

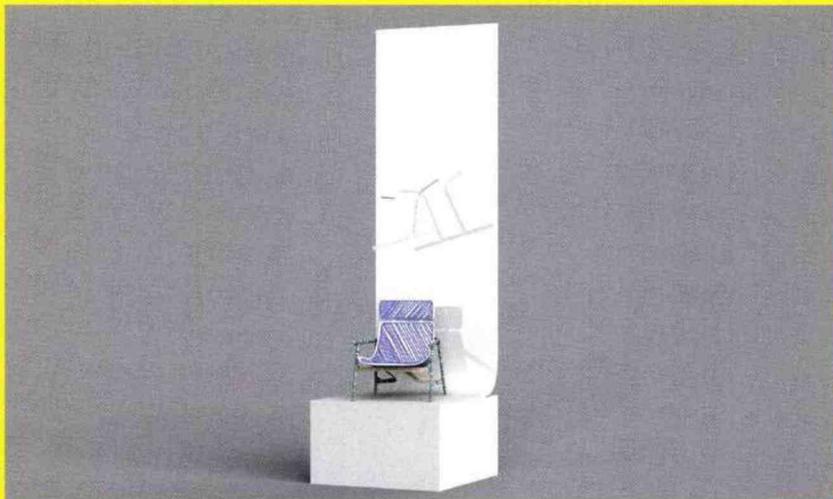
# Esprit

## de famille

F En trente-cinq ans, RBC est devenu l'un des acteurs majeurs de la diffusion de mobilier en France, en tissant patiemment à l'échelle nationale et internationale un réseau solide, fort de collaborations renouvelées, de fidélités. En choisissant pour ses showrooms des lieux investis avec un geste particulier, dès le départ, la maison a affiché son parti pris vis-à-vis de la clientèle de particuliers et de prescripteurs : défendre le design et un mode de vie contemporain.

78 intramuros Family spirit

by Nathalie Degardin



E In 35 years, RBC has become one of the major players in the distribution of furniture in France, patiently weaving a solid network on a national and international scale, strengthened by renewed collaborations and loyalty. By choosing places of particular interest for its showrooms, the company clearly displayed from the beginning its commitment to its customers, both private individuals and prescribers, by defending design and a contemporary way of life.

Projection collaboration RBC x Bonaldo x Alain Gilles,  
Biennale d'art contemporain de Lyon, octobre 2022.



RBC Nîmes, exposition Kartell x Starck : l'élegance de l'intelligence, Juillet 2022

**F**Aménagés par Philippe Starck à Nîmes, Christophe Pillet à Avignon, Jakob+MacFarlane à Lyon, Jean Nouvel à Montpellier et à Paris, les showrooms de RBC ont fait chacun l'objet d'une commande directe de Franck Argentin et reflètent son envie de travailler avec les designers et les architectes contactés. Le fondateur de RBC a appliquée avec succès cette même volonté et cette même constance auprès des éditeurs. Ainsi, aujourd'hui, il distribue toutes les marques au niveau national, leur représentativité dans les showrooms différant selon les configurations concurrentielles de chaque ville. Comme il l'explique clairement: «Le top 10 du design collabore avec nous.» Mais s'il peut se targuer d'une longue fidélité avec Kartell, Poliform et bien d'autres, travailler avec les leaders du marché ne l'empêche nullement de monter des projets avec des fabricants plus confidentiels comme Bonaldo.

Si chaque showroom a un fonctionnement particulier, toutes les équipes mutualisent leurs spécificités. RBC Montpellier comprend un concept store de 3000 m<sup>2</sup> qui accueille 100 000 visiteurs par an. Toutes les activités sont représentées: librairie, retail, objets, grands projets, contract... Le savoir-faire de Montpellier irradie tous les autres sites, car les équipes travaillent de manière transversale: « Nous sommes capables de meubler un projet résidentiel ou contract, de l'hôtellerie aux espaces de coworking, dans sa totalité, avec toute l'accessoirisation jusqu'à la petite cuillère, voire les livres de la bibliothèque et le linge de maison. » Ainsi, l'entreprise comprend trois librairies à plein temps! Car loin du seul mobilier, trente-cinq ans après sa création, RBC peut aménager totalement un univers, une force dont est conscient son fondateur: « Dans les grands projets particuliers, l'accessoirisation pèse entre 15 et 20 % dans le budget. »

