

EQUIPEMENTIERS : ÉVOLUTIONS, ADAPTATION ET SOLUTIONS

SUITE À LEUR PREMIÈRE RENCONTRE D'ÉCHANGES ORGANISÉE EN JUIN 2013 EN EXCLUSIVITÉ

POUR *CULTURE CUISINE*,
JEAN-LUC FUCHS (À DROITE)
ET **ÉRIC TIBERGHIE**,
DIRECTEURS FRANCE
RESPECTIVEMENT DE
HETTICH ET DE SALICE,
MARQUES RÉPUTÉES DE
COULISSES ET CHARNIÈRES,
SE SONT RETROUVÉS POUR
FAIRE LE POINT SUR LES
THÈMES DE L'AN DERNIER,
EN ABORDANT DE NOUVEAUX
MARQUANTS L'ACTUALITÉ ET,
FINALEMENT VALIDER LE
CONSTAT FORMULÉ L'AN
PASSÉ :



LES ÉQUIPEMENTIERS SONT DE PERTINENTS PROMOTEURS DE RÉFLEXIONS ET D'ÉVOLUTIONS DE LA CUISINE. À CONDITION DE S'ADAPTER À LA NOUVELLE DONNE DU MARCHÉ.

- **Culture Cuisine** : Quel est l'état du marché français de la cuisine équipée au premier semestre ?

- **Eric Tiberghien** : *Nous n'avons pas senti une reprise véritable et le secteur est resté plutôt calme au cours des 6 mois écoulés, même si la cuisine s'est une fois de plus un peu mieux comportée que le reste de l'ameublement. Le niveau d'activité a été fluctuant selon les mois, ce phénomène de dents de scie étant désormais habituel depuis le début de la crise économique en 2008. Dans ce contexte, les fabricants de cuisines sont devenus plus exigeants en termes de services nous demandant notamment une meilleure réactivité de livraisons, plus fréquentes et portant sur des quantités réduites. Notre stock à Antibes nous permet heureusement de satisfaire ce besoin.*



Tiroir ArciTech de Hettich

- **Jean-Luc Fuchs** : *Je partage cette analyse, notamment l'évolution en dents de scie du marché. Nul ne peut plus se réjouir d'avoir réalisé un bon mois, parce que le suivant peut se révéler négatif sans aucune raison logique apparente. Les fabricants de cuisine français traversent ainsi une période difficile, ce qui rend remarquable la légère croissance enregistrée par Hettich au premier semestre dans l'Hexagone. Contrairement aux effets d'annonce du gouvernement, la reprise économique n'est en effet pas au rendez-vous et je crains même que la situation ne s'améliore pas en 2015 non plus. Les industriels de la cuisine vont donc devoir être encore plus performants pour résister à la crise persistante et nous-mêmes, équipementiers, allons devoir améliorer encore notre compétitivité, tant dans la qualité de nos produits que dans la performance de nos services.*

- **Culture Cuisine** : **Le secteur de la cuisine équipée connaît une concentration des intervenants industriels aptes à intervenir à l'échelle européenne. Cela s'est-il ressenti à Eurocucina ?**

- **Eric Tiberghien** : La dernière édition d'Eurocucina a effectivement permis de constater de manière manifeste que certains fabricants - une dizaine probablement - ont acquis une taille leur permettant de creuser l'écart avec les autres intervenants du marché, comme l'a démontré la grande superficie de leurs stands. C'est le cas, bien sûr, des firmes allemandes telles que Nobilia, Nolte ou Häcker mais aussi de Mobalpa dont l'espace d'exposition a été remarqué. Cela dit, Eurocucina ne se résumait pas aux plus grands fabricants et, heureusement, on comptait une centaine d'autres exposants de taille plus modeste, mais qui ont pu apporter une offre variée assurant la vitalité créatrice et esthétique de la cuisine. De fait, les ambitions de conquête continentale voire au-delà de l'Europe qui sont nourries par les leaders européens les conduisent à proposer une offre normalisée et sage afin de plaire à toutes les populations.

