

« OFFRIR UNE EXPÉRIENCE D'ACHAT IMMERSIVE ET INOUBLIABLE »

Avec son intégration au groupe Flohymont sous l'impulsion de Romain Piraux, la Manufacture de Charolles engage une nouvelle dynamique, conjuguant excellence artisanale et refonte de son parcours client.

■ Par/by Patricia Becerra, directrice marketing, et Océane Boizard, chargée de marketing/communication, Charolles – 1844

Depuis plus d'un siècle, la Manufacture de Charolles s'est imposée comme une référence dans l'univers de la décoration haut de gamme. Ses valeurs reposent sur un équilibre subtil entre tradition et modernité, porté par des collections en constante évolution, suivant les tendances du design.

Aujourd'hui, l'acte d'achat ne se limite plus à l'acquisition d'un produit : il s'agit d'une véritable expérience. Lorsqu'un client choisit une pièce de la Manufacture de Charolles, il recherche davantage qu'un objet décoratif : il souhaite en garder un souvenir, à l'image du caractère unique et précieux de nos créations.

Nos pièces sont un héritage, des objets conçus pour traverser le temps et se transmettre de génération en génération. Nous proposons ainsi des pièces imposantes et uniques, introuvables ailleurs, comme nos grands lampadaires, réalisés entièrement à la main, véritables prouesses techniques incarnant l'excellence de notre savoir-faire.

UNE EXPÉRIENCE D'ACHAT AUSSI PRÉCIEUSE QUE L'OBJET LUI-MÊME

Le client n'achète pas seulement une création artisanale, mais un fragment de savoir-faire, une empreinte du geste unique de nos maîtres céramistes. Chaque pièce porte en elle une histoire, rendant l'expérience d'autant plus précieuse. C'est pourquoi nous accordons une attention particulière à chaque étape du parcours client, en veillant à ce qu'il soit fluide, immersif et personnalisé.

Pour aller au-delà de son rôle de fabricant et affirmer son identité, Charolles a d'une part développé des initiatives visant à insuffler de l'innovation tout en préservant son image, comme en témoigne son récent changement de charte graphique. Cette volonté s'incarne également à travers des collaborations avec des artisans français, à l'image de notre



For over a century, Manufacture de Charolles has been a flagship name in the universe of high-end home decoration. Its values are based on a subtle balance of tradition and modernity, underpinned by ever-changing collections that are in line with design trends. These days, the purchasing act is not restricted to getting yourself something – it is an experience all of itself. When a customer chooses a piece made by Manufacture de Charolles they are looking for more than just a decorative object, they looking to retain a memory of making the purchase too – rather like the unique and precious character of our creations.

The pieces we make are heritage pieces. They are objects designed to reach through time and to be handed down from one generation to the next. The things we make are unique and imposing, and cannot be found anywhere else. Our floor lamps are an example of that – hand-made, they demonstrate a genuine technical prowess that incarnates the excellence of our know-how.

A PURCHASING EXPERIENCE AS VALUABLE AS THE OBJECT ITSELF

The customer is not just buying an artisan creation but is buying a fragment of a body of expertise, an imprint of the unique craftsmanship of



"OFFERING AN IMMERSIVE AND UNFORGETTABLE PURCHASING EXPERIENCE"

With its integration into the Flohymont group under the impetus of Romain Piraux, Manufacture de Charolles has embarked upon a new dynamic that marries artisanal excellence with a revamped customer pathway.

pièce iconique Glouglou revisitée en chocolat par la Maison Dufoux, ainsi qu'une présence régulière et soignée sur les réseaux sociaux, portée par un contenu riche et diversifié. D'autre part, la manufacture redouble d'efforts pour élargir ses points de distribution en France et à l'international, dans le but d'accroître sa présence et de porter plus haut l'artisanat français. Elle déploie pour cela une stratégie alliant innovation, communication ciblée et partenariats avec des acteurs clés du secteur, comme en témoignent nos bougies, dont les senteurs ont été créées à Grasse, reflet de notre volonté de collaborer avec des maisons françaises d'exception, ou encore nos créations issues de dialogues avec des artisans tels que l'ébéniste Baptiste Lanne. Charolles consolide également ses collaborations avec d'autres maisons renommées, comme récemment avec Marion Stora dont le savoir-faire unique se manifeste à travers ses nouvelles tables de la collection Invisible. Ces pièces, caractérisées par des proportions audacieuses et un jeu de textures, présentent des plateaux en bois naturel soutenus par des pieds en faïence émaillée couleur bourgogne, fabriqués à la main dans notre manufacture. Les nouvelles collections et le renouvellement de la marque témoignent de cette volonté d'allier héritage et renouveau.

