

Maison & Objet : une image de marque à la conjoncture qui résiste

Malgré une fréquentation et un climat d'affaires en-deçà des attentes, la récente session d'été de Maison & Objet a fait étalage du haut niveau qualitatif de la manifestation : son esprit de créativité et de mise en scène ont été au rendez-vous, notamment dans les secteurs à forte image que sont Côté Déco, Outdoor-Indoor et Scènes d'Intérieur.



Peut-être attendait-on trop de la première édition de Maison & Objet réunie avec Meuble Paris : du 3 au 7 septembre dernier, à Paris Nord Villepinte, la nouvelle dynamique espérée n'a pas été au rendez-vous. Le premier constat établi par l'ensemble des exposants est celui d'une fréquentation en baisse par rapport à l'édition de septembre 2009. Dès le vendredi d'ouverture, chacun a bien senti que l'élan de fréquentation des grandes éditions n'était pas au rendez-vous, une impression qui s'est confirmée pendant la journée de samedi. Les journées

de dimanche et lundi, ont semblé-t-il, être meilleures sur le plan du visitorat, mais la journée de mardi, plombée par la grève des transports en commun, n'a fait que refermer la manifestation sur une note de frustration du côté des exposants. « *L'élément dominant du Salon reste pour nous le manque de fréquentation, et le manque d'enthousiasme des acheteurs*, déclare Bernard Bertet, le directeur général de Marais International, fabricant de meuble de complément contemporain. *Nous constatons que beaucoup de nos distributeurs, notamment des grandes enseignes traditionnelles*

et contemporaines, ne viennent plus à Villepinte en septembre. » Sur le stand du fabricant de meuble classique Grange, qui exposait pour la première fois en septembre, on constatait aussi une certaine défection : « *Nous avons reçu moins de clients, en particulier du côté des étrangers, qui ont l'habitude de venir en janvier*, a ainsi expliqué le président du directoire Philippe A. Mayer. *D'autre part, ceux qui viennent restent moins longtemps.* » Même son de cloche sur le stand de Sifas, marque française de prestige pour le mobilier Outdoor-indoor : « *La fréquentation a été en baisse,*

tandis que le nouveau hall et la réunion des deux Salons auraient dû générer plus de flux, d'autant plus que le dynamisme de notre marché ne faiblit pas, constate Frédéric Armadori, directeur général de l'entreprise. *A l'issue du Salon, nous n'entrevoions pas de progression par rapport aux commandes engrangées l'an passé.*»

Conjoncture peu favorable et perte des repères

Tout le monde s'accorde à reconnaître que la conjoncture est peu favorable, depuis deux petites années, aux salons professionnels. Les affaires étant actuellement difficiles, les magasins ont du stock, et leurs dirigeants sont peu enclins à engager des dépenses importantes quand elles ne sont pas indispensables : les coûts de transport et d'hébergement sont élevés, et s'additionnent quand il faut couvrir un Salon de cette dimension à plusieurs, ce qui explique aussi pourquoi la durée des déplacements a tendance à se réduire. La grève du mardi 7, annoncée à grand fracas dans la presse, a sans doute aussi découragé bon nombre de visiteurs, notamment ceux qui viennent de loin. D'autres facteurs ont également pu jouer en défaveur de la fréquentation, comme la nouvelle politique

d'admission au Salon : les visiteurs étant, depuis l'an passé, « bipés » à la sortie, il n'est plus possible de « partager » son badge à plusieurs, ce qui a l'effet vertueux de renforcer la qualification du visitorat, mais réduit mécaniquement le flux global de visiteurs. Il faut donc sans doute oublier les « marées humaines » d'il y a quelques années, au profit d'un public plus ciblé mais plus limité, ce qui est globalement plébiscité par les exposants qui travaillent d'abord avec les professionnels, distributeurs et prescripteurs. Parmi les facteurs conjoncturels, il faut aussi ajouter la tenue d'Equip'hotel, le Salon de l'hôtellerie et restauration au mois de novembre, qui réunira une offre importante en mobilier et décoration, et a pu capter une partie des prescripteurs coutumiers de Maison & Objet, positionnés sur le contrat et soucieux de limiter leurs déplacements.

