

Du luxe artisanal à l'excellence industrielle

Interview Edouard Dumas, CEO La Compagnie Dumas,
fabricant d'oreillers, de couettes et de surmatelas de haute qualité

Vous êtes Nominé au Talent du luxe et de la création, Management 2023. Depuis que vous avez repris la direction de la Manufacture familiale en 2012, vous démontrez qu'il est possible d'industrialiser l'artisanat. Pouvez-vous nous dire ce qui vous a permis de réussir ce défi ?

Edouard Dumas : Dès que mon père m'a transmis la responsabilité de diriger l'entreprise familiale, j'ai eu pour objectif de relocaliser 100% de la production dans notre entreprise à Tonnerre dans l'Yonne. Après avoir engagé ce processus sur la production de couettes « premier prix » en 2013, j'ai développé un outil de pilotage de la production accessible sur smartphone afin de gagner en flexibilité. Avec le soutien de la Région Bourgogne Franche-Comté et de l'Union européenne, nous avons investi plus de 1,6 million d'euros dans l'outil de production pour augmenter la productivité, tout en améliorant la qualité de finition de piquage et de bordures différentes.

J'ai toujours cru en une prise de conscience générale du consommer local et durable et à l'importance de moderniser l'outil de production.

Aujourd'hui nous avons trois univers complémentaires, DUMAS Paris, une marque de luxe destinée aux hôtels cinq étoiles et aux palaces, Petit Meunier, une marque destinée au grand public et enfin Edona, une marque qui reflète nos engagements écoresponsables avec des innovations textiles basées sur l'upcycling, notamment des emballages issus de déchets plastiques marins.

Nous produisons en moyenne 2,5 millions d'articles par an : 2 millions d'oreillers, 400.000 couettes et 100.000 surmatelas.

Si la Compagnie Dumas a su s'adapter aux transformations économiques dans le temps en faisant moderniser son outil de production, elle s'est également engagée très tôt sur le plan écologique.

Sur la base des travaux de ma sœur, Constance, qui a réalisé le bilan carbone de l'entreprise dès 2009, nous nous sommes d'abord engagés dans un programme de reforestation dans le Pérou, qui alliait démarche environnementale et sociale en partenariat avec Pure Project. Depuis nous participons au reboisement de 15 hectares à Minot, en Côte-d'Or.

L'obtention en 2017 du label EPV consacre peut-être aussi le fait que nous avons réussi à transmettre l'âme de la Manufacture, c'est-à-dire ses savoir-faire et son exigence de l'excellence, tout en transformant l'outil de production.

Les produits de votre entreprise incarnent un luxe qui procure bien-être et santé, tout en étant à la pointe de la recherche scientifique et des innovations techniques. Quel regard portez-vous sur cette évolution ?

Edouard Dumas : Le luxe a toujours été à la conquête de nouveaux territoires. Ce phénomène est encore plus marqué depuis quelques années. A l'évidence, il y a encore des activités à développer dans le domaine de la santé par exemple, notamment dans des pays où la population vieillit.

Pour en revenir à nos productions, de nombreuses études démontrent que bien dormir est une des clés de notre santé et de notre bonheur. A contrario le manque de sommeil a des répercussions directes et négatives sur l'état émotionnel et la gestion du stress de la journée.

C'est pourquoi nous avons travaillé avec l'Institut National du Sommeil et Centre du Sommeil et de la Vigilance de l'Hôtel Dieu de Paris en 2016 pour réaliser des études sur des personnes considérées comme des « dormeurs fragiles ». Ce travail nous a permis de développer une gamme de produits adaptés au sein de la marque Petit Meunier. Les résultats se sont avérés probants : un endormissement plus rapide et 27 minutes de sommeil en plus !

J'observe également que nos clients B to B, les grands hôtels et les palaces, ont depuis quelques années déjà anticipé ces attentes de bien-être de la

clientèle en investissant dans une qualité supérieure des literies.

Nous sommes donc dans une période de transition qui légitime pleinement les investissements industriels que nous consentons et les efforts en matière d'innovation pour élever encore le niveau de qualité et l'élargissement de notre gamme : un luxe qui associe l'excellence de la fabrication et l'amélioration permanente du bien-être de nos clients.

20^E SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION

Jeudi 15 juin 2023
Hôtel Intercontinental
Paris Le Grand

L'ÂME DU LUXE

Quels sont les repères
et les valeurs qui façonnent
l'âme du luxe aujourd'hui ?

