



FOIRE DE PARIS

Pas si slow...

Slow : un mot d'ordre pas facile à respecter sur un événement tel celui de la Foire de Paris ! Et pourtant, l'équipe de Marie-José Post parvient une fois encore à faire rimer commerce et convivialité. Bref, 2011 est un bon crû pour le plus grand salon d'Europe dédié à l'univers de la maison...

SALONS



Le podium de l'innovation sélectionnait cette année une vingtaine de produits et mixait marques leaders et marques de moindre notoriété.

Alors qu'elle vient de fêter sa 107^e édition, la Foire de Paris est loin d'être une vieille dame. Bien au contraire, elle s'impose plus que jamais en événement commercial et festif référent en Europe. De fait, sur plus de 220 000 m², elle offre toujours plus d'espaces d'inspiration, d'innovation et de rencontre entre quelque 3 400 exposants et 600 000 visiteurs. *« Plus que jamais en phase avec son époque, la manifestation a tenu cette année à redimensionner ses espaces pour donner au public le temps auquel il aspire »*, rappelle Marie-Josée Post, Directrice de l'événement. Et ça marche ! Conscients de la valeur ajoutée que la Foire peut leur apporter, les visiteurs sont ainsi 45 % à répondre indéfectivement présents chaque année, 80 %

à être déjà venus et 90 % à affirmer vouloir revenir d'une année sur l'autre. D'où l'importance pour les organisateurs de bien connaître le visitorat afin de mieux répondre à ses attentes. Résultat, cette année, c'est une question bien contemporaine qui est sur la sellette – pour des réponses qui ne le sont pas moins ! –, à savoir notre rapport au temps, au stress et à la communication alors que tout s'emballe aux quatre coins du globe. Vaste programme ! Oui, mais pas pour la direction de la Foire de Paris...

« Les transports, l'information, le travail, les technologies, les modes, la vie... Tout s'accélère ! », décrit Marie-Josée Post. Et de préciser, *« Face à ce rythme infernal, la mouvance slow est en train d'inverser la tendance.*

Ainsi un nouvel art de vivre émerge, fait davantage d'harmonie et d'alternance, avec des moments pour aller vite et d'autres pour consommer juste. Parce que chacun souhaite plus que tout retrouver le temps de prendre son temps. »

Electroménager en pointe !

Slow, mais pas trop toutefois... Avec ses quelque 140 000 mètres carrés de surface d'exposition dédiés à la maison et à l'environnement, cette édition était une fois encore pour plus de 600 000 personnes l'occasion de faire un maximum d'affaires en un minimum de temps. Objectif d'ailleurs parfaitement atteint si l'on en croit Marie-Josée Post. *« Cette année, le visiteur a à nouveau pu bénéficier d'offres commerciales inégalées autorisant à la fois un choix raisonné et intelligent »*. Slow & Big aussi... Forte de son succès, la partie de la foire consacrée à la maison ne cesse en effet de s'agrandir chaque année. Lentement mais sûrement. *« La Foire de Paris, c'est ainsi le plus grand salon de la maison d'Europe »*, confirme Nelly Le Pautremat, Directeur du pôle Maison de l'événement. Une offre toujours plus étendue mais également qualitative. Parmi les différents univers de la maison représentés, ceux de la cuisine, de la salle de bains et de l'électroménager, tendent ainsi à monter en gamme. Résultat, le panier moyen tend à progresser. Et ce, même si les innovations mises en avant par les quelque 200 marques présentes pouvaient paraître aussi raisonnées que raisonnables... La partie du salon dédiée à l'électroménager faisait toutefois preuve d'un réel dynamisme. Rien d'étonnant à cela quand on sait qu'en 2010, le marché de l'électroménager a largement augmenté ses ventes avec 15 millions d'appareils de gros électroménager et 40 millions de produits de petits ménagers vendus. Bref, le pôle électroménager de la foire se fait en 2011 le parfait reflet d'un secteur en bonne santé. Le chiffre d'affaires 2010 du marché s'établit en effet à 7,5 milliards d'euros, soit une hausse de 2,6 % par rapport à 2009. A noter que participant très largement à cette croissance, le petit électroménager,

Trois questions à Nelly Le Pautremat, Directeur du pôle Maison de la Foire de Paris



On note indéniablement depuis 2 ou 3 ans une montée en gamme de l'offre sur le pôle Maison de la Foire, quels sont les moyens mis en avant pour impulser cette évolution qualitative ?