PLUSIEURS TYPES DE CLIENTÈLE, UNE MÊME EXIGENCE

La Manufacture de Charolles s'adresse à plusieurs publics distincts : les particuliers, en quête de pièces d'exception pour sublimer leur intérieur ; les boutiques indépendantes et distributeurs, à la recherche de produits originaux et de grande qualité pour leur clientèle exigeante ; les architectes et les prescripteurs, dans le but de proposer à leurs clients des pièces imposantes et uniques en céramique ; les collaborations (différentes marques renommées, à l'instar de Marion Stora, nous sollicitant pour fabriquer certaines de leurs pièces au sein de la manufacture afin de garantir un produit français de qualité). Dans tous ces cas, nous garantissons un accompagnement sur mesure, fondé sur le conseil, la personnalisation et le savoir-faire d'excellence qui fait notre renommée.

UN ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE POUR UNE ACQUISITION FACILITÉE

Pour simplifier et enrichir l'expérience d'achat, nous proposons la mise à disposition de nos produits via un large réseau de boutiques partenaires comme la Trésorerie à Paris ou Claude Cartier à Lyon, sélectionnées pour leur expertise et leur passion pour l'artisanat. Nous disposons également d'une boutique en ligne offrant un accès direct à nos collections, avec des conseils, une commande simple, des paiements sécurisés et des expéditions rapides.



our master ceramic artists. Every piece is freighted with a history that renders the experience all the more unique, and it is for that reason that we pay so much attention to each step of the customer pathway to ensure that it is fluid, immersive and personalised.

One way in which Charolles has reached beyond its role as a manufacturer and asserted its own identity is its development of initiatives that welcome innovation while also preserving the Charolles image, as evidenced by the recent change in house style. That development is likewise embedded across the business's partnerships with French artisans, for

example our iconic Glouglou pitcher that has been revisited by Maison Dufoux in chocolate. We also have a regular and carefully curated presence on social media, supported by rich and diversified content. Another thing is the manufacturer's redoubling of its efforts to expand its distribution points in France and abroad, the idea being to boost its presence and also to raise the profile of French artisanship. That is achieved via a strategy that brings together innovation, targeted communication, and partnerships with key players in the sector - as exemplified by our candles whose fragrance was created at Grasse. These partnerships are a reflection of our drive to collaborate with outstanding French maisons, as are our creations that are the fruit of dialogues with artisans such as the wood sculptor Baptiste Lanne.

Charolles is also consolidating its partnerships with other high-profile names including a recent tie-up with Marion Stora, whose unique skillset is manifested via her new tables from the Invisible collection. The pieces are characterised by bold proportions and interesting texture juxtapositions, and comprise natural wood tops supported by Burgundy-colour enamelled earthenware feet that are handmade at our manufacturing plant. The brand's new collections and its refresh are testament to this drive to ally heritage with revival.

SEVERAL KINDS OF CUSTOMER, THE SAME HIGH EXPECTATIONS

Manufacture de Charolles is addressed at several distinct audiences: personal shoppers looking for an outstanding piece to sublimate their interior; independent stores and distributors looking for original and high-quality products for a discerning clientele; architects and trend-setters with a view to suggesting striking and unique ceramic pieces; and collaborations with various acclaimed names (such as Marion Stora) who ask us to make some of their pieces at our manufacturing plant in order to guarantee a high-quality French product. In all of these cases, we guarantee customised support that is founded on good advice, personalisation, and the outstanding expertise that has forged our great reputation.

LA FAÏENCERIE DE CHAROLLES DEVIENT CHAROLLES – 1844

Après 180 ans d'histoire, la Faïencerie de Charolles adopte une nouvelle identité sous le nom de Charolles – 1844, en hommage à son ancrage territorial et son année de création. Cette évolution accompagne la reprise de l'entreprise par Romain Piraux, entrepreneur déjà à la tête d'Alp Carpets, manufacture de tapis haut de gamme en Espagne, et son intégration au groupe Flohymont. A la suite d'une liquidation en décembre 2023, la manufacture redémarre avec une nouvelle stratégie axée sur la valorisation de son savoir-faire artisanal et une modernisation de son image. La relance comprend notamment une refonte du logo, le développement d'un nouveau site internet, et une ouverture à de nouveaux marchés. Charolles – 1844 conserve son label Entreprise du patrimoine vivant (EPV) et poursuit la production de céramiques d'exception, affirmant sa volonté de préserver et promouvoir l'artisanat d'excellence.