Découvrir le
programme du
Sommet

Découvrir le
programme
de la Cérémonie

Je m'inscris

Nous tenons à remercier nos partenaires pour le soutien qu'ils apportent
au Centre du Luxe et de la Création



PARTENAIRE DATA OFFICIEL DU SOMMET DU LUXE

LUXURYNSIGHT
EMPOWERING DATA

Luxurynsight, est heureux de partager chaque semaine une sélection d'articles pour vous accompagner jusqu'au 15 juin prochain, date à laquelle se tiendra la grande journée dédiée à la réflexion sur l'âme de luxe, lors du Sommet du Luxe et de la Création à l'InterContinental Paris Le Grand.

Cette sélection hebdomadaire est réalisée à l'aide de [LY News](#), la plateforme de génération de newsletters stratégiques pour les décideurs du luxe.

[Évolution du secteur de l'hôtellerie de luxe : comment les professionnels s'adaptent aux changements sociétaux et aux nouvelles exigences de leur clientèle ?](#)

Cet article, écrit par le directeur de la Luxury Hotelschool, Jean-Axel Padeloup, témoigne des deux écoles dans l'univers de l'hôtellerie de luxe.

[Luxe d'occasion en Europe : consommation vertueuse ou spéculation ?](#)

En parallèle du marché de seconde main, il y a aussi celui de l'exemplarité environnementale. De la fabrication du produit, via l'upcycling notamment, à l'usage puis à la fin de vie du produit, [Edouard Dumas](#), CEO La Compagnie Dumas ou [Ryadh Bouaziz](#), CEO RKF Luxury Linen pourront en témoigner.

D'un côté, *les lieux emblématiques* et de l'autre, *les nouveaux lieux modernes*, comme nous le verrons au prochain Sommet du luxe et de la création avec les interventions de :

-Natalie Bader Messian, Brand Advisor, administrateur du Ritz depuis 2015

-Gaspard de Moustier, Co-fondateur de Coucoo et d'Altipure

Transformation de déchets marins en fibres textile de qualité, durée de vie allongée du linge de maison moins énergivores en coûts d'entretien (utilisation de moins d'eau pour le nettoyage, d'un temps de séchage plus court) ... , ils partagent tous les deux une volonté inébranlable de placer l'innovation au cœur de leur entreprise.

Un autre marché que celui de la seconde main sur lequel ils excellent, qui explique aussi pourquoi ils travaillent avec les plus grands hôtels et palaces du monde.

European luxury store openings boom, London's Bond Street is hotspot

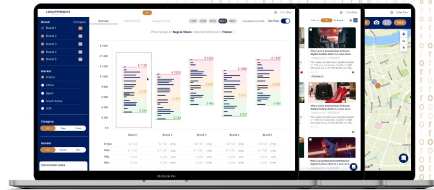
Si l'Europe, avec Londres en pole position, s'est placée au second rang du marché des ouvertures de boutiques de luxe derrière la Chine et devant les Etats-Unis, Dubaï et l'Arabie Saoudite sont également des régions clés pour le développement des boutiques physiques.

Plusieurs acteurs du luxe viendront témoigner des évolutions des comportements du consommateur du luxe, de la Chine au Moyen-Orient, avec Jonathan Siboni de Luxurysight, Florence Bulté et Geoffroy Bunete du groupe Chalhoub, premier retailer de luxe au Moyen-Orient.

La 1^{ère} plateforme de data intelligence des acteurs du luxe, de la mode et de la beauté

Suivez les activations de marque, les tarifs, les réseaux de distribution et l'actualité du luxe en temps réel sur notre plateforme de data monitoring

DÉCOUVREZ LUXURYNSIGHT



Directeur de la publication :

Jacques Carles, président du Centre du luxe et de la création

Rédacteur en chef :

Dominique Lasserre, directrice associée du Centre du luxe et de la création

dominique.lasserre@centreduluxe.com

Centre du luxe et de la création
52, rue Madame
75006 Paris
contact@centreduluxe.com



Cet email a été envoyé à {{ contact.EMAIL }}.

Si vous ne souhaitez plus recevoir de courrier de notre part :

[Se désinscrire](#)

© 2023 Centre du luxe et de la création

LA LETTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION[®]