- **Jean-Luc Fuchs** : Là encore, je suis d'accord avec Eric Tiberghien, en soulignant comme lui la participation réussie de Mobalpa à Eurocucina, qui a su séduire par la beauté de son stand d'exposition. On peut cependant apporter une nuance à l'écart creusé par les plus gros fabricants de cuisines européens, en précisant que les industriels français de taille moyenne apportent

depuis quelques mois un soin plus grand qu'auparavant dans l'amélioration intrinsèque de leur offre de cuisine, notamment dans le choix de leurs ferrures. Ces efforts devraient porter leurs fruits dans les mois à venir et le marché français pourrait ainsi bien s'enrichir de nouvelles collections séduisantes. Je pense que ces fabricants nationaux de taille intermédiaire ont compris leurs erreurs commises au cours des 10 dernières années, principalement en termes d'investissements trop faibles dans le parc machines et les composants des modèles. Ils entreprennent ainsi des démarches actives pour les corriger et revenir au niveau de qualité et de délais de livraison des leaders européens. En cela, la crise aura peut-être apporté quelques éléments positifs, mais il est temps qu'elle cesse pour leur redonner, ainsi qu'à l'ensemble du marché, un ballon d'oxygène leur permettant de retrouver une croissance dynamique.

- **Culture Cuisine** : Ce constat d'une dichotomie au sein du tissu industriel vous amène-t-il à travailler différemment avec vos clients, selon qu'ils comptent parmi les leaders européens ou qu'ils soient de taille plus modeste mais développant une offre singulière ?

- **Eric Tiberghien** : *Aujourd'hui, le durcissement de la concurrence oblige chaque acteur du marché de la cuisine à bien définir son positionnement en termes de prix, de segment de gammes et de largeur d'offre, afin d'être le plus conforme à ses moyens et à ses ambitions. Il nous incombe en tant qu'équipementiers de leur apporter les solutions s'intégrant le plus précisément dans chacun de ces positionnements. En cela, nous travaillons avec la même approche de partenariat quels que soient nos clients, mais il est évident que l'adaptation à leurs besoins rend chaque partenariat particulier.*

- **Jean-Luc Fuchs** : *La taille du client ne conditionne pas la façon dont Hettich travaille, car nous privilégions toujours la volonté de répondre aux besoins spécifiques de chacun d'entre eux, en lui délivrant les meilleurs produits et services.*



Systeme coulissant coplanaire
Slider S10 de Salice

- **Culture Cuisine** : Contrairement à de nombreux autres secteurs de l'industrie, l'arrivée d'une concurrence asiatique ou des pays de l'Est européen ne s'est pas encore produite dans votre secteur, ceci en dépit d'une pression sur les prix des ensembles de cuisines et d'une course aux volumes partout en Europe. Ce paradoxe s'explique-t-il par une exigence de qualité accrue des ferrures, déplaçant ainsi la pression sur les équipementiers ?

- **Eric Tiberghien** : *Si les cuisines de premiers prix, qui sont souvent revendues par la grande distribution généraliste, sont plus qu'auparavant dotées de fournitures chinoises, votre constat n'en est pas moins avéré. En effet, la grande majorité des fabricants français et des autres pays de l'Europe maintiennent un niveau de qualité excluant le développement d'une telle concurrence. De plus, certains d'entre eux ont subi des expériences malheureuses de dommages occasionnés par des ferrures importées de médiocre qualité. C'est pourquoi les industriels de la cuisine préfèrent se recentrer sur des équipementiers européens leur garantissant fiabilité et sécurité pour les consommateurs. Toute favorable nous soit-elle, cette situation ne nous empêche pas de devoir gérer une concurrence tarifaire toujours plus forte, tout en proposant des produits sans cesse améliorés. Mais même résoudre cette équation ne suffit plus, car il nous faut satisfaire les besoins de différenciation de chaque client. L'une des voies les plus efficaces consiste à ne plus travailler dans le seul domaine de la fonctionnalité, qui a fait considérablement progresser la cuisine depuis 20 ans, pour apporter aussi des innovations esthétiques, telles que notre charnière Lapis et notre système Slider de portes coplanaires. Je crois que, dans l'intérêt de la filière générale de la cuisine, nous avons besoin d'accorder une nouvelle importance à l'émotion, comme l'avait souligné un article paru sur votre site Internet. Cette démarche passe également par un nouveau discours de communication afin de créer un nouvel univers d'expression. Il s'agit ainsi de participer au fait que l'achat de cuisine n'est pas uniquement rationnel mais tout autant motivé par des aspirations émotionnelles.*

