

ÉTÉ 2023

Marjan Hessamfar & Joe Vérons
architectes associés

Architecturestudio & SRA
Architectes/Egis

Atelier Régis Roudil Architectes

AUC

Atelier Flow

Atelier du Pont

DOSSIER VERRE
DOSSIER INTÉRIEUR





LA SAGA EUROSIT

Showroom Eurosit Paris.
« Banquettes série C »
de Roger Tallon composées
de 3 modules configurables.

L'écosystème du bureau est en ébullition, en proie à une transformation sociétale de grande ampleur. Pas de quoi déstabiliser Eurosit, spécialiste du siège de bureau, qui célèbre ses 75 ans cette année. Un anniversaire qui permet de lire dans le rétroviseur le chemin parcouru, mais aussi de perpétuer sa vision prospective autour du mix design, technologie et durabilité. Si la flexibilité est le maître-mot du mobilier tertiaire, elle l'est assurément pour la marque française !

Jamais nos lieux de travail n'auront évolué aussi rapidement depuis la crise sanitaire, bousculant nos espaces et nos modes de vie avec la gestion du télétravail (développement du *flex office*, hybridation des espaces, recherche d'harmonie et de bien-être, etc.). Cet état de fait, c'est un peu l'histoire de toute entreprise qui, sur la durée et dans un secteur donné, en l'occurrence, ici celui du mobilier tertiaire, sait démontrer sa force de résilience en faisant face à tous les soubresauts des époques. Eurosit est donc une entreprise de son temps, et de tous les temps qu'elle a traversés et qu'elle traversera. Son histoire est aussi le reflet de l'histoire politique, économique, industrielle et culturelle de la France et du monde. Son évolution s'inscrit ainsi en parfaite résonance avec les mutations inhérentes à chaque époque. Des hauts et des bas, il y en a eu mais jamais l'entreprise n'a failli face au changement, sachant continuer à innover sur un marché où les principaux acteurs français sont des PME, alors que les leaders mondiaux sont de grands groupes américains. Une situation qui attise le challenge, faut-il croire ! L'entreprise peut ainsi se glorifier d'être une, sinon la plus ancienne marque française, qui perdure avec son unité de conception et de fabrication en France. Si elle est reconnue en tant que spécialiste des sièges de bureaux et, en particulier, des sièges de travail, elle légitime plus globalement son savoir-faire autour des « solutions d'assises ».

UN ADN CONNECTÉ AU MARCHÉ

En 75 ans, Eurosit a parcouru du chemin et a suivi tous les mouvements qui ont impacté l'univers des bureaux et leur environnement sociétal. Marcel Mourgues, créateur de Modern'Tube en 1948, société à l'origine d'Eurosit, crée en 1950 un siège de bureau sur ressorts préfigurant un savoir-faire spécifique au lieu de travail. Mais si, dans les années 1960, le siège est encore statuaire bien que toutefois guidé par son usage, il prend vite le pli du mouvement pour éviter tout effort inutile. L'entreprise dépose le brevet « Spirmatic », un système semi-automatique de réglage en hauteur par ressort. Totalement innovants, ces premiers sièges à colonne giratoires sonnent le début de l'évolution vers des produits réglables et technologiques. Une innovation qui ouvre Eurosit aux grands marchés publics et l'engage dans les années 1970 à se caler dans la mouvance d'un nouveau paradigme de confort avec les premiers mouvements synchronisés de l'assise et du dossier. À l'ergonomie succède la dynamique d'un design hérité de l'industrie automobile. Eurosit crée la Série 80, un siège rembourré inspiré par la sellerie iconique de la Citroën SM. Le savoir-faire industriel s'adapte, élargissant son spectre de transformation à tous les nouveaux matériaux tandis que le métal se cale sur des piétements coniques, carrés.... À l'approche des années 1980, on comprend qu'au-delà de la technique, il faut donner sens et design aux produits. C'est Roger Tallon qui ouvre le bal avec les programmes Médius et Série C (1979-1981). Entre-temps, la société vendue à Deville, elle-même plus tard cédée au groupe Taittinger, a pris le nom d'Eurosit. Du siège de direction au siège opérateur mécanisé par un basculant à contact permanent, il n'y a qu'un pas qu'Eurosit franchit haut la main et ce, sous le prisme du bien-être et de la santé, moteurs de performance pour les utilisateurs. Le siège devient synchrone, s'équipe d'accotoirs réglables en hauteur. Plus léger, il devient plus mobile et gagne en stabilité sur 5 pieds et se sophistique dans le confort de mousses plus élaborées et de tissus porteurs (futurs résilles). Des années 1980, on retient



