



# La Fabrique des Pieds, la petite entreprise du Nord qui rend le design accessible à tous

*Hervine Mahaud*

La Fabrique des Pieds, une petite entreprise basée à Illies, propose des pieds en métal à monter soi-même sur des meubles pour leur donner une allure design.

35 000 pieds ont été soudés dans l'atelier d'Illies depuis 2014. © La Fabrique des Pieds

C'est un pari un peu fou, mais payant, que s'est lancé Florent Demars, lorsqu'il a créé La Fabrique des Pieds, une marque centrée sur un mono-produit : des pieds à monter soi-même pour donner une seconde vie à des meubles et les remettre aux goûts du jour.

L'histoire débute dans l'atelier familial d'Illies, une commune située à une vingtaine de kilomètres de Lille, où ce bricoleur et amateur des belles choses imagine le concept de sa future entreprise dès 2014.

Reconversion professionnelle  
À cette époque, Florent, qui est thermicien de formation, enseigne aux professionnels comment ils peuvent réduire leur impact sur l'environnement. Cet état d'esprit le suit dans sa vie quotidienne. Ainsi, le Nordiste préfère rénover plutôt que d'acheter.

Alors qu'il voulait transformer un vieux casier d'imprimerie en table basse, Florent Demars se heurte à une difficulté qui va finalement lui donner l'idée de créer La Fabrique des Pieds.

« Je ne trouvais aucun pied qui me

plaisait. Les magasins de bricolage dans lesquels j'allais ne proposaient que des tubes très basiques en alu. Et puis, j'ai fait des recherches sur internet et j'ai découvert le modèle des pieds en épingle. Mais cela n'existait qu'aux États-Unis à cette époque-là ». Cela ne freine pas ce débrouillard qui décide de s'installer dans l'atelier de son père pour réaliser lui-même les pieds en épingle qu'il convoitait.

Et pourquoi pas en créer d'autres pour les vendre à ceux qui ont rencontré le même problème que lui ? Florent se lance alors sur Etsy, une plate-forme d'e-commerce réservée aux petits créateurs et artisans, pour commercialiser ses pieds. Et rapidement, le jeune homme se met à rêver d'une reconversion professionnelle. C'est ce qu'il fera en janvier 2016 pour se consacrer pleinement à sa petite entreprise. Dans la foulée, il lance son propre site marchand en mai 2017 et obtient son CAP métallerie quelques semaines plus tard.

Un marché de niche

Si tout miser sur un seul produit peut sembler audacieux, Florent Demars a toujours été sûr de son coup. Et avec la mode de l'industriel et du D. I. Y. (« do it yourself » que l'on peut traduire par « faites-le vous-même ») pour la déco, proposer tout une gamme de pieds en métal pour rafraîchir de vieux

meubles lui est apparu évident.

« Une petite voix au fond de moi me disait que c'était ce qu'il fallait faire. Pourtant, mon entourage n'y croyait pas et me disait : 'Tu ne peux pas créer une activité juste avec des pieds tables'. Mais à chaque fois que j'entendais cela, j'étais encore plus persuadé que ça allait marcher ».

Son opiniâtreté se révèle payante car, avec un tel marché de niche, l'entrepreneur n'a quasiment pas de concurrence en France. Son autre force, et non des moindres, proposer des prix abordables pour « rendre le beau accessible à tout le monde ». Une formule qui a séduit puisque La Fabrique des Pieds a réussi à se faire un nom dans l'univers du design en à peine un an.

Mais comment expliquer un succès si fulgurant alors que de nombreuses jeunes entreprises sont à la peine ? Florent Demars n'a pas de recette magique mais a, encore une fois, fait un pari gagnant. Celui de faire confiance à une étudiante en communication, qui va d'ailleurs signer son CDI dès le mois de septembre.

La magie des réseaux sociaux  
Grâce à sa maîtrise des réseaux sociaux et de Google, elle a permis à la marque d'être davantage visible sur internet. Et notamment sur Instagram, le réseau social du beau, du design et des inspirations qui a donné « un coup de boost » à la



société.

« Instagram est devenu indispensable pour les jeunes entreprises. Avant, il fallait au moins 5 ans pour lancer une boîte. Maintenant, si on se met à fond sur les réseaux sociaux, qu'on est régulier et qu'on demande un peu d'aide aux influenceurs, ça peut aller beaucoup plus vite. Instagram nous a permis de stabiliser l'épique en interne. »

Aujourd'hui, La Fabrique des Pieds a une très belle communauté de près de 36 000 fans. D'ailleurs, le compte Instagram est essentiellement animé grâce aux abonnés. Fiers de leurs réalisations, ils n'hésitent pas à envoyer des photos de leur intérieur. Si bien que Florent et son équipe ont 6 mois d'avance avec leur stock de photos.

Coup de pouce de Stéphane Plaza !

La petite entreprise nordiste bénéficie aussi d'un gros coup de projecteur grâce à une célèbre émission de télé : Maison à vendre. Sophie Ferjani, qui accompagne Stéphane Plaza, a plusieurs fois utilisé ces fameux pieds de table pour relooker les intérieurs des participants. Après la diffusion du programme, la décoratrice d'intérieur dévoile les références des objets montrés à l'écran sur sa page Facebook suivie par plus de 150 000 personnes.

35 000 pieds fabriqués

En plus d'avoir trouvé sa place dans les salons de M. et Mme tout le monde, La Fabrique des Pieds habille des tables de renom.

Désireux de proposer des intérieurs entièrement personnalisés à leurs clients, des architectes, des

agenceurs et décorateurs passent commande à l'atelier d'Illies.

C'est ainsi que l'on peut admirer des pieds de tables au design exclusif dans des hôtels Ibis ou Mercure, Publicis pour un salon à Villepinte, au MuCEM de Marseille ou, plus récemment, au Cerisier, la nouvelle adresse gourmande lilloise.

Différents modèles selon les tendances

Aussi appelé « hairpin » en anglais, le pied en épingle a été l'une des grandes tendances déco de ces dernières années. « Comme on a fini par les voir partout, les gens accro à la déco s'en sont détachés un peu pour revenir vers des pieds plus robustes. Mais le pied en épingle reste un pied intemporel parce qu'il est

discret et qu'il s'adapte sur beaucoup de plateaux », explique le fondateur de La Fabrique des Pieds.

Florent Demars reste aussi à l'écoute des besoins des consommateurs pour enrichir son catalogue. Comme récemment avec les pieds circulaires, de nouveaux modèles créés à partir d'une demande de la clientèle. ■