



Quand art de la table rime avec responsable

D'après une enquête Ipsos publiée en juillet 2011, 97 % des Français connaissent le commerce équitable, si bien que de grands distributeurs commencent à s'y intéresser. Entre l'achat cadeau et l'achat mode de vie, les produits équitables ont une place à prendre. Mais pas à n'importe quel prix !

Par Lena Rose



En décembre 2013, un Français sur deux se disait prêt à franchir le cap du marché de l'occasion pour acheter ses cadeaux de Noël, selon TNS-Sofres. Un comportement d'achat lié aux difficultés économiques, certes, mais qui traduit aussi une envie de donner une seconde vie aux objets. Dans l'univers de la maison et des arts de la table, des acteurs de la distribution incitent déjà à consommer dans ce sens. C'est le cas du magasin lillois El Market, dans le quartier de Wazemmes, spécialisé dans la consommation éco-friendly, qui réalise une part importante de son chiffre d'affaires avec l'offre cadeau. « À Noël, mais aussi toute l'année, pour un anniversaire, une crémaillère... », note Diana Malaveille, la co-créatrice du concept. Pour relancer la consommation (-30 euros sur le budget moyen des Français pour les cadeaux et le repas du réveillon 2014 par rapport à 2013, selon le cabinet Deloitte), elle mise sur le commerce équitable et éthique et constate que la clientèle sensible à ce discours est de plus en plus large. En effet, d'après une étude Ipsos datée de juillet 2011, 97 % des Français déclaraient connaître le commerce équitable, contre 9 % en 2000, avec un marché global qui poursuit son ascension (+11 % en 2013, selon la plateforme pour le commerce équitable).

DES PARTS DE MARCHÉ À PRENDRE

Un marché encore surreprésenté par les produits alimentaires (89 %), le secteur de la décoration et de l'artisanat ne pesant qu'1,5 % des ventes. Des chiffres qui laissent toutefois une bonne place à de nouveaux arrivants, à l'instar du distributeur en ligne ShopMeTender, qui propose des

produits respectueux de l'environnement et recyclables réalisés par de jeunes créateurs français de mode et de décoration depuis septembre dernier. « 10 % des achats sont ensuite reversés à l'association choisie par le client final », explique Henri-Pierre Ouhibi, co-fondateur de ShopMeTender. Cette boutique en ligne référence, par exemple, Ah!jalouses, une marque de vaisselle ludique et poétique 100 % française, fabriquée en porcelaine et en verre peinte à la main avec des pigments sans plomb ou les dessous-de-plat en acier recyclables de Thomas de Lussac... Un assortiment « Made in France » en vogue, si l'on en croit la dernière étude du Crédoc. Et si celui-ci n'est pas synonyme d'éco-responsabilité, la provenance des produits a un impact sur la pollution liée au transport. Sans parler de l'élan de solidarité des consommateurs qui, en achetant français, soutiennent une économie locale. 68 % estiment que les produits fabriqués en France sont de meilleure qualité et 61 % se disent prêts à payer plus cher les produits manufacturés d'origine française. El Market vise tout particulièrement la clientèle des jeunes parents. « Chez eux, le discours santé prend, alors, une autre résonance et ils sont, du coup, à l'affût d'une alternative à la vaisselle en mélamine pour leur enfant », explique Diana Malaveille. On y trouve notamment les nouveaux coffrets bébé de vaisselle bio compostable en fibre de bambou Biobu[by Ekobo]. Ex-franchisée Altermundi, Diana Malaveille a conservé l'assortiment que l'on trouve dans les trois boutiques parisiennes Altermundi, tels que la vaisselle Biobu[by Ekobo], la vaisselle en métal émaillé de Nkuku déployée sur dix étagères, les gourdes sans BPA, éco-conçues et personnalisables de Gobi. À cela s'ajoutent les serviettes jetables Napkiss en pulpe d'abaca (chanvre de Manille), transformée en Bretagne dont les boîtes au

« Nous sommes en recherche constante de nouvelles marques »
Diana Malaveille (El Market).



O1.
Nouvelle gamme Biobu[by Ekobo]
bio-compostable en fibre de bambou.

— 1 —



— 1 —

UNE CONSOMMATION RAISONNÉE

Dans certains cas, un service peut très bien résumer la démarche responsable d'une entreprise ou d'une marque. Ainsi, Cristel propose depuis longtemps à ses clients qui ont acheté un produit avec un revêtement anti-adhérent, de le faire refaire s'il est abîmé. La poêle est presque comme neuve, pour un tiers du prix d'achat. Depuis quelques mois, l'industriel franco-toulois a ajouté un nouveau service : via son nouveau site, Cristel permet à ses clients de déterminer si leur ustensile (casserole, poêle, sauteuse, crêpière ou wok) est rechapable et de régler toutes les modalités en quelques clics. « Faire rechapoter votre produit anti-adhérent vous permet non seulement d'économiser de l'argent, mais aussi d'économiser des ressources, comme le nickel ou le chrome, qui se font de plus en plus rares », peut-on lire sur le site Internet du fabricant.

décor graphique sont issues de filières de recyclage. Une offre qui nécessite d'être renouvelée pour continuer d'attirer la clientèle. « En progression chaque année, nous sommes en recherche constante de nouvelles marques. Le potentiel est là », conclut Diana Malaveille.