©Eurosit

la chaise Tonic qui introduit pour la première fois en Europe des sièges articulés de faible encombrement. Un succès qui s'impose dans une logistique innovante pour s'adapter aux gros volumes : la chaise est vendue en kit dans une valisette. C'est le premier produit de "cash and carry" pour les distributeurs.

En 1990, Eurosit, installée dans sa nouvelle usine de Nevers, produit plus de 2 000 sièges par jour ! À l'heure de la mondialisation, tout s'accélère en matière de technologie et de design global. La chaise Tonic, produit disruptif le plus rémunérateur de l'expérience Eurosit, est un succès qui donne des ailes à l'international, au Japon notamment et aux États-Unis avec la création d'une filiale, Eurosit Inc. Avec la crise du golfe, les architectures de produits se simplifient donnant l'élan à un marketing plus musclé pour faire face : segmentation de l'offre et maîtrise des coûts. Les sièges Diapason et Stacky sont de ceux-là, des produits de qualité élaborés dans un design plus frugal. Les années 1990 marquent aussi l'engagement d'Eurosit dans une démarche qualité. Premier fabricant français du secteur à être certifié ISO 9001, la stratégie de développement progresse dans une logique vertueuse : parcours ISO jusqu'au-boutiste, intégration d'un laboratoire d'essais en interne reconnu par le Laboratoire National d'essai, permettant d'assurer jusqu'à aujourd'hui ●●●

La collection Inyo signée Fritsch + Durisotti est travaillée autour d'une coque universelle, 13 piétements, 78 configurations et 390 solutions. Le produit est recyclable à plus de 95 % et réintroduit de 30 à 100 % de matières recyclées selon le type de matériaux.



Une architecture singulière conjuguée à une cinématique spécifique pour un confort absolu : le fauteuil tapissé Morphos® s'adapte à toutes les postures. Design : Christophe Marchand

Quelques dates clés

1948 : Création de Modern'tube (fabrication de tube en métal) par Marcel Mourgues.

1969 : Intégration de Modern'Tube à la société industrielle DEVILLE (poêle à bois).

1973 : Nouvelle dénomination de la société en Eurosit SA.

1974 : Arrivée à Nevers dans une toute nouvelle usine.

1979 : Intégration de la compagnie financière Deville et d'Eurosit au groupe Taittinger via la Société du Louvre.

1988 : Agrandissement de l'usine et virage à l'international.

1997 : Intégration d'Eurosit au groupe Sokoia.

2000 : Croissance sous couvert d'une stratégie maîtrisée : design, technologie et innovation.

2010 : Dans le cercle vertueux de l'économie circulaire.

2020 : D'une stratégie de durabilité des produits pour des aménagements responsables...

●●● une veille constante sur les matériaux de substitution et les énergies alternatives. Côtés produits emblématiques des années 1990, les programmes Graphic et Intense apportent de nouvelles réponses très technologiques (coques déformables épousant la colonne vertébrale...) et ce, dans un concert international orchestré par les marchés allemands et américains sur le territoire national. C'est le début des gammes larges, véritables leviers pour pénétrer tous les espaces. Et pour boucler la période, c'est en 1997 qu'Eurosit intègre le groupe Sokoia, fabricant basque de sièges de bureau et de collectivité. Chaque entité du groupe conserve son ADN, ses propres outils de production, son propre design, ses propres réseaux de distribution et sa clientèle. De quoi assurer la solidité d'Eurosit sous les meilleurs auspices !

