

Elite, le petit fabricant de matelas d'Aubonne, invente le lit antironflement

Innovation Une PME romande démontre de manière spectaculaire qu'il est possible de marier la tradition et les technologies les plus avancées, avec un coup de pouce des hautes écoles et l'intuition de l'entrepreneur.

Texte: Pierre Veya
pierre.veya@lematindimanche.ch
Photos: Yvain Genevay

En apparence, c'est un banal cube de bois qui laisse apparaître des fentes soigneusement découpées. En réalité, c'est une innovation géniale, un ressort! Alignés par dizaines comme des petits soldats dans la cage d'un sommier de lit, carrés ou ronds, ces ressorts high-tech, 100% naturels, équipent une partie des nouveaux lits commercialisés par Elite, une PME d'Aubonne (VD), réputée pour ses matelas de très grande qualité.

Son patron, François Pugliese, achève un autre projet, plus révolutionnaire peut-être et dans l'air du temps. Un lit intelligent, qui écoute le ronflement ou l'absence de respiration du dormeur (l'apnée du sommeil) et déclenche aussitôt, en cas de troubles, le rehaussement salvateur de la tête du lit. «Destiné a priori aux particuliers et aux EMS, ce lit ne permet pas de soigner les dysfonctionnements sévères du sommeil, mais pourrait être d'un très grand secours pour les affections plus légères mais néanmoins très ennuyeuses», explique François Pugliese, alors que l'un de ses techniciens simule devant nous le ronflement, provoquant ainsi la correction mécanique du lit. «Le micro est sélectif: il apprend le son émis par le dormeur et ne devrait réagir qu'à celui-ci et non aux autres bruits, y compris ceux de sa voisine ou de son voisin de couche», précise le technicien. Le conditionnel est encore de mise car ce lit intelligent est encore en développement, en collaboration avec l'EPFZ, et devrait être commercialisé dans les douze prochains mois.

L'innovation dans la peau

Il y a quatre ans, Elite SA, sans doute le plus petit fabricant de literie en Suisse, innovait déjà en lançant le matelas en leasing pour ses clients hôteliers. Le principe est simple: Elite fournit un matelas de bonne qualité, l'équipe d'une puce électronique qui mesure précisément l'usage du lit et facture à l'hôtel l'occupation effective, soit environ 50 centimes par nuitée. L'hôtelier y trouve son avantage: il dispose en tout temps d'une literie de bonne qualité. L'idée a séduit une trentaine d'hôtels, aussi bien des 3 que des 5-étoiles et notamment le groupe Boas.

Depuis qu'il a repris l'entreprise en 2006 des mains d'Edith Caillet, l'héritière d'une entreprise familiale fondée en 1895 par le maître sellier tapissier Jules-Henri Caillet, François Pugliese a quadruplé les ventes, pour atteindre 20 millions de francs de chiffre d'affaires, réalisé aux trois quarts en Suisse, dont un bon tiers dans l'hôtellerie. Cet ancien mécanicien auto, qui a gravi tous les échelons chez Honda Suisse pour terminer comme directeur des finances et suivi des cours du soir pour acquérir un brevet fédéral d'expert en finance et controlling, est parvenu à réveiller une entreprise qui s'était endormie. Quand il ra-



François Pugliese ne connaissait rien de la literie avant de reprendre la société Elite, qu'il a relancée en maintenant une gamme de produits très diversifiée mais de haute qualité.

chète Elite, la société ne compte plus qu'une vingtaine d'employés, contre 120 aujourd'hui. Sa réputation d'excellence dans le lit et le matelas de qualité est certes intacte mais fragile.

A la première visite sérieuse de l'entreprise, le doute l'envahit un instant: «Je découvrais des sommiers à ressorts. Je me disais: «Mon Dieu, que vais-je pouvoir faire, à l'ère des sommiers à lattes?» Mais François Pugliese se ravisa; les sommiers tapissiers (à ressorts), c'est le nec plus ultra, la référence dans la literie. «Bref, Je me trompais!» Il décide alors d'approfondir en se documentant. Ce qu'il découvre le conforte: Elite détient un trésor, son savoir-faire et la tradition. Mais il faut réveiller la belle qui dort. Il s'y attache par petites touches successives, sans brusquer la belle endormie, en installant parfois en cachette des nouveaux

processus: «J'ai acheté des nouvelles machines, bricolé un nouveau catalogue, suggéré en douceur des changements.» Et, surtout, il apprend, s'informe, découpe les matelas de ses concurrents. Et fait un constat qui le surprend: le client ne peut rien savoir du matelas qu'il achète. La composition des couches, le nombre des éventuels ressorts ensachés, les proportions exactes de laine ou de crin, rien n'est affiché. En revanche, ses concurrents, en gros des groupes étrangers qui sont de dix à vingt fois plus grands que lui, fixent des prix «qui reflètent davantage les coûts du marketing que la composition des matelas».

