

Literie moyen et haut de gamme

Matfa réveille **Duvivier**

Au moins trois prises de parole massives sur la première radio de France d'ici la fin de l'année, relayées en magasin : la marque française de literie, Duvivier, revient sur le devant de la scène. Mais pas seulement au travers d'une communication de grande ampleur... Révélation autour d'une renaissance annoncée.

Comme au chevet d'une belle endormie... Professionnel aguerri de la literie (il a notamment passé près de sept années au sein du groupe Hilding Anders/André Renault en tant que directeur des ventes), Pascal Ferrara (photo page suivante) évoque les marques Duvivier et Onrev avec passion et énergie, voire avec un attachement profond. Recruté au mois d'octobre dernier en tant que directeur commercial par Michel Dousset, PDG du groupe familial Matfa, propriétaire des deux griffes de literie (ainsi que de la marque Sardem), il résume ainsi

l'essentiel de la mission qui lui a été confiée (après quelque cinq années conduites par une gouvernance qui n'aura pas convaincu) : « Relancer l'entreprise et principalement la marque Duvivier, même si Onrev sera concernée dans un deuxième temps. » Dans les faits, en charge de la stratégie et du développement commercial des marques Duvivier et Onrev (à l'intention des spécialistes literie et généralistes ameublement), ainsi que de Sardem (des modèles entrée de gamme pour les discounters), les chantiers qui attendent Pascal Ferrara sont nombreux, et vont devoir pren-

dre corps dans un laps de temps relativement court. Première décision du nouveau comité de direction (composé d'un directeur industriel, d'un directeur administratif & financier et de Pascal Ferrara lui-même) : l'investissement dans une flotte de seize camions remorques, d'ores et déjà effectif. Une réintégration de la logistique au sein de l'entreprise (sous-traitée ces dernières années alors qu'elle avait été incluse au groupe par le passé), « qui nous permet de totalement maîtriser notre distribution et le service qui va avec », se félicite le directeur commercial. L'occasion pour

lui de souligner ici que le groupe Matfa, solidement positionné sur une structure à 100 % familiale et dotée d'une santé financière enviable, « a les moyens de ses ambitions ! ». Pour mémoire, rappelons que l'entreprise qui, chose rare, bénéficie d'une intégration verticale (elle fabrique notamment elle-même ses propres ressorts et carcasses à partir du fil d'acier, expertise historique du groupe nonagénaire), dispose de deux sites industriels aux savoir-faire éprouvés, l'un à Mortagne-sur-Sèvre (85), l'autre à Joussé (86). Le premier – Mortagne – fabrique (à raison d'une centaine de matelas/jour) les produits moyen et haut de gamme, à forte valeur ajoutée, tandis que le second – Joussé – débite les modèles entrée et moyen de gamme (400 matelas/jour). Pascal Ferrara évoque à leur sujet « un parc machines assez incroyable » (augmenté ces jours-ci d'un nouvel appareil pour la fabrication de plates-bandes grandes hauteurs et multi-matériaux), au service des « clients partenaires » de l'entreprise, que le directeur commercial souhaite replacer « au cœur des préoccupations du groupe ».

À leur intention, le catalogue du fabricant, à court et moyen terme, va d'ailleurs considérablement s'élargir. De nouvelles collections devraient ainsi voir le jour dès le mois de juin prochain, afin « d'entrer dans les magasins après les soldes d'été ». Par la suite, le fabricant (qui dit souhaiter être présent sur le prochain salon EspritMeuble début décembre prochain), devrait développer son offre sur le segment haut de gamme, voire très haut de gamme & premium (le haut du spectre étant a priori réservé à Onrev); diversifier son assortiment sur des technologies aujourd'hui très peu présentes dans l'offre Duvivier-Onrev, à savoir les mousses alvéolaires et autres latex; travailler sur l'élaboration de matelas "bi-confort" via une âme à double carcasse de ressorts ensachés; redéfinir et étendre la gamme "déco", dont les futurs dossierers et têtes de lit pourront notamment bénéficier



