

Qui sont les cuisinistes ?

Regard sur une activité méconnue

Décorateur, menuisier ou agenceur ? Homme de métier ou distributeur juste intéressé par sa marge ? Professionnel honorable ou escroc potentiel ? Qui va-t-on rencontrer lorsque l'on va franchir la porte d'un magasin de cuisine ? Une question qu'il est raisonnable de se poser, avant d'entreprendre toute démarche conduisant à un investissement fortement impliquant en matière de temps, de finances et de cadre de vie.

« **C**uisiniste : nom masculin. Fabricant et installateur de mobilier de cuisine. » C'est la définition que donne le petit Larousse. Sur le web, Mediadico reste proche de cette version en indiquant qu'il s'agit du « nom donné à celui qui fabrique du mobilier de cuisine et qui l'installe. » Toujours sur le web, le rédacteur de l'article sur Wikipedia nous donne une explication légèrement différente et plus fournie : « Le mot cuisiniste est un néologisme. Il a été inventé par le publicitaire Jacques Boussigué et popularisé (...) à partir de 1977. Le cuisiniste est avant tout un concepteur et un aménageur de cuisines. Il possède des compétences commerciales ainsi que techniques. (...) Le cuisiniste est un conseiller. Il reçoit ses clients et les assiste dans leurs choix. Mobile, il se déplace aussi chez ses prospects pour relever des cotes qui lui permettront de travailler son implantation et proposer un devis adéquat. (...) Le cuisiniste est aussi un concepteur et un dessinateur qui, en fonction des désirs du client (choix du style : design, classique ou traditionnel) et des contraintes (pièce existante ou pas, budget prédéfini par le client, temps imparti et possibilités d'aménagement en meubles et appareils ménagers) élabore un plan de la future cuisine. De plus en plus de cuisinistes utilisent des logiciels DAO (Dessin assisté par ordinateur) qui permettent au futur acheteur de visualiser dans l'espace en 3D sa future cuisine. » Cette dernière explication est plus ancrée dans la réalité professionnelle que celle des dictionnaires grand public qui ne font pas la différence entre fabricants de meubles de cuisine et installateurs. Mais il faut bien dire que pour l'écrasante majorité du public, du moins celui qui a entendu parler de ce néologisme jargonneux, les choses ne sont pas claires. C'est normal car l'évolution historique a vu apparaître plusieurs formes de commercialisation de la cuisine.

Les origines du métier

À l'origine, fabrication, conception et pose de la cuisine ont été concentrées entre les mains d'un seul professionnel qui était tout simplement un menuisier. Dans les années 1950 cependant, des entreprises qui s'étaient peu à peu spécialisées dans la production de buffets de cuisine ont peu à peu étendu leur activité aux meubles par éléments mis au point juste avant la Deuxième Guerre mondiale par les architectes européens, principalement en Allemagne, France, Belgique et Scandinavie. Au tournant des années

1950-60, certains menuisiers, dont une partie s'était elle aussi spécialisée dans la cuisine, ont alors abandonné la fabrication des meubles pour se concentrer sur la conception et la pose. L'évolution s'est faite si progressivement qu'il a fallu attendre la fin ? des années 1970 pour que ce nouveau type de spécialistes devienne visible et puisse être nommé cuisinistes. L'utilisation du suffixe « iste » est rare dans le monde du commerce. Il se place dans la catégorie des spécialistes comme garagiste, éclairagiste, paysagiste... Il n'a rien à voir en revanche avec les « istes » qui adhèrent à une idéologie, une thèse ou un concept en « isme » (communiste, capitaliste, islamiste, fauviste, nudiste, jemenfoutiste...) Le mot cuisiniste s'est donc appliqué à un professionnel qui, s'il conçoit et installe effectivement des cuisines, ne fabrique cependant pas les meubles et les autres éléments servant à son commerce, cette activité étant détenue par des fabricants de meubles de cuisine.

