



DOSSIER



Revol
Collection Arborescence

Pillivuyt
Collection Montmartre 1900



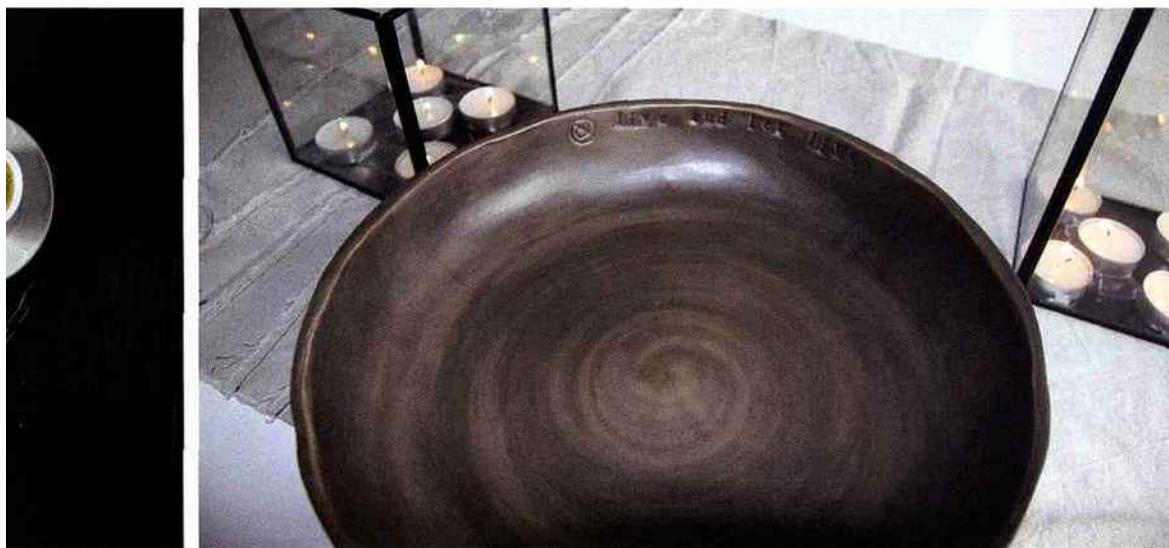
Luminarc
Lignes Orme et Prusse en opal



DOSSIER

VAISSELLE TENDANCE 2018

BIENVENUE AU TABLING

Création Chantal Vervaeke
Ceramics

L'art de la table est devenu "lifestyle". Après le "fooding", bienvenue au "tabling" ! L'idée : oser exprimer sa personnalité et ses inspirations par le biais de la mise en scène de la table.

Aujourd'hui, cet art adopte les nouveaux paramètres du bien-vivre chez soi, s'invite dans le quotidien et se décline à l'infini pour toutes les occasions. Pistes à suivre pour donner envie et déclencher l'acte d'achat.

C'est le bon moment pour redynamiser les ventes de la vaisselle. Après une baisse significative entre 2010 et 2012 (- 4,5%), ce marché voit apparaître une embellie. Selon l'étude menée par l'Institut i+c pour Francéclat, le chiffre d'affaires en 2016 (toutes matières confondues) s'établit à 1 005 M€ (prix public HT), affichant une hausse de 2,5 % par rapport à 2014 (la consommation des ménages représentant 66 % et la consommation des professionnels 34%). Mais l'embellie ne profite pas à tous.

Côté matière, la porcelaine a encore la cote, surtout chez les détaillants indépendants, mais perd son leadership dans les solderies et spécialistes meubles/GSS au profit de la faïence.

Côté prix, les disparités sont énormes : toujours selon l'étude menée par l'Institut i+c pour Francéclat, le coût moyen d'une assiette est de 15€ chez les détaillants indépendants, 15,50€ dans les grands magasins, 12,50€ dans les chaînes et chez les franchisés, 5,50€ chez les spécialistes meubles/GSS et 2€ dans les solderies.