Il se peut aussi que le Salon lui-même, et sa nouvelle configuration, aient dérouté un certain nombre d'acheteurs. C'est ainsi que certains exposants de meubles haut de gamme ont relevé la présence, à proximité de leur stand, de produits sans rapport avec les leurs, plus proches de l'accessoire que de l'objet de décoration, ce qui crée un sentiment de confusion chez les visiteurs. Les avis sont aussi très partagés sur la présence de produits comme les voitures – fussent-elles de prestige – sur un Salon positionné sur la maison. Enfin, si l'agrandissement du parc des expositions de Villepinte, avec le

nouveau hall 7 de 15 000 m², est considéré par tous comme une très bonne chose – notamment parce qu'il permet la réunion de Maison & Objet et Meuble Paris – il crée aussi un risque de gigantisme, et de perte de repères pour les visiteurs. Il serait donc souhaitable aux yeux de certains de clarifier l'offre au maximum, et d'améliorer la lisibilité du Salon, afin d'optimiser la visite des acheteurs, en quête d'efficacité en raison de leurs séjours plus courts.

Des temps forts qui font recette

Malgré ces contre-performances conjoncturelles, Maison & Objet campe sur les fondamentaux qui ont fait de lui un salon de référence au plan mondial. Il s'agit notamment d'un rendez-vous essentiel pour l'image de marque, où on peut faire état de ses orientations stratégiques : « *Etant donné la perte de vitesse de notre marque de mobilier traditionnel, Couleurs des Alpes, nous avons décidé de nous recentrer sur celle qui a le vent en poupe, et d'exposer nos nouveautés contemporaines de la marque Zago* », explique ainsi Thierry Favre, le directeur général de Alpes Développement. Au-delà, Maison & Objet réunit aussi un ensemble de pôles connus et reconnus qui continuent de faire recette. C'est ainsi que les fabricants ébénistes de mobilier classique haut de gamme se félicitent du pôle produit qu'ils forment dans Côté

Déco, dans le sillage du superbe stand proposé par Artcopi. Accessoirisé de façon spectaculaire en partenariat avec Objets de curiosité, ce stand n'a pas désempé, grâce à un emplacement qui demeure inchangé, quelles que soient les évolutions de la manifestation. Et l'ensemble du pôle en profite : « *Nous avons très bien travaillé, en particulier les deux premiers jours* », se félicite Eric Machard, dirigeant de Côté Design, fabricant de mobilier déco aux finitions créatives, situé à quelques encablures. Dans le même périmètre, le stand très « cosy » de Grange a aussi permis de présenter les nouveautés et de communiquer sur l'image de l'entreprise : « *Nous avons reçus nos clients, qui se sont montrés satisfaits par notre exposition, commente Drazen Babic, directeur général de l'entreprise. Une partie de nos objectifs est donc atteinte, même si le visiorat a été plus faible et les commandes moins importantes que lors de l'édition de janvier.* »

Autre temps fort de Maison & Objet, le secteur Outdoor-Indoor s'est installé comme un rendez-vous de prestige pour les grands marques du secteur : aussi bien les spécialistes de ce marché – Fermob, Sifas, Emu, Ego, Kettal Gloster... – que les éditeurs qui s'y sont intéressés plus récemment en raison de son essor comme B & B Italia, rivalisent d'effort pour proposer des stands conceptuels et créatifs. Mieux : bon nombre d'entre eux choisissent ce rendez-vous pour présenter leurs nouveautés en exclusivité, comme c'est le cas de B & B Italia Outdoor, qui a lancé la version pour l'extérieur du système de canapé Charles d'Antonio Citterio, qui adopte pour l'occasion une structure et un piétement en aluminium, et un habillage extérieur en bandes de polyester entrelacées. « *Ce salon dans le Salon est devenu une référence, commente Frédéric Armaroli (Sifas), qui attire quoi qu'il arrive des acheteurs importants, notamment à l'export. C'est ainsi que, le mardi de la grève, nous avons peu de visiteurs mais tous très motivés, avec des commandes de plusieurs containers à chaque fois.* » L'entreprise a elle aussi lancé en exclusivité son nouveau produit, la ligne de table, chaises et bain de soleil Kwadra (design RMP Associates), qui est une synthèse entre un design minimaliste et chic, une qualité de fabrication haut de gamme et un prix abordable.