#### Du particulier au B to B

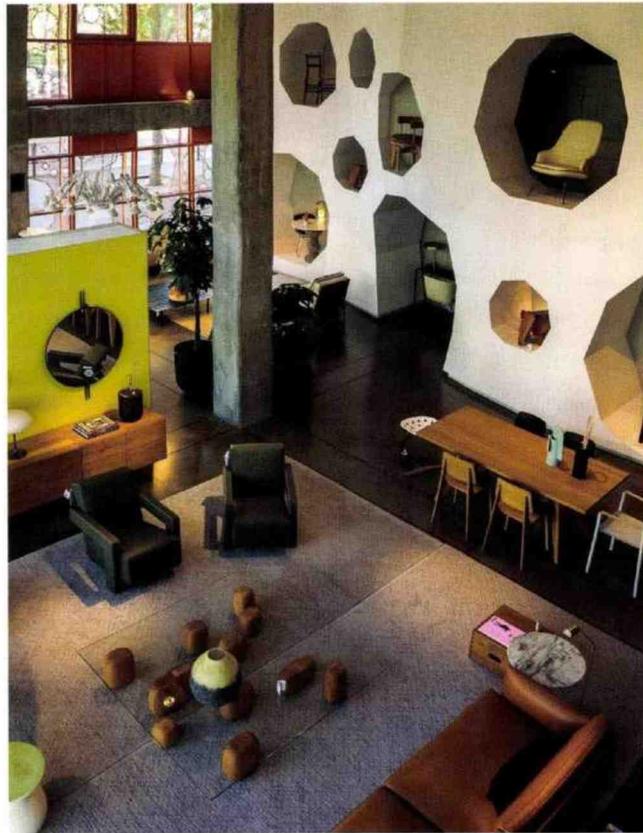
Jusqu'en 2018, le secteur particulier était le plus fort: « Nous sommes issus de la province, Nîmes, Lyon, Montpellier, Avignon, où les demandes concernent l'ameublement de la maison. » Ciblant l'activité contract et professionnelle,

l'ouverture du showroom à Paris a apporté un taux de croissance énorme et a inversé la tendance: « Aujourd'hui, le contrat pèse 60 % et le particulier 40 % du chiffre d'affaires. » Le salon d'exposition parisien, spécifiquement B to B, les a fait changer d'échelle en gérant les grands projets - hôtellerie, sièges sociaux, bureaux d'avocats... Il a ainsi gagné des appels d'offres pour des sites de Chanel. Certains projets rayonnent en province: « Nous n'aurions jamais eu UGC Lyon si nous n'avions pas fait UGC Paris. »

#### En appui des agences d'architecture d'intérieur

RBC travaille avec des agences d'architecture d'intérieur: « Nous sommes prescripteurs de mobilier, pas décorateurs. Mais nous les accompagnons. Ils sont dans une réflexion de design global, et leurs sélections de produits ne tiennent pas nécessairement compte du prix. Nous gérons avec le client final, cette interface-là, c'est notre savoir-faire. C'est un gain de temps. Nous reprenons la proposition dans l'esprit de la demande, bien sûr validée par l'agence avant proposition aux clients. Et cela nous nourrit aussi, car nous apprenons avec eux quand ils nous envoient les listings. » On ne s'étonnera guère que RBC collabore régulièrement avec les agences de Philippe Starck, de Jean Nouvel... Ils ont ainsi suivi les aménagements de la Villa M, des tours Duo de Natixis et de bien d'autres: « Il y a toujours une continuité dans les relations, une question de confiance, de relationnel. »

Dans les évolutions récentes, Franck Argentin constate que la démarche RSE et la partie environnementale doivent peser de nos jours 30 % dans le choix de l'entreprise pour le B to B: « Ce n'est pas négligeable. Il n'y a pas que le prix, c'est un engagement, un critère d'appel d'offres, avec un poids, un pourcentage de produits écoresponsables; c'est dans l'esprit du marché actuel. » Choisi par Miller-Knoll pour lancer son collectif de marques en Europe, RBC bénéficie de son expertise: « Ils sont à fond sur la recyclabilité, la garantie des produits sur douze ans. » Une histoire de valeurs communes, à nouveau.



RBC Lyon ©Clémence Bargoin

#### Partager une passion

Pour transmettre sa vision du design, RBC s'appuie sur des experts du secteur. Ainsi, sur les 55 chargés de projets, 45 sont issus d'écoles d'architecture, d'architecture d'intérieur ou de design et non d'écoles de commerce. Et une passion interne que l'entreprise cherche à partager avec sa clientèle et le public en proposant des expositions sur Charlotte Perriand, Sou Fujimoto, Mangiarotti... «Les projets événementiels ont toujours fait partie de notre écosystème.» Cette année 2022 en est une belle illustration. En effet, après avoir fêté les 35 ans de RBC à Nîmes, dans le showroom original, par une exposition consacrée à Starck et à ses innovations avec Kartell, Paris accueillera, durant la Paris Design Week, une scénographie de Patrick Jouin autour de sa collaboration avec Pedrali montrant toutes les phases de développement jusqu'au produit final, avec les différentes étapes de prototypes.

En octobre, lors de la Biennale d'art contemporain, le site de Lyon racontera aussi, sous un autre angle, la matérialisation d'un projet. Pour ce faire, RBC a développé avec Alain Gilles et le fabricant Bonaldo des pièces uniques (qui seront vendues ensuite aux enchères) et des séries limitées (présentées dans les showrooms de province). En novembre, le travail du studio Naqo sera à l'honneur pour la sortie de sa monographie aux Éditions Imbernon.