Il est vrai que nous travaillons dans ce sens depuis plusieurs années. La première tâche à laquelle nous nous sommes attelés pour impulser cette montée en gamme a été de renforcer l'identification de chacun des univers représentés. Ensuite, il s'est agi de mettre en place une certaine cohérence de l'ensemble, celle-ci passant notamment par l'emplacement géographique de chaque univers. Il était par exemple logique de placer la salle de bains à côté de la cuisine, mais pas trop loin non plus des exposants évoluant sur le secteur de

la rénovation, le tout devant constituer un parcours logique pour le visiteur. Enfin, une fois ce travail réalisé, il semblait logique de faire preuve de davantage d'exigence sur le choix des exposants, mais également de créer une certaine émulation afin que chaque marque présente fasse preuve d'une démarche qualitative quant à l'offre présentée et à sa mise en scène sur le stand. Au final, on peut dire qu'aujourd'hui, nous avons atteint une certaine partie de nos objectifs sur ce point.

Tout en misant sur une offre plus qualitative, vous parvenez à conserver la popularité et même le caractère "bon enfant" de l'événement...

Justement, en travaillant sur la qualité de l'offre et notamment sa qualification, nous l'avons rendu plus lisible. Ce qui permet davantage de fluidité de la circulation des visiteurs et au final de faciliter rencontres et échanges sur l'événement. En outre, monter en gamme, n'interdit pas de travailler l'aspect festif de la manifestation, bien au contraire... D'autant que les exposants eux-mêmes participent de la composante ludique du salon, ne serait-ce qu'au travers des démonstrations sur les stands. Enfin et surtout, nous tenons à ces deux aspects de la Foire de Paris. C'est pourquoi nous travaillons conjointement le contenu qualitatif et le contenu festif de l'événement.

Enfin, quels sont les projets de Comexposium pour la prochaine édition ?

Avant la prochaine édition en 2012, il y aura à la rentrée 2011 la Foire d'Automne que Comexposium vient de racheter. De l'ameublement à l'électroménager, en passant par la salle de bains, nous présenterons sur deux halls dans le pavillon 7, tous les univers de la maison. Dans ce sens, la Foire d'Automne sera en quelque sorte la petite sœur de la Foire de Paris... Au-delà, nous avons déjà quelques idées de développement pour 2012, notamment sur l'univers du jardin sur lequel nous avons rencontré un beau succès cette année. Ce marché fera donc partie des secteurs de la maison que nous allons particulièrement travailler pour la prochaine édition. Enfin, 2012 devrait accueillir encore plus d'innovations et ce, sur tous les univers de la Maison...

particulièrement dynamique, progresse de 5 % en valeur sur la même période.

Laver plus vert

Comme en témoigne la Foire de Paris en 2011, le gros électroménager n'est toutefois pas en reste. Les innovations réalisées par les fabricants, ainsi qu'une légère baisse des prix encouragent la reprise des ventes en 2010. Ainsi, les appareils de lavage, (lave-linge et lave-vaisselle), étiquettes A+ sont plébiscités pour leur moindre impact sur l'environnement et représentent désormais plus d'un tiers des ventes en volume. Mieux encore, les nouvelles classes A++ et A+++ sont en passe de devenir les nouveaux standards du marché. On pouvait ainsi découvrir cette année sur le podium de l'innovation le lave-linge i-dos de Bosch. De classe A+++ , celui-ci détecte le poids du linge, le type de textile et le degré de salissure et délivre la dose ad hoc de lessive et d'adouccissant. Résultat, pas de rinçage inutile et des cycles de lavage raccourcis ! En aval, on remarque que les sèche-linge, énergivores il y a encore 10 ans, peuvent eux aussi désormais se prévaloir de performances environnementales. Les appareils classe B représentent ainsi plus de 30 % du marché, et ceux de la classe A réalisent une vraie percée.

Qu'il est beau, mon Pem !

Sur le petit électroménager, effet post crise oblige, la forte demande du « fait maison » dynamise le marché. 97 % des Français font ou ont ainsi dans leur foyer quelqu'un qui cuisine, et 84 % des Français utilisent pour ce faire au moins un appareil de petit électroménager, soit environ 39 millions de personnes... 3 valeurs président à ce succès : la volonté d'une alimentation saine, le plaisir de cuisiner et la convivialité de partager avec sa famille et recevoir ses amis. Enfin, esthétiques, multifonctionnels, économes en électricité et rapides en utilisation, les appareils tendent à rester en permanence en place sur le plan de travail pour un usage presque quotidien.

