



## RÉFLEXIONS À TRIPLE DÉTENTE

LE RESPONSABLE DE LA DISTRIBUTION DE **GRASS** FRANCE ET LES DIRECTEURS DES FILIALES NATIONALES DE **SALICE** ET **HETTICH** (DE G.À D.) SE SONT INSPIRÉS DE LA SÉRÉNITÉ DU LAC D'ANNECY ET DES HAUTEURS DE SES MONTAGNES, POUR LIVRER LEURS RÉFLEXIONS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA CUISINE. UNE FOIS DE PLUS, NOTRE TABLE RONDE ANNUELLE DES ÉQUIPEMENTIERS, 4<sup>ÈME</sup> DU NOM, A MONTRÉ, QU'EN BONNE INTELLIGENCE ET EN TOUTE DÉTENTE, DES ACTEURS MAJEURS ET CONCURRENTS DU MARCHÉ, PEUVENT ALLER DANS LE MÊME SENS D'ÉCHANGES CONSTRUCTIFS.

Culture Cuisine : Quels faits marquants ou évolutions remarquables reprenez-vous sur le marché français de la cuisine depuis notre rencontre de l'été 2015 ?

*Eric Tiberghien (Salice France) : « Il n'y a pas eu d'évolution majeure dans la structure du marché français de la cuisine qui s'est inscrit dans la continuité des mois précédents. En revanche, c'est à l'étranger que s'est produit l'événement marquant de 2016, avec la tenue d'Eurocucina qui a honoré son statut de grand salon international et de promoteur de tendances du design des ensembles de cuisine. Certaines ont marqué les esprits et elles auront sans doute un impact concret sur le marché français dans les mois à venir.*

*Guillaume Barth (Grass France) : Cette édition 2016 du salon de Milan est pour moi aussi l'événement principal de l'année. Le rachat d'Hygena par le groupe Fournier est aussi un fait marquant qui a été pour nous moteur de développement. De manière plus générale, comme l'expliquait déjà Eric Tiberghien lors de la table ronde l'an passé, les choix des consommateurs se révèlent de plus en plus binaires, se partageant entre des cuisines simples et à prix réduit, ou des modèles sophistiqués dans les segments élevés. Enfin, alors*

que le marché national se concentre encore dans un nombre réduit d'acteurs et que la part des marques étrangères continue de progresser, certains fabricants français se tournent davantage vers l'export. Nous espérons que ce mouvement se développera dans l'année à venir.

Jean-Luc Fuchs (Hettich France) : *Tout en approuvant mes confrères, j'insisterai sur le fait que si le marché français a évolué positivement de 2 à 4 % au cours de l'année écoulée, les importations ont progressé bien plus fortement. Cela fragilise certains fabricants de l'Hexagone qui constatent avec dépit ou inquiétude la progression impressionnante de Nobilia, de l'ordre de 15 %. On a malheureusement assisté à de nouvelles disparitions d'acteurs industriels, pour certains historiques, tels que Hardy-Roux, mais qui ont eu au moins un effet positif en incitant les fabricants encore actifs à se moderniser pour devenir plus compétitifs. Je pense qu'ils effectuent le même chemin que celui entrepris par leurs concurrents allemands il y a plusieurs années.*

Culture Cuisine : Quels sont vos axes de recherche & développement en 2016 et comment se traduiront-ils concrètement ?

Guillaume Barth (Grass France) : *Ils s'effectuent de plus en plus en amont en partenariat avec nos clients fabricants de cuisines ou d'électroménager, puis en les accompagnant de manière étroite et suivie lors de leur lancement sur le marché. Il ne s'agit pas de proposer de nouveaux tiroirs performants pour équiper les mêmes cuisines, mais de participer activement à l'évolution des ensembles de mobilier. Concrètement, nous avons renouvelé toute notre gamme de produits phares dans le souci de rationaliser les coûts de production, afin de proposer une plateforme commune de tiroirs et divers produits entièrement compatible entre eux. Parallèlement, nous augmentons le degré de personnalisation de nos solutions, afin que le client final ait l'impression d'acheter une cuisine conçue spécifiquement pour lui.*

Jean-Luc Fuchs (Hettich France) : *Nous nous inscrivons dans la même volonté appliquée de proposer des systèmes de ferrures permettant aux fabricants et aux cuisinistes de proposer des cuisines répondant précisément aux envies des clients, en termes de coloris, matériaux ou aménagement. De plus, nous portons nos efforts sur le développement des ouvertures sans poignées, non seulement pour les tiroirs avec les systèmes push to open, mais aussi pour les façades avec l'intégration d'amorti dans les charnières. Cela ne concerne pas exclusivement les meubles, puisque Hettich a développé ces systèmes pour ses portes de réfrigérateur et Electrolux a installé des tiroirs ascensionnels de lave-vaisselle développés avec Hettich.*