Enfin Scènes d'Intérieur, qui bénéficie désormais de l'architecture éclairée du nouveau hall 7, continue de mettre en valeur les grands noms

de l'édition internationale – Roche-Bobois, Kenzo Maison, de Kercoet, Interni Edition... - avec des stands aux dimensions parfois impressionnantes, comme celui de Flamant. Ce secteur est aussi une rampe de lancement pour les nouveautés produites, à l'image de la nouvelle

collection signée de Jean-Paul Gaultier pour Roche-Bobois, qui synthétise à elle seul l'esprit de Maison & Objet, situé à mi-chemin entre le savoir-faire des fabricants et éditeurs de meubles, et le grain de folie du monde de la mode.

F.S.

Now ! design à vivre, un concentré de créativité

Déplacé dans le nouveau hall 7, Now ! Design a réuni une offre éclectique de mobilier de complément, luminaires et objets de décoration de créateurs. Rappelons que ce secteur du Salon accueille un nombre beaucoup plus important d'éditeurs de mobilier meublant design, notamment italiens, lors de la session de janvier de Maison & Objet. Les éditeurs alternatifs, l'une des marques de fabrique de Now ! Design, ont cependant répondu présent, dont plusieurs représentants de la jeune création française. C'est le cas de Moustache, un nouvel éditeur qui a vu le jour en 2008, et qui met à contribution la nouvelle création française – Matali Crasset, Inga Sempé, François Azambourg... – avec l'objectif de se positionner « *entre le très haut de gamme et la standardisation.* » Autre éditeur français de création récente, Petite Friture – qui a fait parler de lui avec la très belle suspension Vertigo de Constance Guisset – a lancé sur le Salon sa collection n°2. Parmi les nouveaux talents qui s'y expriment, Jean-Charles Amey signe le bougeoir Grandissant, qualifié de « *candélabre organique* », et Edward Robinson les vases Ikebana en céramique, un hommage à l'art japonais de la composition florale. Pour l'éditeur belge Vange, la créativité se traduit notamment par la chaise pliante Desile, obtenue par une seule découpe numérique dans du multiplis de bambou, qui se replie en un clin d'œil pour retrouver la forme initiale d'une planche. Mais Now ! Design, c'est aussi une offre venue de tous les horizons, comme le montre la présence du collectif de design [taiwanais] Yii, qui se fixe pour but de s'appuyer sur la richesse de l'artisanat de ce pays pour produire des objets de design à la fois innovants et utilisant les matériaux locaux et renouvelables comme le bambou.



Lampe de table Fold Up (Bertjan Pot), table La Belle et le clochard et chaise à trois pieds Petite Gigue (François Azambourg), édités par Moustache.



Vases Ikebana, design Edward Robinson pour Petite Friture.



Tabouret haut en bambou de la collection Yii Crafts and Design from Taiwan.



Chaise Desile design Christian Desile pour Vange. Robison pour Petite Friture.



Nouvelles propositions de fauteuils, tables basses avec LEDs chez Marais International.



La collection Jean-Paul Gaultier en vedette sur le stand Roche-Bobois



Nouvelle collection Kwadra (design RMP Associates) de Sifas.



Fermob : un stand sous le signe de la couleur.



Un stand Artcopi très déco, accessoirisé par Objets de curiosité.

EN BREF

Entendu sur le Salon

Grange lance un outil virtuel d'aide à la vente

Le manufacturier de Saint-Symphorien-sur-Coise lance un programme virtuel à destination de ses partenaires distributeurs. Il permettra aux clients de visualiser en magasin les mobiliers dans un grand nombre d'aménagements et de finitions différentes, avant l'achat.

Sifas édite son catalogue contract

Désireux d'accroître la part de son chiffre d'affaires dans l'hôtellerie restauration, l'éditeur de mobilier outdoor haut de gamme Sifas lance son premier catalogue spécialement destiné aux acheteurs de ces marchés.

Fermob obtient la certification ISO 14 001

Fabricant français de référence du mobilier outdoor en métal, Fermob a obtenu en mars 2010 la certification ISO 14001, qui est venue couronner le management environnemental mis en place par l'entreprise depuis de longues années, et son engagement dans un progrès continu dans la maîtrise des impacts de l'activité industrielle sur l'environnement.



Console Auzérie avec plateau en pâte de verre : Grange s'essaie au contemporain.



Collection Cosmos et teck, finition sablée, de Zago