

The Oblist : la plateforme de décoration qui détecte les designers avant leur consécration

Fondée par Leia et Gary Sfez, cette plateforme parisienne redéfinit la distribution du design haut de gamme. Sans levée institutionnelle, croissance annuelle à trois chiffres du volume d'affaires, 500 créateurs sélectionnés : décryptage d'un modèle qui prouve sa solidité.



Là où le marché traditionnel privilégie la notoriété acquise, The Oblist prend un autre pari : détecter et propulser des talents émergents avant leur consécration. Lancée en septembre 2023, [cette plateforme de mobilier design](#) inverse la logique établie. Les chiffres parlent : croissance à trois chiffres sur les douze derniers mois, plus de 5 000 clients principalement aux États-Unis et en Europe, catalogue de 500 créateurs triés sur le volet. Une trajectoire construite sans levée de fonds institutionnelle.

Inverser la logique

Leia Sfez n'a pas attendu les validations du marché. Cette figure parisienne de la mode, forte de son million d'abonnés Instagram, lance The Oblist avec son mari Gary, expert en marketing digital. Leur constat : le circuit traditionnel du design laisse peu de place aux talents prometteurs avant leur reconnaissance institutionnelle. "Le marché valorise le passé, nous misons sur l'avenir", tranche le duo.

Leur méthode : arpenter les studios du monde entier, dénicher les créateurs dont le travail annonce les mouvements de demain, et leur offrir une vitrine internationale immédiate. Une approche qui séduit autant les designers en quête de reconnaissance que les acheteurs à la recherche de pièces singulières avant qu'elles ne deviennent mainstream.

Un modèle qui fait ses preuves

Septembre 2023 : lancement. Septembre 2025 : plus de 5 000 clients conquis. La vitesse d'exécution parle d'elle-même. The Oblist affiche une croissance annuelle à trois chiffres de son volume d'affaires. Le marché américain, devenu premier territoire de l'entreprise, valide l'appétit international pour cette approche. Dans un secteur du design haut de gamme qui pèse 152 milliards de dollars en 2025 et vise 239 milliards en 2034, la traction est là.

La fidélisation suit : un client sur quatre revient acheter, performance remarquable dans un marché où la récurrence est complexe à établir. Cette rétention témoigne d'une satisfaction client élevée et d'un positionnement produit juste.

La curation reste exigeante. Chaque objet est sélectionné pour son potentiel, pas pour sa notoriété actuelle. Une approche qualitative qui distingue The Oblist des plateformes généralistes noyées sous des dizaines de milliers de références.

Une infrastructure propriétaire

Une infrastructure technologique entièrement propriétaire, dopée à l'IA. Du sourcing des créateurs à la livraison finale, chaque étape est optimisée. Les créateurs disposent de leur propre backoffice pour gérer leurs collections, leurs stocks virtuels et leurs commandes. Cette maîtrise technique garantit l'indépendance et l'agilité du système.

Le modèle repose majoritairement sur le made-to-order. Pas de stocks dormants, pas de surproduction, pas de compromis sur la qualité. Cette fabrication à la demande élimine le gaspillage tout en maintenant des standards premium. Plus agile que les circuits traditionnels, plus rentable que le retail classique.

Un écosystème stratégique

Le réseau se construit méthodiquement. Partenariats avec des marques lifestyle établies, collaborations avec des galeries vintage de référence. La plateforme attire également une clientèle professionnelle : [architectes d'intérieur et designers](#) du monde entier qui y sourcent des pièces exclusives pour leurs projets haut de gamme. Ces alliances crédibilisent le modèle sans compromettre l'indépendance de la curation.

Sur Instagram, 303 000 abonnés suivent les découvertes de la plateforme. Leia Sfez, avec son million d'abonnés personnels, constitue un canal d'acquisition propriétaire impossible à répliquer. Chaque lancement bénéficie de cette caisse de résonance naturelle, amplifiant la visibilité des créateurs émergents.

Le catalogue qui anticipe



Dans le catalogue actuel : les pièces sculpturales en aluminium coulé de Sheyang Li, le mobilier d'Atelier Ellery, les créations du duo français Zbeul Studio (lauréat du prix de la Monnaie de Paris 2023), les éditions d'Astrid Houssin. Des noms encore confidentiels aujourd'hui, potentiellement incontournables demain. C'est précisément le pari.

The Oblist ne se positionne ni en galerie ultra-luxe pour collectionneurs fortunés, ni en plateforme généraliste noyée sous le volume. Entre les deux, un modèle qui valorise l'émergence et prend le risque de la découverte. Une posture qui séduit une nouvelle génération d'acheteurs en quête d'authenticité.

L'ambition assumée

"Devenir la plateforme mondiale de référence du design d'intérieur en connectant créateurs et collectionneurs avant que le marché mainstream ne les rattrape." L'objectif est posé. Pour y parvenir : expansion géographique continue, renforcement du réseau de créateurs, optimisation constante de l'expérience client.

Dans un secteur du luxe en ligne en pleine mutation, The Oblist incarne cette génération d'entrepreneurs qui refuse d'attendre l'approbation des gatekeepers. Le duo Sfez ne demande pas la permission. Il impose sa vision, créateur par créateur, client par client. Pièce par pièce.