**CHAROLLES
1844**

Notre site web est également un outil de visualisation qui permet à nos clients de se projeter. Nous mettons en scène nos collections dans différents univers : inspirations pour la maison, collaborations avec des designers, et mises en situation de nos créations.

UN PARCOURS DIGITAL ET RELATIONNEL IMMERSIF

La présence digitale est essentielle pour dynamiser notre rayonnement international, via notre site web, nos réseaux sociaux, notre newsletter, etc. Ces supports permettent à nos clients de plonger dans notre univers, d'en apprendre davantage sur notre savoir-faire et de découvrir nos nouveautés.

L'expérience se prolonge au-delà du digital grâce à une relation de proximité. Pour les professionnels du design et de la décoration, ainsi que pour les distributeurs, des outils pratiques tels que des échantillons, des conseils personnalisés, une transparence sur les délais et des possibilités de personnalisation sont mis à disposition.

Des événements exclusifs destinés à tous les publics, comme les salons professionnels (Maison&Objet), ou encore des pop-up stores (au BHV Marais du 25 février au 6 avril 2025), sont autant d'occasions d'échanger avec nos clients, de proposer des conseils de qualité et de recevoir un retour direct. Nous accompagnons nos clients dans le choix de pièces authentiques qui leur correspondent, grâce à une assistance en ligne via le chat de notre site internet ou nos réseaux sociaux.

En somme, l'expérience d'achat à la Manufacture de Charolles est conçue comme un voyage émotionnel et sensoriel, où chaque étape célèbre l'excellence du savoir-faire français. Plus qu'un simple achat, c'est un lien qui se tisse entre le client et un objet d'exception, destiné à marquer les esprits et à traverser le temps. ●



FAÏENCERIE DE CHAROLLES BECOMES CHAROLLES – 1844

After 180 years, the Faïencerie de Charolles now takes on a new identity with the name Charolles – 1844 as a homage to its territorial anchoring and its year of creation.

The change happened as the business was taken on by Romain Piraux (the entrepreneur who was already managing the high-end carpet manufacturer in Spain, Alp Carpets) and the integration of the business into the Flohymont group. The manufacturer had gone into liquidation in December 2023, but now enjoys a new lease of life with a fresh strategy articulated around boosting the profile of its own artisan skillset and the modernisation of its image.

The relaunch encompasses a revamped logo, the development of a new website, and the opening up of new markets. Charolles – 1844 retains its French Living Heritage Label (EPV) and continues its production of outstanding ceramics, embedding its drive to preserve and promote artisanship of excellence.

CUSTOMISED SUPPORT FOR AN EASY OWNERSHIP PROCESS

To streamline and enrich the purchasing experience, our products are made available via a large network of partner stores such as La Trésorerie in Paris and Claude Cartier in Lyon, all of whom are carefully selected for their expertise and their passion for artisanship. We also have an online store that offers direct access to our collections together with advice, a straightforward ordering process, securitised payments, and rapid dispatch.

Our website is a great visualisation tool that customers can use to picture the item in their possession. We depict our collections in a range of settings including inspirations for the home, collaborations with designers, and creations presented in real-life settings.

A DIGITAL PATHWAY, AND AN IMMERSIVE RELATIONSHIP

The digital presence is critical to the re-energising of our international reach - and that happens in various ways including our website, social media and newsletters. These media supports are a great way for customers to immerse themselves in our world, to find out more about our know-how, and to see what's new.

The experience goes well beyond the digital, thanks to our close relationships. Practical tools such as samples, personalised advice, clear and transparent delivery information, and customisation opportunities are all available to design/decoration professionals and distributors. Other opportunities to meet our customers as well as to offer high-quality advice and get instant feedback are welcomed at exclusive events for all audiences such as trade fairs (Maison&Objet), and pop-up stores (at Le BHV Marais from 25 February to 06 April 2025). We support our customers in their selection of authentic pieces that are right for them via online chat assistance on the website, and via our social media networks. In summary, the purchasing experience at Manufacture de Charolles is designed to be a sensory, feelings-driven journey whose every step celebrates the excellence of French know-how. More than just a purchase, the experience is a connection woven between the customer and the exceptional piece that is designed to stay in people's minds and transcend the passage of time. ●