Qualité française

- > Le 4 juin 2018, Duvivier a vu sa politique industrielle (une fabrication 100 % française, réalisée sans sous-traitance) récompensée par l'obtention du label "OFG" (Origine France Garantie), remis officiellement par Yves Jégo, président fondateur dudit label.
- > Celui-ci, qui apparaît d'ores et déjà sur l'ensemble des communications de la marque, sera bien entendu mis en exergue lors de la prochaine campagne de communication de Duvivier, qui débutera le mois d'avril prochain (cf. article ci-contre).
- > « Devenu un vrai critère de sélection pour le grand public, souligne Pascal Ferrara, directeur commercial de l'entreprise depuis octobre 2018, le "fabriqué en France" est un sujet qui nous tient particulièrement à cœur. Nous sommes d'ailleurs en train de faire certifier l'ensemble des collections existantes et celles à venir ! »

« Le catalogue du fabricant, à court et moyen terme, va considérablement s'élargir. »

des savoir-faire de l'atelier de menuiserie du site de Joussé; et redévelopper l'offre "relaxation", notamment en capitalisant et en perfectionnant le fameux sommier "Atlantis 800", qui avait reçu le "Grand Prix de l'Innovation" du salon EspritMeuble en

2016. Particulièrement concernant cette dernière famille de produits qui, pour être bien vendue, doit être promue « par des populations commerciales pointues en matière de technologies bien sûr, mais aussi de sommeil, voire de biomécanique [étude des mouvements du corps humain, ndr] », Pascal Ferrara a mis en place un programme spécifique de formation, d'abord destiné au personnel de l'entreprise, mais dupliqué ensuite à l'intention des forces de vente en magasin et baptisé "Les Académies d'Excellence".

Pour l'heure et sans attendre, la marque Duvivier va prendre la parole dès le prochain mois d'avril, premier volet d'un programme qui en comptera trois, qui seront, selon le directeur commercial, autant de « rendez-vous donnés à nos partenaires distributeurs ». Chaque campagne s'articulera autour d'une offre promotionnelle donnée soit, dans l'ordre : un matelas "suréquipé" en série limitée, en avril; un produit connexe de l'univers du sommeil offert (du type réveil simulateur d'au-
be par exemple), en septembre; puis, vers novembre, une opération autour de la relaxation (pas encore





« Duvivier va prendre la parole dès le prochain mois d'avril, premier volet d'un programme qui en comptera trois. »

mais dont les fonctionnalités, à en croire Pascal Ferrara, n'ont jamais été mises en avant comme elles auraient dû l'être. En effet, fondé sur deux aérateurs (un de chaque côté du matelas), non seulement ce système permet la libre circulation de l'air au sein du couchage, mais encore a-t-il été conçu pour intégrer une cassette de sachets dessiccants (à base de billes d'argiles dans une poche en coton, le tout parfaitement recyclable), qui permet d'absorber l'humidité (transpiration) dégagée par les dormeurs. Mieux (et méconnu !): Air System comporte un épaulement, qui permet d'injecter des produits aérosols complémentaires de traitement, à l'intérieur du matelas. La

marque s'apprête ainsi à sortir deux nouveaux sprays: "Pure" (dont la fragrance exhalera une odeur de « linge propre ») et "Serenity" (qui contiendra un mélange de camomille, de verveine et de petit grain, mélange sensé raccourcir le temps d'endormissement). « Ces consommables, précise ici Pascal Ferrara, qui vont bénéficier en magasin d'un mobilier de présentation spécifique (actuellement en cours de réalisation), seront offerts pour l'achat du matelas "suréquipé" de notre offre du mois d'avril; mais ils seront par la suite vendus par nos partenaires dans leurs points de vente ».

Il n'y a visiblement pas que la marque Duvivier que Matfa veut réveiller: les ventes de consommables (vecteurs de chiffre d'affaires additionnel et de trafic en magasin, mais très peu développées à ce jour en comparaison du linge de lit) devraient, elles aussi, se réveiller!

● Olivier Harmange

UNE
COLLABORATION
INCOMPARABLE
POUR UN
SUCCÈS UNIQUE :
LE VÔTRE.



DEVENEZ
CONCESSIONNAIRE MOBALPA

Contactez-nous : 04 50 65 53 14

developpement@mobalpa.com
www.mobalpa.fr

MOBALPA
Unique, comme vous.