Serax
Bols Surface by Sergio

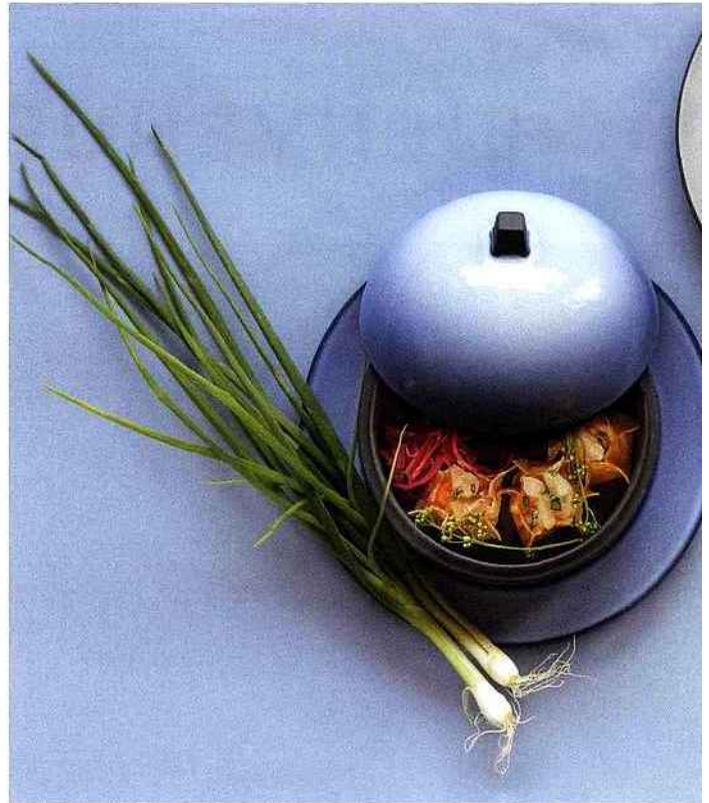
UN SECTEUR EN PLEINE MUTATION

Ainsi, au cœur d'un secteur en difficulté, certains acteurs ont su répondre aux nouveaux défis du marché et relancer leur économie en révisant leurs stratégies, se recentrant sur le cœur de leur activité et simplifiant leurs gammes.

D'autres ont repensé leurs magasins, développant de nouveaux concepts de points de vente plus proches des clients : le magasin devient un lieu de rencontres, d'échanges et d'animation.

D'autres, enfin, tirent leur épingle du jeu grâce à un développement web au cœur de leur projet. La digitalisation de l'offre et une vision cross canal semblent incontournables, d'autant plus avec l'arrivée sur le marché des Millennials (génération Y). Le poids démographique de cette population "digital native" est considérable : jamais une génération n'a été aussi nombreuse. En France, les Millennials représenteront la moitié des actifs en 2020 et les trois quarts dans dix ans. Ils sont les consommateurs d'aujourd'hui et surtout de demain. Ce qu'ils mangent et la façon dont ils mangent est essentiel pour eux. Comprendre leurs goûts, leurs émotions, leurs habitudes est capital pour s'adapter aux nouvelles données économiques et répondre aux attentes de ces hyper-connectés.

Revol
Collection Equinoxe



DU FOODING AU TABLING

Avec la starisation des chefs et la multiplication des émissions consacrées à la cuisine, le dressage de la table suscite à nouveau l'intérêt des consommateurs. L'envie de retourner derrière les fourneaux s'accompagne d'une envie de mise en scène du repas.

"Les grands chefs sont souvent à l'origine de nouvelles créations et tendances, témoigne Christian Le Page, président de Jaune de Chrome. Leur pouvoir en la matière est immense, surtout depuis qu'ils sont devenus des stars sur le petit écran. Portés par leur envie de se démarquer, les chefs sont précurseurs. Les porcelainiers répondent à leurs attentes en créant de nouveaux contenants, qu'ils déclinent ensuite pour le retail. Ainsi, les tendances du marché grand public suivent souvent les influences insufflées par les chefs. Mais, il ne faudrait jamais oublier que derrière la porcelaine ou toute autre matière se jouent des aventures humaines passionnantes. Les arts de la table étant indissociables de la gastronomie française, les chefs devraient porter haut cet art devenu indispensable à leur créativité. Et de leur côté, à l'instar des épiciers fins qui racontent l'histoire de leurs produits, il serait intéressant que les détaillants racontent également l'histoire de la porcelaine française. Les clients étant de plus en plus curieux, c'est l'occasion !"



