

LivingKitchen : Analyse en direct *live* et en *express*

(Triomphe et paradoxe des conquérants allemands)



Aux Saint-Thomas et autres sceptiques (certains diraient autistes) qui douteraient encore de la puissance sans égale de l'industrie germanique de l'industrie de cuisines, la première et très courue édition de LivingKitchen leur permet, jusqu'à dimanche au parc des expositions de Cologne, de venir, de voir et de comprendre. Comprendre pourquoi les acteurs allemands peuvent employer dans les autres pays européens une autre formule sous forme de triptyque, devenue célèbre pour avoir été prononcée par un certain Jules César : *Veni, Vidi, Vici* (je suis venu, j'ai vu, j'ai vaincu). La comparaison avec le conquérant romain n'est, avouons-le, pas totalement gratuite : les halls 4.1, 4.2 et 5.2 peuvent sembler des camps militaires où sont rassemblés, par stands, des divisions en rangs serrés, faisant démonstration des leurs forces, avant de partir en ordre de marche à la conquête des marchés situés au-delà du *limes*, comme s'appelait la frontière romaine. Cette fois, le trajet d'invasion se fait dans l'autre sens et quelques férus d'Histoire antique rappelleront que ce mouvement fait suite à celui des fameux Barbares dont les hordes de Wisigoths et autres Alains, ont fini de désagréger un empire romain déjà décadent.

Au-delà de polémiquer sur une situation identique ou non de l'industrie française de cuisines prise dans sa globalité, on aura du mal à comparer les fabricants allemands à des barbares. Ce qu'ils montrent jusqu'à dimanche à Cologne laisse penser le contraire et révèle même le fossé considérable qui s'est creusé entre les deux côtés du Rhin, en termes de puissance de production, de dynamisme commercial, d'organisation de salon et de capacité à fédérer un engouement autour de la cuisine équipée en tant que marché, que pièce à vivre et qu'objet d'exposition. A l'exception de **Häcker** et de **Siematic**, tous les ténors sont donc réunis à Cologne, mais cette unité est aussi une simple façade comme en témoignent les propos en voix off des responsables lorsqu'on aborde les positions et ambitions sur les marchés d'exportation qui leurs sont vitaux pour nourrir leurs immenses besoins, à commencer par notre pays hexagonal si convoité en raison de son potentiel à couvrir. Car les Allemands y sont devenus leurs propres concurrents, ce qui n'est pas franchement étonnant. Ce qui est paradoxal en revanche, c'est qu'ils entendent y réussir en appliquant une méthode de rationalisation validée par la spécificité de la distribution en Allemagne et qu'ils veulent s'y distinguer en adoptant cette même méthode de manière mimétique et identique*.

Jérôme Alberola

* Pour explications, lire notre article « *Des caissons et des fabricants allemands en suspens* » en rubrique *Plats de consistance* de ce 21 janvier.