2023 sera tout aussi vivante avec les 10 ans du Design Center de Montpellier en mai, et une exposition orchestrée par Chantal Hamaide réunissant dix designers et architectes : cinq familiers de la maison (Philippe Starck, Jean Nouvel, Christophe Pillet, Piero Lissoni et Jean-Marie Massaud) et cinq nouvelles collaborations (Julie Richoz, Inga Sempé, Ionna Vautrin, A+A Cooren, Studio Brichet-Ziegler). Dans des espaces dédiés, ils auront carte blanche pour réaliser des scénographies, sortes de Das Haus locales, à l'image des interventions célèbres à l'IMM de Cologne.

**E** Designed by Philippe Starck in Nîmes, Christophe Pillet in Avignon, Jakob+MacFarlane in Lyon, and Jean Nouvel in Montpellier and Paris, each of RBC's showrooms was commissioned directly by Franck Argentin, and reflects his desire to work with designers and architects. The founder of RBC has successfully applied the same openness and loyalty to editors: today it distributes all the brands on a national scale, their representation in the showrooms differing according to the competitive configurations of each city. As he explains succinctly: "the Top 10 in design are willing to work with us". And while he can boast a long loyalty with Kartell, Poliform and many others, working with the market leaders does not prevent him from setting up projects with more confidential manufacturers like Bonaldo.



Poliform, collection Ube, design Jean-Marie Massaud, 2022

While each showroom has a particular public, all the teams pool their specificities. RBC Montpellier has a 3000 m<sup>2</sup> concept store that attracts 100,000 visitors per year. All activities are represented: bookstore, retail, objects, large projects, contracts. The know-how of Montpellier is shared with all other sites because the teams work transversally: "We are able to furnish a residential or contract project, from hotels to coworking spaces in its entirety, with all the accessories, down to the little spoon or even the books in the library, and the household linens." Thus, the company includes three full-time booksellers! Because far from only furniture, RBC is able, 35 years after its creation, to furnish a total universe, a strength of which its founder is aware: "in the big particular projects, the accessorization weighs between 15 and 20% of the budget".

#### From private customers to B to B

Until 2018, the private sector was the strongest: "we come from the provinces, Nîmes, Lyon, Montpellier, Avignon, where the requests are for home furnishings." Targeting the contract and professional business, the opening of the showroom in Paris brought a huge growth rate, and reversed the trend: "Today, the contract business weighs 60% and private individuals 40% of the turnover." The Parisian site, specifically B to B, has made them change scale by managing large projects: hotels, headquarters, law offices. It has led to winning calls for tender for Chanel locations. Some of the projects have spread to the provinces: "We would never have got UGC Lyon if we hadn't done UGC Paris."

#### In support of interior design agencies

RBC works with interior design agencies: "We are furniture specifiers, not decorators. But we accompany them. They are in a reflection of global design and their selection of products does not necessarily take into account the price. We manage this interface with the end customer, which is our expertise. It saves time. We take the proposal in the spirit of the request, of course validated by the agency before proposing it to the client. And it also feeds us, we learn with them when they send us the listings." This is hardly surprising since RBC regularly collaborates with the agencies of Philippe Starck and Jean Nouvel. They have followed the development of the Villa M, the Duo towers of Natixis and many others: "There is always a continuity in the relationships, a question of trust, of relationship."

In recent developments, Franck Argentin notes that the CSR approach and environmental performance counts 30% in the choice of a partner in B to B: "This is not negligible. It's not just about the price, it's about commitment, the percentage of eco-responsible products; these are important criteria in calls for tender. It's in the spirit of the market today." Chosen by Miller-Knoll to launch its collective of brands in Europe, RBC benefits from their expertise: "they are fully committed to recyclability, to the 12-year product guarantee". Once again, a story of shared values.

#### Sharing a passion

To transmit its vision of design, RBC relies on experts in the sector. Of the 55 project managers, 45 are from schools of architecture, interior design or design, and not from business schools. The company seeks to share this passion with its customers and the public by proposing exhibitions on Charlotte Perriand, Sou Fujimoto, and Mangiarotti: "Event-based projects have always been part of the ecosystem. This year, 2022, is a good illustration: after celebrating 35 years in Nîmes in the original showroom with an exhibition dedicated to Starck and his innovations with Kartell, Paris will host a scenography by Patrick Jouin during the Paris Design Week around his collaboration with Pedrali, showing all the phases of development up to the final product, with the different stages of prototypes."

In October, during the Biennial of Contemporary Art; the Lyon location will also tell the story of the making of a project from another angle. To do this, RBC collaborated with Alain Gilles and the manufacturer Bonaldo on a series of unique pieces (which will then be sold at auction) and limited series (to be presented in showrooms in the provinces). In November, the work of Naço studio will be featured for the release of its monograph by Editions Imbernon.

2023 will be just as lively with the tenth anniversary of the Montpellier design center in May, and an exhibition orchestrated by Chantal Hamaide, bringing together 10 designers and architects: five familiar with the house (Philippe Starck, Jean Nouvel, Christophe Pillet, Piero Lissoni and Jean-Marie Massaud) and five new collaborations (Julie Richoz, Inga Sempé, Ionna Vautrin, A+A Cooren, Studio Brichet-Ziegler). They will have carte blanche to create scenographies in dedicated spaces, a kind of local "Das Haus" like the famous interventions at the IMM in Cologne.