Le tournant des années 80

Tout aurait été pour le mieux dans le meilleur des mondes si le succès de la cuisine dans les années 1980 n'avait attiré de nouveaux investisseurs et entraîné la création d'une espèce de magasins sans racines dans le monde artisanal et architectural des origines, car ils appartenaient à cette nouvelle génération de petites et moyennes surfaces spécialisées alors très à la mode (comme les spécialistes du salon ou... salonistes dans l'ameublement). Citons parmi les plus connues Vogica, Spacial, Cuisines Plus, Hyper Cuisines. Chez ces nouveaux venus, la technique de vente a primé sur le savoir-faire. Une technique de vente qui en outre n'était pas forcément des plus honnêtes puisqu'elle s'inspirait, entre autres, de celle des vendeurs de salons. Conséquence encore plus négative, elle a pollué les pratiques des grands fabricants qui à l'époque ont développé leurs propres réseaux de distribution sous une marque enseignée. Le résultat a donc été catastrophique et a généré nombre de critiques et d'enquêtes à l'encontre des cuisinistes. Évidemment, les « cuisinistes à l'ancienne », aux pratiques professionnelles confirmées et honorables, ont choisi de réfuter une appellation professionnelle trop entachée d'opprobre. Problème, aucune appellation générique efficace n'a été trouvée, malgré d'honorables tentatives comme agences de cuisines, vendeurs-concepteurs de cuisines, etc. Depuis, le trouble s'est accru avec le dévelop-

pement d'une grande distribution, allant d'Ikea à Darty. Aujourd'hui, il serait difficile de ne pas employer le mot cuisiniste et de ne pas l'appliquer à quiconque est spécialisé dans la commercialisation des cuisines. Même le gros rayon de magasins Ikea ou Darty peut être considéré comme cuisiniste, avec des « vendeurs cuisinistes ». Mais alors comment faire le bon choix au sein de cette offre ? Et quelles prestations peut-on attendre de ces différents cuisinistes puisqu'il faut bien les appeler ainsi ?

Trois catégories et leurs exceptions

La première catégorie est simple à définir. C'est la **grande distribution des Ikea, Lapeyre, Conforama, But...** Par essence, elle n'est pas spécialisée, mais elle dispose d'un rayon cuisine où s'affairent des vendeurs dédiés. Plus ou moins formés et qualifiés, ils s'aident le plus souvent de logiciels de conception. Ces chaînes proposent des gammes de produits assez courtes, souvent en kit, ne permettant pas la réalisation d'aménagements raffinés ou même réellement sur mesure. La pose (l'installation) n'est pas prise en charge directement, mais doit être prise en charge par le client par une entreprise spécialisée dans ce domaine (en général, un menuisier). C'est donc ici l'univers des premiers prix qui correspond à des budgets compris entre moins de 1 500 € et moins de 4 500 €. Toute généralisation étant discutable par essence, il faut signaler que Darty, bien que non spécialiste, dispose de vrais concepteurs et surtout prend totalement en charge la responsabilité de la pose. Difficile donc de placer Darty dans le domaine du premier équipement. Par son offre de produit et services, il se situe nettement dans la catégorie suivante des cuisinistes purs.

La deuxième catégorie de cuisinistes pose plus de problèmes car elle est un peu fourre-tout. Il s'agit cette fois de purs spécialistes, même s'ils présentent souvent une offre complémentaire de salle de bains et de rangement, auxquels le nom de cuisinistes va comme un gant. Ce sont **des magasins indépendants, mais réunis sous une seule marque** avec laquelle ils sont liés par un contrat de franchise ou de concession. S'y trouvent en effet des réseaux de marques de distribution (Cuisines Plus, Ixina, Aviva...) et de marques « industrielles » développés par des fabricants de meubles de cuisine (Schmidt, Mobalpa, Cuisinella, Pérène, Arthur Bonnet...). Une présence généralement située dans une zone commerciale extra-muros est l'autre facteur commun. Ce n'est cependant pas toujours le cas des magasins de marques industrielles. Les points de vente de cette catégorie ont des surfaces dites moyennes, comprises entre 200 et 500 m² et des équipes de vente assez fournies. Ce qui les différencie tient d'abord à la pratique professionnelle. Le niveau de savoir-faire des vendeurs-concepteurs est souvent en moyenne meilleur au sein des magasins de marques industrielles. Mais attention, il varie aussi d'un magasin à l'autre d'une même marque et bien souvent d'un vendeur à l'autre au sein d'un même point de vente. Normalement, ces magasins prennent en charge la responsabilité de la pose. Il est toutefois toujours intéressant de vérifier qu'elle figure dans le contrat de vente. En termes de produits, le mobilier