L'OFFRE SE DÉMOCRATISE

Le commerce éthique et responsable commence à gagner toute la distribution et à ne plus être réservé aux magasins ultra-spécialisés. Ainsi, Habitat met en place une vraie démarche de développement durable. « Nous sommes en train de finaliser un partenariat avec l'ONUDI, l'agence pour le développement industriel de l'ONU, afin d'identifier des artisans de différents pays du versant sud de la Méditerranée qui ont le potentiel

pour monter en compétence avec nous, en accessoires de décoration et art de la table. Les produits seront vendus dans nos magasins Habitat et au-delà », indique Rémy Poirson, directeur marketing de l'enseigne. Un premier projet a vu le jour avec des artisans de la région de Sidi Bouzid, en Tunisie pour la fabrication d'ustensiles de cuisine et de couverts en bois d'olivier. Ils sont identifiés en rayon par la mention « Issus de l'artisanat local ». Des initiatives qui répondent aussi à la volonté de l'enseigne de faire une place plus large aux matériaux renouvelables. D'où l'extension des gammes en terre cuite, qui offrent en plus l'avantage d'une cuisson 100 % naturelle des aliments. C'est aussi et toujours la céramique « qui fonctionne très bien, notamment notre gamme Denver, ainsi que la gamme Terra réalisée en



— 2 —

O2.
Chez ShopMeTender, 10 % du prix des articles Ah!Jalouses est reversé à une association.

RIEN A JETER !



Consommer responsable, c'est aussi favoriser le recyclage des déchets alimentaires. Pour ce faire, les marques d'arts ménagers incitent à trier avec style les déchets compostables et les matières organiques. Brabantia propose ainsi une poubelle encastrable avec deux seaux de 10 litres qui peuvent se fixer dans presque tous les placards. L'entreprise hollandaise va jusqu'au bout du concept en vendant cet article avec des sacs poubelles en plastique et en matériaux compostables, en mettant en avant sa durabilité par une garantie de dix ans. Plus récent sur le marché français, la marque américaine Simplehuman propose divers modèles, comme une poubelle de recyclage papillon à pédale dotée d'un couvercle divisé innovant, qui s'ouvre au centre pour offrir un maximum de place sous les comptoirs du bas ou une poubelle de recyclage à touch-bar avec ouverture large pour faciliter le classement des déchets.



06.

Cocotte Römertopf en terre cuite de Sibö Homeconcept, un matériau naturel qui permet de mijoter sain. Plusieurs coloris au choix. PVC : de 31,50 € à 79,70 € selon le modèle.



03.

Couteaux à steak Laguiole Natura de Jean Dubost avec manches en amidon de maïs, une matière 100 % recyclable et compostable. PVC : 34 € le coffret.

partenariat avec Terre Étoilée ». Au cours du Printemps-Été 2015, l'enseigne prévoit d'innover avec une nouvelle sorte de bambou, qui permettra d'éviter les problèmes de porosité au contact des aliments, encore fréquents avec ce matériau. « Un bambou de qualité qui remplacera, en partie, la mélamine, qui sera bientôt retirée du marché », précise Rémy Poirson.

LA QUALITÉ AVANT TOUT

Si Rémy Poirson insiste sur la qualité du bambou, c'est que le matériau doit encore faire ses preuves auprès du grand public. Ekobo, précurseur dans le domaine des arts de la table, est un des rares à l'avoir compris en bâtissant sa stratégie de marque autour du bambou. Depuis sa création

04.

Habitat étend ses gammes en terre cuite, en partenariat avec Terre Étoilée.



05.

Rouleau à pâtisserie en forme de doubles bouteilles de vin, en hêtre massif, par Atypyk. PVC : 26 €.

en 2003, l'entreprise nîmoise qui se définit comme écocitoyenne, s'est fixé comme objectif « de développer une activité durable pour les communautés artisanales, les filières éco-industrielles et encourager un mode de consommation écologiquement responsable ». Sa nouvelle gamme Biobu [by Ekobo] convient ainsi à une utilisation quotidienne car elle est adaptée aux aliments et liquides chauds et froids, qu'elle passe au lave-vaisselle, et revendique sa résistance. « Le bambou pas solide, le liège qui prend l'eau, il y a eu des abus sous couvert de marketing vert », déplore Jean-Luc Colonna d'Istria, directeur marketing de Merci. « Chez Merci, nous avons des convictions en matière de développement durable mais sans faire pour autant de compromis sur l'esthétique et l'usage, qui sont les deux critères qui priment.