Suite page 89



Bref, le Pem, à l'image du micro-ondes Spoutnik de Brandt, Grand Prix du Design du podium de l'innovation, ne se cache plus ! « Nous avons cherché la rupture esthétique en travaillant dès le départ sur une forme ovoïde ; une réflexion a également été engagée par nos services R&D sur les couleurs. D'où du violet, du orange, du vert... et du bleu pour les plus récalcitrants au changement », argumente Mauricio Del Puerto, Responsable de la communication FagorBrandt.

Pas de bling-bling toutefois, car « la tendance 2011 en matière d'innovations est avant tout marquée par un retour à la valeur d'usage et à la simplicité », souligne Vincent Grégoire, Président du jury du Grand Prix de l'innovation. A cette nouvelle tendance correspond ainsi un nouveau type de consommateur plus vigilant...

Attention, consommateur vigilant...

Bien repérable parmi les visiteurs de cette foire 2011, ce consommateur, bien décidé à ne plus se laisser berner par les fausses promesses des marketeurs, se donne désormais les moyens de contrôler le bien-fondé d'innovation majoritairement éco-responsable. Curieux et davantage expert, il plébiscite les innovations « vertes » à la condition expresse que celles-ci correspondent à de réelles nouveautés et permettent effectivement de réaliser des économies d'énergie. Résultat, ce consommateur averti apprécie les réfrigérateurs les plus récents disposant de fonctions avancées comme celle, par exemple, permettant d'éteindre le réfrigérateur en laissant le congélateur en marche et d'économiser 30 % d'énergie...

Afin de répondre aux attentes de ce consommateur particulièrement vigilant, certains industriels vont plus loin que d'autres. C'est le cas de Siemens avec son réfrigérateur Cool Efficiency, Grand Prix de l'Environnement du podium 2011 de l'innovation. « Nos services R&D ont axé leurs efforts sur la mise en place d'un nouveau système de répartition du froid brassant l'air de haut en bas ; parallèlement, les circuits de refroidissement, l'isolation et la capacité de rangement

Vincent Grégoire, Président du podium de l'innovation

Halte au sensationnalisme !



A l'image du salon, la tendance va cette année à des innovations plutôt slow. Pas de forts bénéfiques produits, mais des innovations douces sur lesquelles on économise matières, temps et argent. Bref, on est pas sur des produits gadgets ou amusants, mais sur des nouveautés qui viennent réellement répondre à des besoins et donc forcément coller aux attentes du consommateur d'aujourd'hui.

Cette tendance concerne l'ensemble des innovations du moment mais également une partie de l'offre présentée sur la Foire de Paris qui tend nettement à monter en gamme cette année. Résultat, l'événement répond plutôt à la tendance du moment en se positionnant comme une manifestation dans l'air du temps avec une offre à la fois qualitative et accessible.

Slow green...

La Foire a par exemple pris cette année la problématique environnementale à bras le corps. C'est important car après avoir tardé à se positionner sur ce problème, les industriels axent désormais une large partie de leur discours sur le respect de l'environnement. Trop parfois avec les débordements et les dérives que l'on connaît au travers du phénomène de "green washing" par exemple. Il ya donc urgence en la matière et il est temps de prendre aujourd'hui la contrainte environnementale pour ce qu'elle est, à savoir un défi à relever qui nécessite la mise en œuvre de réels moyens. D'autant que l'Europe et les Etats-Unis ne sont plus les seuls sur ce terrain. C'est en effet en Chine et en Inde où les programmes universitaires sont développés en étroite collaboration avec les industriels, que l'on peut voir aujourd'hui les innovations les plus pertinentes en matière d'environnement.

En clair, il y a aujourd'hui un nouveau modèle de développement à inventer et surtout un juste milieu à trouver, entre le tout technologique et le tout environnemental ».

ont été optimisés. Résultat, le Cool Efficiency consomme moins qu'une ampoule de 20 watts », explique Mathieu Clodong, Chef de produit froid de Siemens.

Cuisine : le chaud fait son show !

Si le froid fait ainsi un grand bond en avant sur cette édition 2011 de la Foire de Paris, la cuisine — 3^e pièce préférée des Français selon la dernière étude de l'Ipea — n'est pas en reste et demeure plus que jamais organisée autour du pôle central de la cuisson.

