

Portraits

Le duo frère et sœur
des boutiques
Silvera, ici, dans
leur showroom de
l'avenue Kléber.



PHOTOS : Y. LEROUX/TEMPS MACHINE POUR L'EXPRESS STYLES

Fabienne et Paul Silvera

Génies de la distribution

Le tandem marseillais, qui diffuse les plus grandes marques de mobilier contemporain, fait figure de leader.

Rencontre avec ceux qui façonnent les vitrines du design.

Depuis l'ouverture de sa première boutique en 1991, le duo familial n'a pas chômé. En quelques années, les Marseillais Paul et sa sœur Fabienne Silvera ont multiplié les enseignes. Kléber, Bastille, Université, bientôt Wagram (*lire l'encadré*)... Ils ont conquis les intérieurs des Parisiens. Loin d'aligner les canapés, leurs magasins expriment chacun à leur manière une nouvelle approche du mobilier. Plus personnalisée et plus en phase avec le profil éclectique de leurs clients. Parmi eux, le ministère des Affaires étrangères, les Galeries Lafayette, une pléiade de cabinets d'avocats, mais aussi des PME de province et des jeunes ménages mordus de design. Rencontre avec deux ambassadeurs de la modernité.

Aujourd'hui, vous possédez en tout cinq show-rooms à Paris. Quel en est l'esprit commun ?

► **Paul Silvera** : Chaque lieu a son histoire. Le dernier en date, le magasin de la rue de l'Université, qui est spécialisé dans des pièces pointues de créateurs, était une ancienne boutique de meubles qu'on adorait déjà du temps où nous habitions Marseille. Un jour, l'endroit s'est libéré. Pour nous, c'était un signe. A Bastille, nous avons récupéré en 2005





Fabienne et Paul Silvera Génies de la distribution

Chaise d'extérieur
Shadowy de Tord Boontje,
éd. Moroso, vendue
en exclusivité
chez Silvera Wagram.
Ci-dessous, le showroom
de Bastille.

A. PADERNUS DEP.



PHOTOS: BR/SILVERA

l'ancienne boutique Le Bihan qui possède une très belle architecture industrielle. Elle abritait le dernier cinéma muet de Paris.

► **Fabienne Silvera** : Chaque fois que nous emménageons dans un nouvel espace, nous essayons de lui redonner son âme première. Nous pensons que le lieu a une importance capitale dans l'acte d'achat.

Silvera, c'est avant tout une histoire de famille...

► **P. S.** : Nous devons tout à notre père, Armand Silvera, 81 ans aujourd'hui. C'est lui qui a fondé, dans les années 1970, un magasin à Marseille, avenue du Prado.

► **F. S.** : Il s'agissait là aussi d'un très beau lieu, une ancienne fabrique de dattes, devenue la Poste du VIII^e arrondissement, à Marseille. Au départ, notre père ne vendait que du mobilier de bureau. Quand je l'ai rejoint après mon bac, nous avons commencé ensemble à diffuser aussi du mobilier pour la maison.

Votre passion du design est donc née dans la cité phocéenne...

► **P. S.** : Le déclic, pour moi, eut lieu aux Etats-Unis, où j'ai passé quatre ans à la sortie de mon école de commerce. J'ai travaillé avec un distributeur européen, avant de faire la rencontre d'un Suisse qui parlait français. Nous avons créé ensemble la filiale de Vitra aux Etats-Unis. Ce qui m'a permis de sillonner tout le pays et de côtoyer Rolf Fehlbaum, le directeur de l'entreprise, un homme extraordinaire. Ce fut une expérience décisive. J'ai appris à travailler avec les prescripteurs, c'est-à-dire les architectes, à comprendre des plans, à saisir comment le mobilier s'inscrit dans le prolongement d'une architecture. J'ai aussi appris là-bas à être positif, sérieux, ambitieux, ponctuel...

Qu'est-ce qui vous a aidés à conquérir la capitale ?

► **F. S.** : Nous avons commencé par ouvrir, en 1991, une bibliothèque de documentation, rue du Cherche-Midi. Comme nous étions aussi les agents de l'éditeur italien Edra, nous présentions quelques meubles avant-gardistes. Mais notre trésor, c'était cette documentation que nous étions les premiers à réunir et à mettre à la disposition des architectes.