UNE STRATÉGIE PROSPECTIVE

À l'aube des années 2000 où l'on peut désormais considérer le bureau dans sa modernité, le décor est déjà planté. Eurosit maîtrise son modèle économique articulé autour du design global, de la technologie et de l'innovation en continu. Occasion pour Eurosit d'introduire en 2000, le Bob, un produit design, disruptif et prospectif. Bob innove dans sa démarche de conception, sa modularité et son architecture « suspendue », garantes d'un confort optimum. Victime de son succès à l'international, les copies asiatiques empêcheront pourtant son essor en Europe. Déception mais reconnaissance à la clé : l'image design d'Eurosit s'ancre à jamais, étayée par l'aura de grandes signatures françaises et internationales dont Tallon et Ambaz Piretti. De la fin des années 1990 aux années 2020, la stratégie « signatures et paraphe » repose sur un bon mix entre le design interne et la signature de designers extérieurs : François Buron, Fritsch Durisotti, Christophe Pillet, Ariane Epstein, Christophe Marchand... pour ne citer que ceux-là et de jeunes talents, sourcés ici ou là, dans les écoles de design dans lesquelles Eurosit est partenaire ou à l'occasion des speed datings organisés par le VIA. Le pont opérationnel et créatif relève ainsi

d'un design que se veut prospectif. Il s'éclaire de la largeur des gammes Kendo, puis de la Série « E », ancrées dans le registre du tapissé et des résilles autoporteuses. Toujours en ébullition, l'innovation se poursuit dans l'éthique d'une quête de haute performance environnementale et de l'optimisation du confort avec pour derniers produits sortis, les sièges Morphos et Inyo, aussi sophistiqués qu'universels, auxquels s'ajoutent des programmes très singuliers de *Soft Seating*. Des gammes profondes, des sièges opérateurs « sympathiques »... s'inscrivent déjà comme solutions futures pour venir étayer le paysage modulaire et créatif du bureau. De quoi miser sur l'export et la prescription avec un bureau d'études en interne rompu à la gymnastique de scénarisation de l'offre globale pour répondre à la mixité des programmes et ce, dans une approche personnalisée voire sur mesure. À l'heure de la grande transformation sociétale – télétravail, décentralisation et éclatements des grandes organisations en petites unités... – Eurosit prend le parti d'œuvrer de façon différenciante et militante sous couvert d'une démarche écoresponsable confortée par des investissements lourds (cycles de transformation, fin de vie des produits, etc.). Un effort solidaire qui passe par la réparabilité, le réemploi, la seconde main, l'*Upcycling*, etc. « Il serait simpliste de penser que ce marché va nous enlever des débouchés. Au contraire, si effectivement nous allons devoir développer de nouveaux *business models*, avec des produits à forte valeur ajoutée et à des prix raisonnés, c'est aussi une opportunité pour toutes les marques ayant des unités en France, des usines de proximité qui, au-delà de savoir gérer les coûts logistiques, les besoins de stockage ou autres, pourront s'appuyer sur un nouveau business de produits de seconde vie reconditionnés en France », conclut son Directeur Délégué, Didier Arnaud Borea, fidèle à la maxime qui éclaire Eurosit depuis les années 1990 : « C'est en observant l'évolution, qu'Eurosit innove chaque jour, pour concevoir avec raison et passion, des solutions singulières et globales d'assises pour demain ! » ■

Créateur et Fabricant Français



Zone Industrielle Saint-Eloi - BP 11

10, rue Georges Dufaud

58028 Nevers Cedex

www.eurosit.fr



EUROSIT, entreprise française basée à Nevers, crée et fabrique depuis 75 ans des solutions d'assises innovantes, empreintes de technologies. Des collaborations avec de grands Designers mais aussi des étudiants ressortent des créations singulières, véritables signatures des espaces de travail et de leur temps. Son Chiffre d'Affaires, 37 M€ est réalisé auprès de grands comptes nationaux et s'appuie sur un réseau d'aménageurs expert.

Défenseur de la production et du Design en France, elle contribue au développement social et économique de son territoire et revendique une démarche environnementale bien avant l'heure.

Showroom

9, rue d'Anjou- 75008 Paris