n'est jamais en kit. L'offre des marques industrielles atteint un excellent niveau de qualité, de cohérence et de diversité (richesse dimensionnelle, de l'équipement et du décor) et se prête à des réalisations en véritable sur-mesure ; elle est en effet pensée par les bureaux d'étude d'un unique fabricant. En revanche, les enseignes de distribution qui s'appuient sur plusieurs marques doivent gérer une offre hétérogène issue de plusieurs fabricants. Pour toutes ces raisons, au sein de ces réseaux que l'on situera plutôt dans un milieu de gamme allant de 4 500 à 10 000 €, les magasins de marques industrielles travaillent sur des budgets généralement plus élevés que ceux qui appartiennent aux enseignes de distribution. En effet, certains concessionnaires de marques industrielles se placent en réalité dans la catégorie des cuisinistes traditionnels que nous allons examiner ci-dessous. Comme Darty fait figure de cas à part dans la grande distribution, Hygena entre difficilement dans cette catégorie de cuisinistes purs. C'est bien un spécialiste de la cuisine (avec une offre complémentaire en salle de bains et rangement) installé dans une moyenne surface située en zone commerciale. En revanche, ses magasins sont les succursales d'un même groupe, vendent du kit et proposent les mêmes services que la grande distribution. En schématisant beaucoup, on pourrait dire qu'il y a un même rapport entre Hygena et Ikea qu'entre Lidl et Carrefour.

Troisième et dernière catégorie, les **cuisinistes haut de gamme, agenceurs ou encore spécialistes du sur-mesure** qui sont les professionnels « à l'ancienne » ou traditionnels ou leurs descendants. Difficile de leur donner un nom précis, d'autant plus qu'ils sont très nombreux à réfuter le terme de cuisinistes. Il s'agit souvent d'entreprises installées en centre-ville, à proximité des autres magasins consacrés au luxe, dans des surfaces plutôt petites que moyennes. Ils se présentent sous leur propre patronyme ou le nom de leur entreprise, souvent familiale, même s'ils font figurer assez souvent une ou deux marques de mobilier de cuisine. Certains sont distributeurs exclusifs d'une marque, mais ils ne sont pas liés par contrat avec cette dernière dans le cadre d'un réseau. Leur indépendance fait partie de leur philosophie commerciale. Leur point fort, c'est le savoir-faire. Ils accordent ainsi beaucoup de soins et de temps à la conception, puis au suivi du chantier. Leurs conseils vont parfois au-delà de la seule cuisine et concernent aussi la décoration et l'architecture d'intérieur. L'évolution de la distribution les a spécialisés dans les budgets importants, haut de gamme, aujourd'hui situés au-dessus de 7 000 €, ce qui n'était pas toujours le cas à l'origine.

Même en tentant de simplifier à l'extrême le tableau de la distribution spécialisée en cuisine, il est impossible de ne pas rendre une ambiance impressionniste. Les frontières d'une enseigne à l'autre ou d'un magasin à l'autre ne sont jamais clairement marquées. Pour le consommateur, c'est une source de confusion qui l'oblige à rester prudent. L'achat d'une cuisine reste ainsi une aventure, avec ses charmes, ses pièges et ses récits enchantés ou déçus...

Éric Chevalier