- **Jean-Luc Fuchs** : *D'abord, il faut rappeler que la concurrence chinoise est depuis longtemps présente et qu'elle ne s'exerce pas avec plus de virulence aujourd'hui. Je pense même que la pression était plus forte il y a quelques années sur les équipementiers européens, parce que les fabricants de cuisines étaient un peu moins soucieux de la qualité pour favoriser les prix les plus serrés possible, et qu'ils pouvaient ainsi se laisser*



Charnière Lapis de Salice

tenter par de produits issus de pays lointains à très bas coût de production. Depuis, divers problèmes de SAV et de livraison leur ont fait changer d'avis pour recentrer leur sourcing sur des industriels reconnus du Vieux continent. La crise a accru encore les risques pour ceux qui décident d'acheter leurs tiroirs à l'autre bout de la planète. A l'inverse, les fournisseurs implantés en Europe représentent un gage de confiance dans le suivi des divers fabricants de cuisines en raison de leur proximité géographique garantissant une meilleure réactivité de leur qualité de produits et de services. Concernant l'autre thème soulevé par Eric Tiberghien, chez Hettich, nous apportons également des nouvelles solutions dépassant le seul domaine de la fonctionnalité. C'est ce que propose notre nouveau système de tiroir ArciTech qui connaît depuis son lancement fin 2013 un très grand succès et nous permet d'avoir des résultats positifs malgré l'acuité de la crise. De même, nous réalisons aussi les portes coulissantes InLine XL qui répondent à la tendance esthétique actuelle des cuisines, où les façades partent du sol au plafond pour présenter un aspect lisse et sans poignée, derrière lequel se dissimulent les espaces de rangements. La mission des équipementiers est désormais d'inventer des solutions qui, au-delà de l'ergonomie, apporte une meilleure esthétique, pas seulement dans la ferrure elle-même, mais aussi et surtout dans l'ensemble du mobilier.

Système de portes coulissantes InLine XL de Hettich



- **Culture Cuisine** : L'an dernier, vous aviez appelé à la pratique d'un code de bonne conduite et de démarches concurrentielles saines par les équipementiers. Renouvelez-vous cet appel aujourd'hui ?

- **Eric Tiberghien** : *Oui, car je n'ai pas l'impression qu'il y ait eu une amélioration dans ce domaine. Lorsqu'on déclare avoir les meilleurs produits et services, on n'a pas besoin de démarcher les clients de la concurrence, ni les cuisinistes, ni les architectes d'intérieur, pour influencer les industriels dans leur choix. Les fabricants de cuisines doivent conserver leur entière liberté de choix selon les critères qu'ils ont eux-mêmes définis et non ceux qu'un équipementier prétendrait instaurer en sa faveur, en se posant à la fois en juge et partie. Chez Salice, nous avons eu cette année la désagréable expérience de voir notre offre finalement refusée par un fabricant alors qu'elle était moins chère que celle retenue et de qualité égale, les tests en interne le montrant, et pour laquelle notre concurrent avait demandé aux revendeurs d'exercer une pression favorable auprès du fabricant. Comme nous l'avions dit l'an passé, il est nécessaire pour l'ensemble de la filière que chacun reste à sa place et n'ait pas d'ambition monopolistique en occultant la concurrence. J'en appelle à ceux qui mènent de telles pratiques à les arrêter, ceci étant dans leur intérêt s'ils ne veulent pas qu'un jour le marché se braque contre eux. De même, ce mauvais état d'esprit se retourne rapidement contre ceux qui l'expriment car, si tous les fabricants de cuisines travaillaient avec le même fournisseur de ferrures, aucun d'entre eux ne pourrait se distinguer.*

- **Jean-Luc Fuchs** : *Bien évidemment, je ne peux que faire écho à l'appel lancé par mon confrère de Salice France, parce qu'il est sain pour tous les acteurs du marché de conserver une déontologie dans les méthodes commerciales appliquées. Cela dit, celle-ci est plus difficile à respecter qu'auparavant, parce que la dureté de la crise et la stagnation, voire la régression du marché de la cuisine font que la croissance de chacun ne peut s'obtenir qu'en prenant des parts de marché sur la concurrence. Comme dit le dicton, « lorsqu'il n'y a plus de foin dans l'écurie, les chevaux se battent ». Aujourd'hui, certains équipementiers, mais aussi certains distributeurs grossistes, subissent une baisse si brutale de leurs ventes (- 20 voire -25 %) qu'ils considèrent certaines méthodes offensives comme le seul moyen de sauvegarder leur entreprise ».*

✓ Propos recueillis par Jérôme **Alberola**