

on the fa

Par Blandine Le Guennec

Après Francfort, le centre du monde de l'univers culinaire s'est déplacé à Chicago sur l'International Housewares Show (mars). Un salon qui chaque année monte en gamme et devient une référence américaine de premier plan.

60 000 visiteurs (dont 75 % de détaillants) venus de 120 pays ont fait le déplacement dans la ville du président Lincoln pour découvrir les nouveautés 2013 des secteurs de la cuisine, de l'électroménager et des arts ménagers. Un troisième hall avait du être ouvert cette année au bord du lac Michigan pour accueillir l'ensemble des 2 137 exposants inscrits.

Il faut dire que le salon - qui est devenu le rendez-vous annuel du secteur pour toute l'Amérique du Nord - a de quoi attirer les exposants. Organisé par l'International Housewares Association, association à but non lucratif dont l'objectif est la promotion des ventes pour la maison, il rassemble à chaque session les acheteurs de toutes les grandes enseignes américaines ainsi que d'innombrables petits détaillants. Le marché américain n'est cependant pas facile à pénétrer pour les entreprises étrangères qui souhaitent développer

International Housewares Show 2013 A very successful show !

leur réseau outre-Atlantique. Pour y arriver, l'International Housewares Show est un étape incontournable. C'est sans doute ce qui explique le nombre grandissant de sociétés étrangères et notamment européennes qui y exposent. Côté français, on y a notamment retrouvé Cristel, Le Creuset, Mauviel, de Meyer, Peugeot, Mastrad, La Rochère, Ice Bag, Fresh Mill, Jean Dubost Opinel, Deglon, Lehmann Glass, Les Artistes, monbento ou encore SEB (liste non exhaustive, ndr). Quand on regarde l'offre française mélangée à l'offre américaine on peut pousser un fier cocorico. La crise nous le fait parfois oublier, mais nous avons en France - un pays qui fait rêver partout dans le monde - une offre d'une exceptionnelle qualité ! Les plus grands stands étaient bien sûr américains et on a pu découvrir dans toute leur immensité les gammes de marques comme KitchenAid, All Clad, Bodum, Oxo, Wilton, Nordic Ware, Aladdin ou encore Cuisinart.

Dans les allées, nous avons croisé de nombreux acheteurs français venus découvrir les nouveautés américaines. Aux États-Unis le gadget est roi et la cuisine se fait toujours plus créative. On pourrait même parler de "cook entertainment". Les entreprises qui pour la plupart font fabriquer leurs produits en Asie - il y a très peu

de fabricants aux États-Unis - ne manquent pas d'idées pour imaginer des produits qui vont des plus utiles aux plus farfelus. Autres produits stars du salons : les mugs et lunchbox qui se déclinent sous toutes les formes et toutes les couleurs. Il faut dire que là-bas ces accessoires font partie du kit de survie au quotidien. Une mine d'or pour les acheteurs venus chercher des pépites à importer sur le marché français. Un marché sur lequel de nombreuses entreprises américaines aimeraient s'installer.

Si le salon est pour l'instant très orienté cuisine et arts ménagers, on sent une percée de la décoration avec l'arrivée de marque comme Kontiki par exemple. On ne serait pas étonné dans les prochaines années de voir le salon évoluer vers le lifestyle.

Global Innovation Awards - Et le prix est attribué à...

Chaque année depuis 1999 sont remis à l'occasion de l'International Housewares Show les prix du GIA (Global Innovation Awards). Un jury d'experts internationaux vient récompenser des détaillants qui se sont particulièrement distingués par l'originalité de leur concept et leur savoir-faire en matière de merchandising et de vente. Cette année le concept store parisien Fleux, gagnant français, n'est pas passé loin de la récom-



Fishes Eddy

pense suprême : le GIA d'honneur. Un prix remporté par Taylor Road Homewardes (Nouvelle-Zélande), Linen Chest (Canada), Cooks of Crocus Hill (États-Unis), Quality Living (Italie), et Kookpunt (Pays-Bas).

Pour la première fois un second jury d'experts GIA avait été réuni pour récompenser des produits donnant lieu à la création des Innovation Awards. Pour cette première édition ont été récompensés Joseph Joseph (C-Pump), Punkt (ES 01 Extension Socket), et Teroforma (Troika Triver) dans la catégorie "Best product design", Alessi (ensemble de couverts Mu) et Kinto (Couleur) dans la catégorie Best Collection Design. Enfin Universal Expert LLC (Sebastian Coran company) a remporté le prix Martin M. Pegler du merchandising visuel. Parmi les finalistes se trouvaient également Cult Design (Green Farm), Dreamfarm (Mini Supoon), Magisso (Turner spoon) et Menu (Cool Breather).



Typhoon

Chicago sous la neige

Pour ne pas faire de jaloux, une énorme tempête de neige s'est abattue sur Chicago le troisième jour du salon. Une neige qui nous aura suivi depuis Paris et Francfort... Quel hiver ! ■



Tavolo



Talisman



Zak ! Collection sans Bisphénol A



Octopus

Prochain rendez-vous
 Du 15 au 18 Mars 2014
 McCormick Place, Chicago, USA
www.housewares.org
 Informations visiteurs : www.housewares.org/attend
 Informations exposants: www.housewares.org/exhibit
 L'IHS sur les réseaux sociaux : www.housewares.org/networking