Lui, le petit, brise la glace: la composition de ses matelas est transparente, affichée dans tous les détails. Contrairement à une image qui lui colle à la peau, Elite ne fait pas que dans la haute cou-

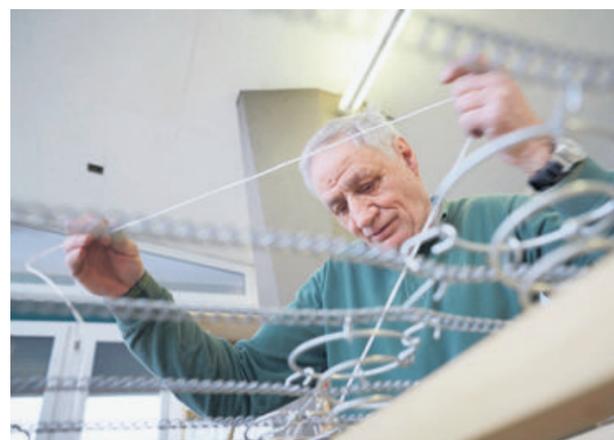
«Je découvrais des sommiers à ressorts. Et me demandais ce que j'allais faire avec cela»

François Pugliese, CEO d'Elite SA

ture, même si l'essentiel de sa clientèle demeure des architectes et des décorateurs. L'entrée de gamme se situe à moins de 1000 francs et le plus cher culmine à moins de 6000 francs par matelas. Elite, qui a décroché l'Ecolabel européen, travaille avec des matériaux nobles, la laine, le crin de cheval, la soie ou le latex naturel. Il faut près de cinq heures pour réaliser un matelas bien lacé, aux fines coutures. De l'artisanat que pour rien au monde François Pugliese «ne voudrait automatiser». Il reste fi-



Un matelas presque terminé. Les ressorts sont enfermés dans la mousse et le tout est recouvert de laine, puis de tissu.



Le sommier à ressorts traditionnel. Fabriqué artisanalement, il reste le nec plus ultra de la literie haut de gamme.



Les ressorts en bois de sapin d'Elite dans le cadre du sommier d'un lit. Tout aussi efficaces que les spiraux en acier.

dèle à la tradition, à ses magasins spécialisés capables «d'expliquer ce qui fait la différence dans la literie». Le patron d'Elite est convaincu que le bouche-à-oreille fera la différence, lui qui a des moyens marketing forcément limités.

La clé: la technologie

Mais il a compris que l'enjeu passait également par la technologie. S'il se lance dans le lit connecté, c'est pour contrer la concurrence qui mise déjà sur les applications permettant de surveiller son sommeil sur son téléphone portable. Et être prêt lorsque le marché décollera. Sur le plan industriel, il vient de racheter deux ébénisteries pour compléter sa gamme et son savoir-faire dans la literie. Dans un ou deux ans, il espère équiper ses lits d'hôtels d'une tablette offrant des services à l'hôtelier et à son hôte, tels que la lec-

ture des quotidiens ou une liste de restaurants recommandés. Ce projet, Elite le développe en collaboration avec la Haute Ecole d'ingénierie et gestion (HEIGVD) d'Yverdon. Et pour mieux communiquer avec ses futurs clients, elle vient d'acquiescer une petite société active dans le multimédia. François Pugliese rêve de signer un accord avec l'ECAL, histoire de progresser dans le design.

Son objectif, lui, ne change pas: «Pour réussir, il faut éduquer le consommateur, qui ne se doute pas que ce qui est caché sous le tissu fait toute la différence.» Fermez les yeux un instant et imaginez: les matelas d'Elite, les plus perfectionnés (le luxe), pèsent jusqu'à 120 kilos et embarquent jusqu'à 2200 petits ressorts ensachés au mètre carré, empilés de manière savante pour épouser au mieux les formes et le poids du corps. Tout un art! ●