► **P. S.** : J'avais découvert ce principe de bibliothèque aux Etats-Unis. Cela consistait en une salle avec une table au centre, tout autour des catalogues de fabricants du monde entier et des échantillons. A l'époque, Inter-



La boutique Silvera Université, qui rassemble les pièces pointues dans l'esprit galerie.

Silvera Wagram, le concept store du design

Installe avenue de Wagram au rez de chaussée de l'hôtel Marriott crée par Port Zamparc, en lieu et place de l'ancien Empire incendie, le nouvel espace de la famille Silvera promet des surprises. Patrick Jouin a imaginé une entrée en forme de canyon, duquel on descend dans un grand sous-sol où se côtoieront, en exclusivité, les canapés de Moroso, les chausures Camper de

net n'existait pas. Ce fut un gros succès. Alors que le secteur était très segmenté, nous présentions à la fois des produits pour la maison et d'autres pour l'entreprise. Car nous nous étions rendu compte que, dans les bureaux, on mélangeait les deux univers. C'est André Rousselet, ancien président de Canal+, qui nous a vraiment lancés quand il nous a confié l'aménagement du nouveau siège de la chaîne en 1991.

Vous travaillez aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises. Comment se répartit votre activité dans ces deux domaines ?

► **P. S.** : Il y a d'un côté le réseau de 1 000 architectes avec lesquels nous travaillons toute l'année pour des aménagements de bureaux et des résidences privées et, de l'autre, les particuliers qui fréquentent nos boutiques. Aujourd'hui, le rapport entre l'entreprise et le privé est plus équilibré. Près de 60 % de notre activité provient des collectivités et 40 % du privé. Cette répartition a beaucoup évolué. Il y a dix ans, c'était plutôt 80/20. D'ailleurs, cette année, c'est le secteur résidentiel qui sera à même d'aider l'entreprise.

En quoi vous différenciez-vous de vos concurrents ?

► **F. S.** : Par l'ampleur de notre offre et nos choix. Nous sélectionnons toujours des produits en fonction de celui qui les a dessinés et de celui qui les a fabriqués.

Nous aimons aussi les marques novatrices et créatives : Established & Sons, Tom Dixon, Foscarini, Gaia & Gino. Mais, surtout, nous choisissons des choses qu'on aime, qu'on aimerait avoir chez nous.

► **P. S.** : Ce n'est pas seulement le choix de deux personnes, mais celui d'une équipe, avec des profils et des cultures différents. Nous voyageons énormément. Il y a toujours quelqu'un à Londres, en Australie ou en Asie. Nous essayons de dénicher des éditeurs méconnus, des jeunes créateurs.

Vous vous apprêtez à inaugurer un nouvel espace avenue de Wagram. En quoi va-t-il encore être différent des autres ?

► **P. S.** : Il s'agit d'un concept store nouvelle génération, moins dans l'esprit de Colette que dans celui de Murray Moss, à New York. Nous voulons que ce lieu devienne un reflet de la création contemporaine. Nous allons y exposer un maximum de nouveautés, changer et animer régulièrement les vitrines. On y trouvera des créations exceptionnelles, mais aussi des produits à partir de 5 €. L'idée, c'est de pouvoir y dénicher un petit cadeau comme on va acheter des fleurs avant d'aller dîner chez des amis.

► **F. S.** : Cette approche petits prix est d'autant plus importante que, dans les moments de crise, où l'on fait plus attention à ses dépenses, c'est important de continuer à se faire plaisir. Si on ne peut pas tout changer dans sa maison, il suffit parfois d'un détail, d'un nouvel objet, pour améliorer son intérieur.

Propos recueillis par Marion Vignal
Silvera, 01-53-65-78-78,
www.silvera.fr



Jaime Hayon, les céramiques de Lladro. En rayon aussi, des livres sur le design, de l'art de la table, des séries limitées et du mobilier pour enfant, toujours signé par des créateurs prestigieux comme Gerrit Rietveld ou Walter Papest. **Silvera Wagram, 41, avenue de Wagram, Paris (XVII^e), 01-56-68-76-00. Ouverture début mai.**

A g., modèle Crate Chair junior, éd. Rietveld by Rietveld.