Eric Tiberghien (Salice France) : *Après avoir beaucoup travaillé ces dernières années sur la fonctionnalité des produits, avec le développement des systèmes d'amorti ou PUSH et une facilité sans cesse accrue de réglage, nous avons orienté nos axes de recherche & développement vers le design et l'esthétique. Ces deux domaines sont essentiels pour permettre à chaque marque de se différencier et donner ainsi à chaque consommateur le*

*sentiment d'acheter un produit unique. Cela se traduit par exemple sur nos charnières Titanium, Lapis puis Air. Elles offrent une grande variété de choix, de coloris et visent à*

2016 © • [www.culturecuisine-lemag.com](http://www.culturecuisine-lemag.com)



Salice, Lineabox



Hettich, charnière Sensys 165°



*mettre en valeur le meuble dans son ensemble : l'intérieur et l'extérieur tout en offrant les fonctionnalités habituelles. Enfin, cette démarche se concrétise dans le Lineabox qui est la grande nouveauté de Salice cette année, en marquant notre retour dans le tiroir double paroi.*

Culture Cuisine : Comment comptez-vous vous inscrire dans la transversalité croissante de l'habitat, exprimé au travers de l'essor de l'agencement sur mesure dans les diverses pièces de vie ?

Jean-Luc Fuchs (Hettich France) : *Nous y travaillons depuis plusieurs années et nous apportons des solutions de portes coulissantes qui apportent des solutions nouvelles d'aménagements entre la cuisine, désormais souvent ouvertes, et les autres pièces de l'habitat. Nous travaillons avec les fabricants de meubles de cuisine pour leur permettre d'utiliser nos modèles de ferrures en les adaptant à leurs propres standards dimensionnels de meuble. De plus, nous constatons qu'un nombre croissant d'acteurs de la filière cuisine élargissent leur activité vers l'agencement de l'habitat et que simultanément des agenceurs se tournent aussi vers la cuisine. Nous organisons des « dealers events » pour aller à la rencontre de ces professionnels et leur montrer nos solutions concrètes leurs permettant de mieux s'inscrire dans cette globalisation de l'habitat sur mesure.*

Eric Tiberghien (Salice France) : *Nous nous inscrivons dans ce mouvement de la manière la plus naturelle et logique qui soit : en concevant des produits qui soit moins centré sur la cuisine et qui présentent des solutions globales pour les diverses pièces de la maison. Nos tiroirs permettent ainsi de changer facilement de décor et de matériau en gardant la même plateforme, nos portes coplanaires peuvent être indifféremment utilisées pour dissimuler un ensemble entier de mobilier de cuisine, pour un bahut ou pour un dressing.*

Guillaume Barth (Grass France) : *Après nous être exclusivement concentrés pendant de nombreuses années sur la cuisine, nous partons de plus loin que nos confrères. Notre ambition de nous inscrire dans la transversalité croissante de l'habitat est nourrie par une communication à la fois plus forte et plus pointue vers les agenceurs, notamment au travers de partenariat avec le site d'information culture-agencement.com. Nous éditons aussi de nouveaux catalogues et des sites Internet spécifiquement dédiés aux architectes d'intérieur ou aux agenceurs, et qui mettent en exergue le design de nos produits. Ce dispositif trouve sa concrétisation sur les stands des salons où nous n'exposerons plus seulement nos références, mais des meubles entiers qu'elles rendent plus fonctionnels et esthétiques. Nous défendons ainsi un art de vivre global plutôt que des ferrures isolées. Enfin, notre démarche de transversalité est illustrée par notre tiroir Vionaro aux côtés fin de 13 mm qui, sur la coulisse Dynapro, peut se décliner en différentes version : métal, aluminium ou plus simplement avec un tiroir en bois.*



Grass, tiroirs Vionaro

Culture Cuisine : Quels sujets souhaiteriez-vous voir davantage débattus dans la profession ou abordés par la presse spécialisée ?

Eric Tiberghien (Salice France) : *Il est souvent question de l'optimisation des volumes dans la cuisine et ce thème récurrent a engagé une certaine uniformisation, tant dans les esprits que*



Salice, charnière Air



Grass, charnière Tiomos

*dans le faits. Je souhaiterais donc que la presse aborde davantage les solutions de personnalisation qui sont apportées par les différents acteurs. Ces pistes de différenciation peuvent concerner le design, mais aussi d'autres vecteurs destinés à mieux s'adapter aux différentes typologies de clientèles.*

*Guillaume Barth (Grass France): Je partage pleinement cet avis. J'ajoute que si la presse spécialisée parle régulièrement des produits élaborés par nos différentes entreprises, elle n'évoque pas*

*suffisamment ce qu'on peut faire avec.*

*Jean-Luc Fuchs (Hettich France): La presse nous demande toujours des nouveaux produits, de préférence sensationnels en termes d'innovation. Elle oublie en revanche de s'intéresser à nos autres solutions déjà bien installées sur le marché, mais qui sont moins connues par les fabricants ou les distributeurs de cuisines, et méconnues du grand public, alors qu'elles apportent des avantages importants dans l'aménagement des meubles. »*



Hettich, tiroir Avantech