L'innovation va d'ailleurs dans ce sens... Le Four Green Generation de Whirlpool décroche ainsi cette année le Grand Prix de la Technologie. « Ce four est équipé de la technologie Starclean, un nouveau mode de nettoyage à la vapeur d'eau ; résultat, 30 minutes et 90 °C, au lieu de 500 °C, suffisent pour faire disparaître toute trace de salissure », commente Jeanne Nicolay, Directrice des marques et de l'innovation. A noter également, la table Full Zone de Gaggenau qui, grâce à ses 48 inducteurs indépendants, offre à l'utilisateur une flexibilité totale



SALONS



Le stand Siemens axait son offre sur le développement durable.

de la zone de cuisson. « Les ustensiles de cuisson sont automatiquement détectés et chauffés précisément à l'endroit où ils se trouvent, la table repère le déplacement et transfère les réglages », explique Valérie Rousseau, Directrice de la communication du groupe BSH. Bref, le secteur de la cuisson se porte bien et tire en amont l'ensemble de l'univers de la cuisine y compris celui de l'ameublement. Après une année 2009 en baisse, la vente de meubles de cuisine enregistre ainsi une progression de 6,7 % en valeur. La reprise des transactions immobilières et celles, même timides, des mises en chantier ont entre autres un effet positif sur les ventes de cuisine intégrée. De la même façon, les taux d'intérêt très bas et le maintien d'une TVA à 5,5 % continuent à dynamiser le segment de l'ameublement. Côté tendances, la Foire de Paris nous montre que tous les styles s'expriment dans cette pièce à vivre pour laquelle meubles et équipements tendent vers une plurifonctionnalité toujours plus affirmée. Idem pour les couleurs. Si le blanc demeure effectivement la teinte préférée des consommateurs, les coloris acidulés avec quelques pointes

de notes sourdes comme l'aubergine, le gris et le chocolat viennent poser des touches de contraste en cuisine. Au-delà, le bois, naturel, blanchi, lasuré, lavé, poncé, vernis, collé, reste le matériau fétiche de cette pièce.

Douche auto nettoyante...

Loin devant la cuisine, la salle de bains est toutefois la pièce qui évolue le plus ces dernières années. Et l'édition 2011 de la Foire de Paris ne change pas la donne sur ce point. Tiré par le segment du bien-être et de la balnéothérapie, celle-ci se mue peu à peu en une salle de douches des plus innovantes. Cette évolution était bien repérable sur l'espace salle de bains du pôle Maison de la Foire. Outre une étonnante douche aux parois en verre chauffant, le distributeur MDY proposait par exemple un concept révolutionnaire de carrelage auto nettoyant. « Ce carrelage contient dans sa masse une certaine quantité de dioxyde de Titane ; résultat, en contact avec la lumière, une photo catalyse se crée et décompose les polluants (bactéries, CO2, etc.) présents sur la faïence. Au final, aucun nettoyage au détergent n'est nécessaire... », explique Philippe Ledrans, Directeur général de MDY. Enfin, qu'elle soit auto nettoyante ou non, la salle de douches ouvre fort logiquement des horizons nouveaux

pour les créateurs de robinetterie avec, par exemple, des mitigeurs toujours froids, des pommeaux « d'arrosoirs » sans flexible, etc. De son côté, le carrelage joue la transparence, la luminosité, la brillance, le « bosselé », la bichromie et tous les coloris...

Un brun zen

De la salle de bains à l'univers de l'image et du son, il n'y a qu'un pas que la Foire de Paris, événement généraliste par définition, n'hésite pas à franchir... Histoire de découvrir sur les quelque 24 000 mètres carrés du Pavillon 7 le meilleur des nouvelles technologies en matière de hi-fi, de home cinéma, de photo, de musique... Et surtout de constater que le brun se porte bien et en tout cas mieux qu'en 2009... Avec une croissance de 6 % des achats en biens d'équipements audio et vidéo, le marché a effectivement retrouvé la croissance en 2010. Certes, côté écrans, la technologie 3D est encore commercialement décevante. Renseignements pris auprès des professionnels, le retard au décollage serait principalement lié à un double choix de modèle, une offre de contenu (Blu Ray & programme TV) trop réduite et à une certaine résistance à l'utilisation des lunettes. En attendant, les perspectives pour les téléviseurs demeurent bien orientées



Une offre toujours plus étendue mais également qualitative pour le pôle électroménager.

