

Contenu fourni par notre partenaire [®]AKANTE

Akante : l'incontournable du mobilier contemporain et du design français

Depuis sa création en 2012, Akante s'est imposée comme l'un des acteurs les plus dynamiques et innovants du mobilier haut de gamme.

Publié le 06/01/2026 à 10h24



Guidée par la volonté d'allier design, durabilité et ingéniosité, la marque a bâti son identité autour d'une parfaite maîtrise de la céramique et d'une créativité toujours

en mouvement. Rencontre avec Christophe Ricci, Responsable communication et marketing, qui revient sur l'histoire, les choix fondateurs et les ambitions d'Akante.

Akante est aujourd'hui une référence du mobilier contemporain. Comment l'aventure a-t-elle commencé ?

Christophe Ricci : Akante a été fondée en 2012 par deux passionnés, Olivier Tocino et Olivier Vanhaecke. Ils avaient un constat : le secteur du mobilier manquait de nouveauté et d'ingéniosité. Ils ont donc voulu créer une marque capable d'apporter quelque chose de différent, en alliant design français, fonctionnalité et durabilité. Leur idée maîtresse était de s'appuyer sur un matériau noble et technique, la céramique, qui répondait parfaitement à ces exigences. Aujourd'hui, l'entreprise a beaucoup grandi : nous sommes environ cinquante collaborateurs et nous avons su nous imposer comme un fabricant et distributeur incontournable de mobilier haut de gamme, avec une vraie singularité sur le marché. Notre slogan, "L'ingéniosité au service de l'élégance", résume bien cette philosophie.

Qu'est-ce qui caractérise la croissance d'Akante depuis sa création ?

C.R. : Nous avons connu une évolution très régulière, tirée par l'innovation et par une organisation solide. Notre modèle repose sur le B2B : nous travaillons exclusivement avec des revendeurs professionnels que nous rencontrons notamment sur les salons. Et à chaque événement, nous faisons en sorte de surprendre. Par exemple, lors du dernier salon de Bruxelles, 80 % des produits présentés étaient des nouveautés. C'est un rythme soutenu, mais il fait vraiment partie de notre ADN.

LE POINT DU SOIR

Recevez l'information analysée et décryptée par la rédaction du Point.

Votre adresse email

S'inscrire

En vous inscrivant, vous acceptez les [conditions générales d'utilisation](#) et notre [politique de confidentialité](#).

Nous avons aussi renforcé notre structure logistique. L'ouverture récente de notre dépôt à Halluin, où une quinzaine d'emplois ont été créés. Cela accélère encore notre réactivité, ce qui est crucial pour une marque premium et que l'on s'efforce également d'avoir à travers notre service client très disponible. Enfin, notre présence internationale se développe fortement : 45 % de notre chiffre d'affaires est réalisé à l'export, preuve que notre savoir-faire séduit bien au-delà de la France.



La céramique semble être le fil conducteur de votre identité. Pourquoi ce choix ?

C.R. : La céramique est clairement notre matériau signature. Elle est esthétique, résistante, facile d'entretien et elle traverse les années sans se dégrader. Elle nous permet aussi de travailler des textures et des couleurs incroyablement variées. Selon les modèles, nous proposons jusqu'à douze finitions de céramique pour une même table, ce qui donne presque une création sur mesure. Mais la céramique demande une maîtrise parfaite. C'est pourquoi nous collaborons étroitement avec des partenaires européens, notamment espagnols. Leur flexibilité est essentielle, par exemple pour concevoir des tables extensibles où la continuité du motif doit être impeccable. Ce design nous permet d'obtenir un résultat très précis : quand une rallonge s'ouvre, le veinage doit suivre naturellement. C'est tout un art.

Quelles sont les dernières nouveautés ?

C.R. : Nous consacrons beaucoup de temps à la recherche de nouvelles textures. Cette année, nous avons lancé trois nouvelles céramiques : Eramosa, Breccia et Cremona, qui ont rencontré un très bel accueil. Mais la grande nouveauté est Patagonia. Elle se distingue par ses formes organiques et surtout par son “soft touch”, une douceur au toucher très appréciée et chaleureuse. À côté de cela, nous innovons également sur les piètements, tous fabriqués en Europe. Les modèles Piana, Auguste, Corcovado ou Atlas montrent notre volonté d’associer force, légèreté et lignes graphiques. Et bien sûr, nos mécanismes restent une signature : plateaux pivotants, extensions synchronisées, systèmes invisibles... Tous ces détails contribuent à l’“effet wahou” que recherchent nos clients.

Au-delà des matériaux, comment se traduit votre démarche d’innovation produit ?

C.R. : Nous développons en permanence de nouvelles typologies de mobilier. Même si les tables en céramique à mécanisme restent le cœur d’Akante, nous avons étendu notre offre avec des tables fixes, des tables basses, des consoles, des chaises et des fauteuils. Les assises font d’ailleurs l’objet de beaucoup de recherches : nous proposons de nouveaux tissus, comme le Plush, et des modèles avec ou sans roulettes selon les usages, car l’habitat évolue.

Les salons professionnels sont un moment clé pour présenter tout cela. Lors de la dernière édition d’EspritMeuble, nous avons dévoilé la table Proxima, avec sa céramique Eramosa et son piètement en Z, mais aussi la gamme de tables basses Grande Galet, aux formes douces et associables. Ce sont des pièces qui illustrent notre capacité à innover en permanence.



2025 sera marquée par le lancement de vos premiers buffets. Pourquoi cette diversification ?

C.R. : C'est une étape importante pour nous. Avec Columbus, notre premier buffet, nous élargissons notre champ d'expression. L'idée est de proposer une vision globale de l'aménagement intérieur. Columbus associe un plateau en céramique, du MDF, des portes cannelées et un piètement en acier laqué. C'est un meuble sculptural, mais pensé pour le quotidien, ce qui colle parfaitement à l'esprit Akante. Cette diversification est logique : après 15 ans, nous avons acquis une vraie maturité en design et en technique. Notre objectif reste inchangé : créer un mobilier élégant, durable, fonctionnel et profondément contemporain. Et continuer à façonner, à notre manière, le mobilier de demain !

Contenu conçu et proposé par Le Point Services. La rédaction n'a pas participé à sa réalisation.

Contenus sponsorisés

23 gadgets incontournables qui s'arrachent ce mois-ci

Contenu sponsorisé *Tech Gadget Trend*