



**Premiers pas**

EMILIE GOBIN PRÉSIDENTE DE L'USINE À DESIGN

# Une fille bien dans ses meubles

Un millier de modèles, des combinaisons par millions... Son site Web bouscule les Ikea et compagnie, en alliant originalité et prix cassés.



## BIO EXPRESS

**2009**  
Elle lance l'Usine à Design. L'équipe se limite à cinq personnes et le bureau, à un garage dans le 15<sup>e</sup>, à Paris.

**Mai 2010**  
Première levée de fonds de 1,6 million d'euros auprès du CIC, après trois mois de démarches.

**2011**  
Entre septembre 2010 et mai 2011, doublement du chiffre d'affaires, qui atteint les 2 millions d'euros.

PHOTO : L'USINE À DESIGN

**A** 26 ans, Emilie Gobin semble taillée pour le succès. Elle vient d'ailleurs de remporter le prix Trajectoires HEC au féminin, qui récompense un début de carrière prometteur. Car l'Usine à Design, l'entreprise qu'elle a créée il y a deux ans avec deux copains de promo et un industriel du meuble, a le vent en poupe. Le concept ? Proposer des canapés, fauteuils ou lits personnalisables – on peut choisir les matériaux, les couleurs, les dimensions et les finitions – à des prix inférieurs de 30% à ceux du marché. «L'idée nous est venue en observant nos chambres d'étudiants, raconte la jeune femme. Elles se ressemblaient toutes car le mobilier provenait de la même enseigne suédoise. Comment rendre le meuble abordable sans tomber dans la standardisation ? C'était le défi.»

Pour le relever, la start-up a mêlé plusieurs recettes. D'abord, faire fabriquer là où le rapport qualité-prix est le meilleur. «Si le produit exige beaucoup de main-d'œuvre, on opte pour l'Asie. En revanche, certaines techniques d'à-plats de couleurs n'existent qu'en Europe», précise Emilie

Gobin. Ensuite, supprimer les stocks : chaque article est réalisé à la commande, d'où un délai de livraison de huit à dix semaines. Enfin, réduire les intermédiaires. En Chine, où sont conçus les canapés chesterfield, le best-seller 2010, tout est géré par une équipe locale : choix du cuir, négos avec les industriels, inspection des produits, transfert par cargos...

La société ne compte que 18 salariés en France (et 6 en Asie) mais dépasse déjà les 2 millions d'euros

de chiffre d'affaires. Il y a un an, elle a franchi un cap en persuadant le CIC de mettre au pot 1,6 million d'euros. Avant cela, la jeune patronne avait rencontré pas moins de 70 investisseurs. Maligne, elle a su s'entourer d'hommes d'expérience tels qu'Olivier Mathiot, cofondateur de PriceMinister et HEC comme elle, ou Cyril Karaoglan, qui siège au conseil consultatif de Sotheby's France. ■

Caroline Montaigne

## SES TROIS CONSEILS POUR BIEN S'ENTOURER

**"Admettre qu'on ne peut pas être expert en tout.**

Nous voulions concevoir le site Web nous-mêmes mais nous ne comprenions rien. Plutôt que de nous obstiner, nous avons recruté un directeur technique."

**"Varier les profils.** Des managers ont moins de 30 ans, d'autres plus de 50. Une équipe composée uniquement de jeunes nous priverait d'expertises utiles."

**"Privilégier les partenariats à long terme avec les fournisseurs.** C'est une garantie de qualité pour nos produits. Nous ne voulons pas être un soldeur, où les clients viendraient seulement chercher un prix."

## SA PLUS GROSSE ERREUR

**"Avoir sous-estimé l'importance du catalogue.** Nous avons lancé le site avec trois références : un canapé, un tapis, un fauteuil. Nous pensions que nos prix attractifs nous garantiraient un millier de commandes en dix jours. Nous n'en avons enregistré que 100."

Sachez aussi vous appuyer sur l'expérience des seniors