SALONS



In the pocket !

Ce concept novateur proposé par Steam One est une alternative réelle au repassage traditionnel qui permet de gagner en efficacité et qualité sur le défroissage pour tous les types de vêtements. Contrairement au fer à repasser classique, que les tissus soient synthétiques ou naturels, le défroisseur supprime les plis sans jamais lustrer ou brûler les fibres. Polyvalent, il existe différents modèles pour tous les usages, du modèle XL au format de voyage qui se glisse dans la poche !

Surgelés sous contrôle !

En cas d'incident, plus besoin de tout jeter, FreezCube indique le nombre de jours restants pour consommer vos surgelés. Plus de doute sur la fraîcheur des aliments. Facile d'utilisation, le FreezCube n'encombre pas votre congélateur : 4,5 cm par 4,5 cm. Incassable et réutilisable, il peut être conservé indéfiniment. Ecologique, les liquides composant le FreezCube sont naturels et d'origine alimentaire. Très simple d'utilisation : il suffit de le secouer, le placer à l'envers dans le congélateur à -21 °C au moins pendant 24-48h, puis le retourner.



Il fait tout ou presque

Thermomix a eu l'idée de simplifier la préparation des veloutés de légumes. Au lieu de cuire les légumes dans une casserole et de transférer le tout dans un mixeur : il a combiné les deux appareils. Le TM 31 est conçu pour rendre la cuisine toujours plus facile, rapide, naturelle, créative et économique avec maîtrise de la vitesse de mijotage, fonction sens inverse, pesée de 5 g en 5 g et tableau de bord programmable.

Cuisson bien-être...

Le système Premium AMC propose des éléments de cuisson en acier inoxydable permettant la cuisson des légumes sans adjonction d'eau et le rôtissage des viandes sans matière grasse. AMC propose des nouveautés mondiales brevetées dont : Sécuquick softline pour une cuisson saine et rapide qui permet de gagner 2/3 de temps et d'énergie tout en conservant les vitamines et sels minéraux (cuisson à basse pression). Le Visiotherm du sécuquick mesure également la température à l'intérieur de l'élément de cuisson et, associé avec l'audiotherm, contrôle le processus de cuisson.

L'élément de cuisson le plus intelligent au monde

3

Ce symbole gravé sur le fond AccuTherm, SensoTherm, et VisioTherm, représente la triple garantie de réussite.

GARANTIE DE RÉUSSITE 3
Un contrôle facile du processus de cuisson avec le nouveau VisioTherm et AudioTherm.

GARANTIE DE RÉUSSITE 2
La mesure exacte de la température à l'intérieur de l'élément grâce au nouveau SensoTherm.

GARANTIE DE RÉUSSITE 1
Une réparation rapide et rigoureuse de la chaudière grâce au nouveau fond AccuTherm.

à court terme avec le deuxième volet de l'extinction de l'analogique et surtout la technologie L.E.D. (90 % du parc à horizon 2014).

Concernant l'électronique grand public, le facteur de croissance du secteur est a contrario essentiellement lié aux produits mobiles avec, entre autres, les tablettes tactiles qui allient légèreté, facilité d'utilisation, diversité des contenus et nouvelles fonctionnalités. On l'aura compris, la principale tendance dans le domaine des nouvelles technologies reste et demeure le nomadisme. Roi tout puissant en la matière,

le Smartphone intègre toujours plus photo, film, internet, son, etc. Des possibilités étendues rendues possibles grâce à une capacité de mémoire conséquente, à de nouveaux systèmes d'exploitation comme Windows 7 et bien sûr à de nouveaux processeurs encore plus performants. Sans oublier l'aspect pratique... Le petit prodige se glisse ainsi dans une poche, une pochette. On le customise, on l'habille, on le strasse, on l'affiche. Bref, encore récemment objet intime, le Smartphone est devenu partenaire d'une vie en société et en mouvement.

On pourrait presque en dire autant de l'édition 2011 de la Foire de Paris. Sauf que le plus grand salon d'Europe dédié à l'univers de la maison sait prendre son temps pour évoluer. Slow ? Assurément. Lentement et sûrement. De façon à ne pas perdre son âme. Au final, entre manifestation festive et commerciale, l'équilibre est parfait. Un équilibre auquel Marie-José Post tient par-dessus tout, car « si la Foire de Paris se professionnalise, elle tient à rester bon enfant ». Mission accomplie donc ! ●

Laurent Feneau

