



La cuisine ne fait pas le moine

Les lieux d'habitations les plus chers n'ont pas forcément les cuisines les plus luxueuses, comme en témoigne un reportage dans un appartement parisien d'une valeur actuelle de 26 250 euros. Ce qui pose questions...

Et l'une d'entre elles n'est pas de savoir quelle est la marque de la cuisine présentée ici, non indiquée lors de ce reportage. Il ne s'agit pas non plus de juger de la qualité esthétique de cet ensemble intégré, ceci demeurant du domaine du subjectif et hors de la réflexion générée par le court sujet diffusé le 13 septembre dernier dans le journal de la mi-journée sur M6.

Celui-ci portait sur les deux îles (La Cité et Saint-Louis) au cœur de Paris, et notamment sur les charmes particuliers des hôtels qui le sont autant et des habitats privés découvrant les leurs au public de la chaîne lors de leur pause prandiale. La caméra de M6 ne s'est en réalité pas attardée sur le plan ci-dessus mais un détail - façon de parler comme on va le voir - a retenu notre attention, nous conduisant à faire cet arrêt sur image par la grâce des box modernes.

Alors que la voix off du reportage et l'incrustation sur l'image révélait le prix pour le moins aérien, d'autres diront astronomique, du mètre carré à la vente de ce logement de 60 m², notre œil de journaliste spécialisé n'a pu s'empêcher de se focaliser sur la cuisine équipée. Les réflexions ont alors fusé *in petto*, comme disent les latinistes et les designers italiens.

Un motif de se réjouir pour la filière cuisine

D'abord, mettre la cuisine au premier - et à vrai dire dans le seul - plan d'un bref reportage sur un lieu d'habitation domestique de ce standing, c'est considérer qu'elle est aujourd'hui le signe statutaire de l'équipement des foyers. Certes, la chose n'est pas nouvelle, mais la filière aurait tort de

bouder cette considération maintenue. On notera au passage que ce n'est pas en qualité de pièce de vie (et non pas "pièce à vivre", expression médiatique plutôt inepte et trop répandue), que la cuisine est montrée ici, puisque aucun occupant n'y figure (ou aucun figurant ne l'occupe, si vous préférez).

Ensuite, et toujours sans porter de jugement sur ses aspects esthétiques, force est de constater que cette implantation de cuisine n'est pas celle que l'on imaginerait de prime abord dans un logement d'un tel prix. Dès lors, plusieurs hypothèses se présentent :

- le propriétaire a préféré investir davantage dans des biens de consommation (voiture, voyage, loisirs dispendieux, etc.) extérieurs à l'appartement ou dans un compte d'épargne ;
- ou bien le propriétaire a préféré investir davantage dans une autre pièce de l'appartement (que, rappelons-le, on n'aperçoit pas dans le sujet audiovisuel)

Dans le premier cas, il s'agit d'une affaire strictement personnelle dont il serait hasardeux de tirer des conclusions sociétales. Nous avons affaire à un homme ou une femme pour qui l'équipement du foyer et la décoration ne sont pas des signes extérieurs de richesse et/ou de statut par rapport à son entourage.

...Mais un des effets pervers de la démocratisation de la cuisine

La deuxième hypothèse est plus problématique, car elle pose la question de la perte pour la cuisine équipée de la valeur symbolique l'associant toujours à la réussite socio-économique de ses propriétaires, avec une correspondance régulière avec l'échelle des revenus (quelle qu'en soit l'origine : salaires, rente, Loto, etc.). Contrairement à ce qu'on pourrait penser en première instance, cette évolution est en réalité l'un des effets pervers de la démocratisation de la cuisine. Pour rappel schématique, avant cette dernière provoquée par le biais des enseignes de distributeur (Spacial Cuisine, Cuisine Plus, Hygena) et de fabricant (Mobalpa, Schmidt), dans la première moitié des années 1980, la vente de cuisines équipées était le fait de marques contemporaines haut de gamme (allemandes et italiennes) par des magasins hyper spécialisés, mais aussi d'artisans pour des marques rustiques françaises (en bois massif à fameux chapeau de gendarme). Dans les deux cas, leur prix les réservait à une partie réduite de la population.

Certains architectes d'intérieur préconisent d'économiser dans la cuisine de l'argent pouvant être dépensé dans les autres (séjour notamment) des beaux appartements parisiens.

La deuxième vague importante de démocratisation a été levée au milieu des années 1990 par l'arrivée d'Ikea en France, qui a profité d'un engouement médiatique sans précédent, rendant « branché » l'achat d'une cuisine suédoise, et *a contrario* n'a pas été pénalisé par la réputation parfois sulfureuse générée par certaines méthodes discutables de vente pratiquées par certains cuisinistes.

Il a fallu attendre une décennie de plus pour que se produise l'effet pervers évoqué ci-dessus, lorsque des acteurs de la filière cuisine ont constaté avec dépit que des architectes d'intérieur préconisaient, certes parfois, mais dans

des proportions pouvant aller jusqu'à 50 % des chantiers des grands et beaux appartements parisiens, de choisir une cuisine Ikea de préférence aux marques de cuisine haut de gamme, voire de luxe. Le motif le plus souvent invoqué était d'économiser dans cette pièce de l'argent pouvant être dépensé dans les autres (séjour notamment). Dix ans ont encore passé, et le motif comme le constat sont restés les mêmes, les marques du tout premier segment déplorant, à l'instar de l'emblématique Poggenpohl, qu'en dépit de quelques commandes à plus de 100 000 €, le panier moyen de vente a baissé au cours des dix dernières années. Comme si le secteur de la cuisine de luxe n'avait toujours pas pensé les plaies de la crise de 2008.

De panser à penser, une seule lettre change. Et de fait, on ne peut qu'encourager une réflexion sur la place réellement accordée aujourd'hui à la cuisine par les populations les plus aisées, comme sur les moyens pour lui redonner son rôle de locomotive dorée⁽¹⁾. Car si la cuisine ne fait pas le moine dans un reportage à la télé française, rien ne prouve qu'elle ne soit plus une valeur cardinale chez les amateurs de bien-être domestique.



- (1) Après tout, la même crise de 2008 n'a pas empêché Apple de vendre toujours plus d'iPhone à des prix toujours plus élevés, les nouveaux modèles présentés en septembre dernier s'échelonnant entre 900 et 1600 €...