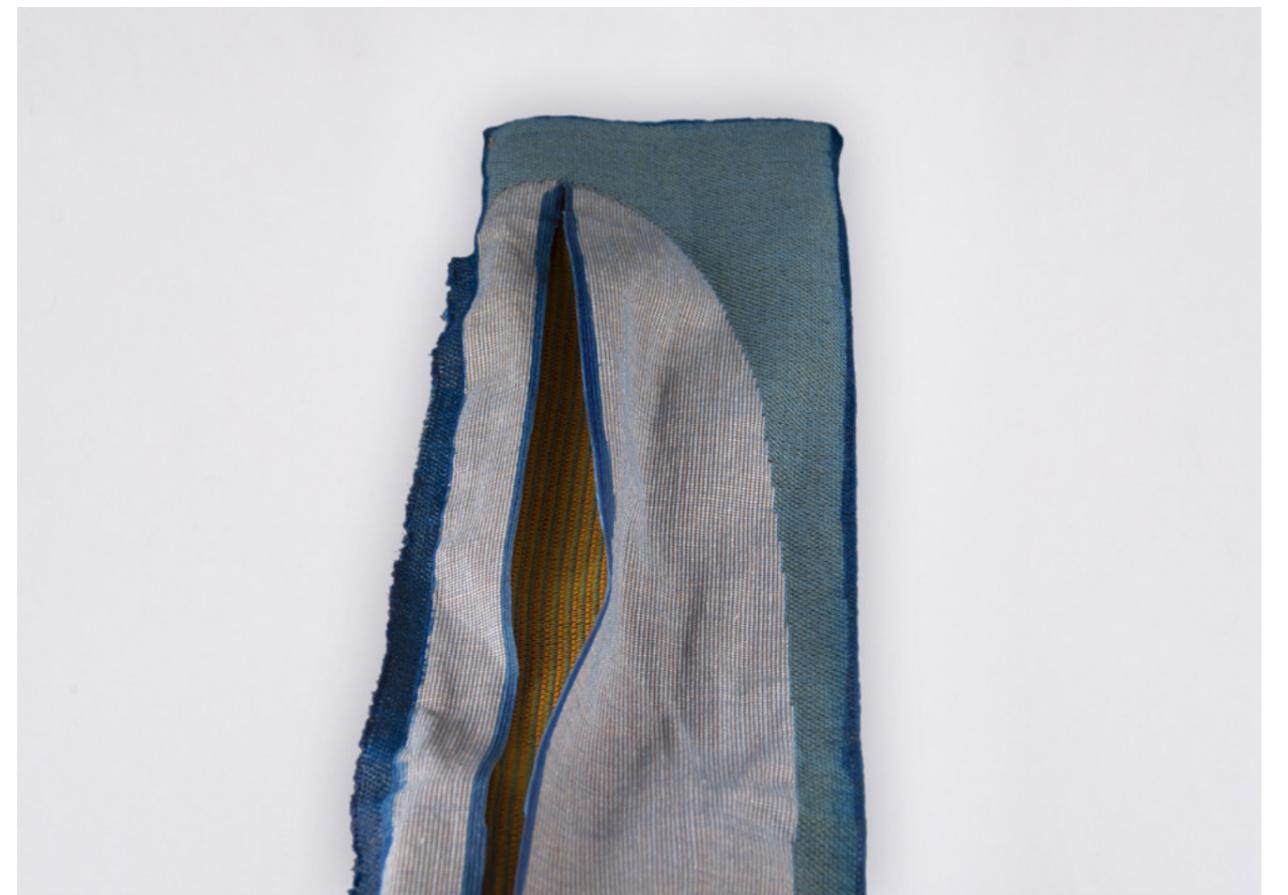
Essais de cintrage à froid pour armature.



Maquette de vide poche.



Armures poche et tiges d'acier.



Armures poche et finition latex teinté.

Le recul

La fin de cette initiative à eu lieu le 15 février 2017. Celle-ci m'a permis de voir que les niveaux d'innovations étaient multiple à l'échelle d'une PME.

Par ailleurs, le temps imparti ne m'a pas permis d'aller plus loin que l'objectif de départ à savoir une série d'expérimentations. Celle-ci a, je crois, mis à jour un principe qui pourrait devenir un élément signature d'ART de LYS.

Cependant, l'élément indispensable à la réussite de ce développement reste le travail qui doit être fait sur la marque et son image.

Enfin, malgré la fin de cette initiative, j'ai continué à suivre le travail d'ART de LYS qui a sorti cette année des nouveaux produits.

J'aimerais pour finir, remercier chaleureusement Lille Design et particulièrement Céline Savoye, qui m'a été d'une aide indispensable. ART de LYS, pour m'avoir accueillie, pour avoir été à l'écoute et pour avoir accepté de tisser mes expérimentations. Laurent Massaloux et Romain Cuvelier pour m'avoir fait par de leur point de vue et m'avoir aiguillé.

Nicolas Duchêne
Encadré par Laurent Massaloux et Romain Cuvelier