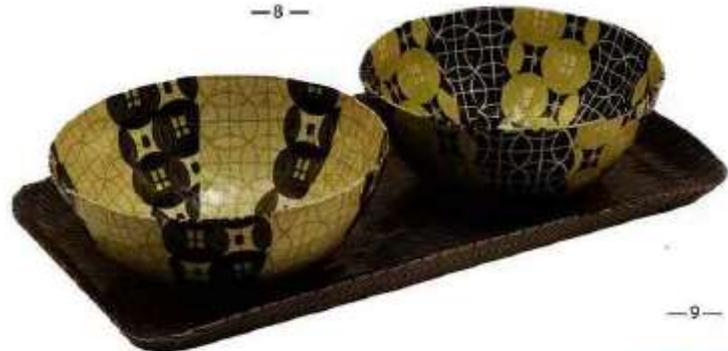


« Nous sommes en train de finaliser un partenariat avec l'ONUDI, l'agence pour le développement industriel de l'ONU »
Rémy Poirson, directeur marketing d'Habitat.



07.
 Gamme de faitouts, casseroles et poêles en aluminium épais New Evergreen 2.0 d'Aubecq, dotée d'un revêtement anti-adhérent en céramique de seconde génération. PVC : 75 € le faitout 20 cm.

08.
 Plateaux et bols en papier mâché d'As'art, fabriqués à la main en Afrique du sud. PVC : 15 € le plateau ou le bol.



10.
 Chez El Market près de Lille, « rien ne se perd, tout se transforme ».



09.
 Ustensiles de cuisine en hêtre blanc de Muuto qui, grâce à leur entaille se maintiennent à l'équilibre sur la casserole ou la poêle. PVC : 29 € le set de 2 pièces.

— 11 —



11.

Plat à four carré en céramique
100 % fait main de la gamme
Quartiers d'Été de Sema Design.
Existe en 9 couleurs.
Fabrication européenne.
PVC : de 34 € à 44 €.

— 12 —



12.

Spatules Bilocos de c-quoi
en érable, dont certaines
peuvent s'accrocher à une
étagère ou une tringle.
Disponibles en 3 modèles
vendus en set. PVC : 31 €.

13.

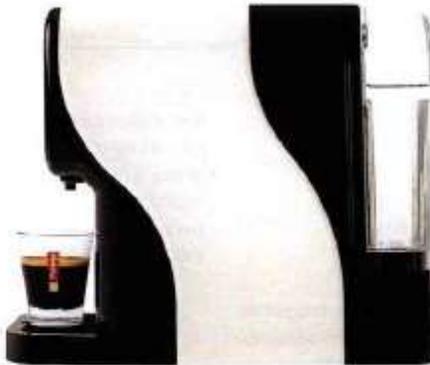
Gamme de gobelets en
bambou recyclé et teinté de
Love Creative People. Passent
au lave-vaisselle. Existents en
3 coloris. PVC : 4 €.



— 13 —

14.

Corbeilles à pain ou à fruits
fabriquées en fil de téléphone
tressé à la main. Éditées par
Mahatsara, qui développe une
démarche de commerce
équitable avec les pays d'Afrique
australe. PVC : 22 €.



Si les produits ont en plus des conditions de fabrication propres socialement et écologiquement, tant mieux. Mais ce sont des arguments à utiliser avec modération et de manière pertinente.

Dans le concept-store Merci, les équipes n'ont pas à aller loin pour s'en assurer car 80 % de l'assortiment est « Made in France », 10 % « Made in Europe » et 10 % de plus loin. Des arguments qui ont le mérite d'être clairs. Comme doit l'être, plus largement, l'offre faite à ces consommateurs avisés qui souhaitent consommer autrement. Car autrement ne veut pas dire n'importe comment! ●

— 14 —



MALONGO DIT « NON » À L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

Le torréfacteur niçois spécialiste des cafés haut de gamme issus du commerce équitable et de l'agriculture biologique a eu une idée originale pour commercialiser sa machine expresso Ek'Oh. En plus de l'achat direct en boutiques et sur son site Internet, Malongo propose au client d'acquiescer Ek'Oh par le biais d'un contrat de location au terme duquel la machine deviendra sa propriété (6,50 €/mois sur 24 mois). « Un nouveau canal de consommation, qui met l'accent sur la "valeur d'usage" », explique la marque. Et une façon de prolonger une démarche éthique inédite sur ce segment de marché en proposant une machine « conçue pour durer, réparable à l'infini, dont la conception est fondée sur un système de pièces détachables et interchangeables, high-tech et 100 % clipsées, qui l'empêche de tomber dans l'obsolescence ». Ek'Oh est aussi dotée d'une technologie Start&Stop qui lui permet de passer en mode veille instantané avec 0 % de perte de chaleur et de ne consommer de l'énergie qu'en fonctionnement.