Raynaud
Collection Cristobal

Faïencerie de Gien
Collection Garance



THÉÂTRALISER LA PRÉSENTATION

Désormais, les consommateurs veulent donner du sens à leur consommation. Cela passe, entre autres, par leur nourriture et sa mise en scène. *"Conjuguant sens, surprises et émotions, les arts de la table en tant que statut social n'intéressent plus, intervient Léonie Cornelissen, directrice de Pélagie&Co, architecte d'intérieur spécialisée dans le merchandising. La table, à l'instar de la déco, doit inviter à la convivialité, au bonheur et au bien-être. Ce sont donc de vraies compositions artistiques que l'on doit exposer en boutique. Avec la multiplication des canaux de distribution et l'attractivité de plus en plus concurrentielle des solderies et autres grandes surfaces spécialisées, il devient primordial de se démarquer pour séduire. Tout l'art du merchandising consiste donc à créer des conditions émotionnelles et comportementales positives pour déclencher l'acte d'achat. Il permet d'apporter de la valeur ajoutée aux produits présentés et d'orienter le choix de la clientèle grâce à des présentations visuelles attractives, originales, créatrices d'émotion. Pour ce faire, s'appuyer sur les courants porteurs du moment, mettre en avant les produits qui s'y rattachent, dédier des espaces par thème, réaliser des théâtralisations osées et séductrices, construire l'histoire ou le moment de vie que l'on veut raconter... constituent quelques pistes. Mais le vrai challenge du vendeur consiste à permettre à chaque client de créer son ambiance très personnelle, en relation avec ses valeurs. Le "mix and match" (l'art de mélanger avec beauté, de créer son propre style), qui a le vent en poupe, peut être une solution intéressante, car il permet de créer des compositions à l'infini."*

DÉTECTER LES COURANTS PORTEURS

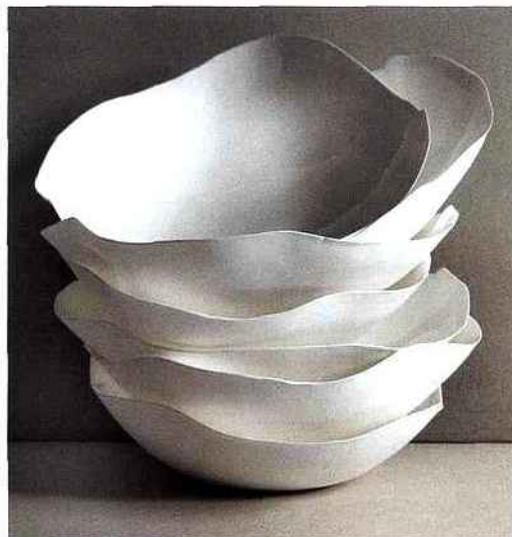


SYLVIE AMAR

designer
Sylvie Amar Studio

Pour proposer une offre qui colle aux nouvelles aspirations des consommateurs, s'inspirer des visions prospectives des teneurs est un début de piste. Spécialiste des univers de la gastronomie, de l'hôtellerie-restauration, des métiers de bouche et de l'agroalimentaire, Sylvie Amar a deux casquettes : d'une part, elle crée pour les plus grands chefs des objets justes et "différenciants", d'autre part, elle décrypte les tendances émergentes afin que chacun puisse plus facilement proposer une offre adaptée aux attentes de ses clients. *"Dans l'univers global de la gastronomie, il est important de comprendre comment les tendances food influencent les arts de la table. Aujourd'hui, tout ce qui fait référence au fait main, fait maison, au naturel, aux valeurs rassurantes, en concordance avec les nouvelles tendances de consommation, va créer les courants porteurs de l'année."*





1



2



3

SYLVIE AMAR DÉVOILE LES SIX COURANTS FORTS 2018

1 – Tendance

“À LA MANO”

C'est la grande tendance de l'année : l'artisanat signe son grand retour et apporte de l'authenticité à nos dîners. La preuve avec cette évolution vers des matières comme faites main, maison, ou artisanales. Le geste de l'artisan se retrouve dans des formes et décors aléatoires, irréguliers, jouant avec les coulures d'émail pour des effets improbables, ou encore dans des impressions "néo dipping". Ce peut-être en porcelaine, grès ou autre, voire bi-matière. Le local tableware est également à suivre dans cette mouvance. Après l'approvisionnement agro-alimentaire, le mouvement locavore touche les arts de la table avec un recours à la faïence ou la porcelaine du coin.

2 – Tendance

“BRUT”

La lame de fond fooding est celle du bio. Selon le baromètre de l'agence Bio et du CSA, près de neuf Français sur dix déclarent avoir consommé des produits bio en 2016 et près de sept sur dix disent en consommer régulièrement. En réponse à ce mouvement, le naturel revient au galop, mais dans une version discrètement sophistiquée. Comme dans la déco en général, les matières naturelles ont la cote. La céramique, travaillée de manière moins régulière et lisse, voire texturée façon végétale, offre un rendu plus brut, idéal pour dresser des tables dans une ambiance naturelle. En complément, gages d'authenticité, les assiettes, bols et dessous de plats se déclinent en bois, clair ou foncé, pour instiller un peu de naturalité sur la table. Dans cette tendance, simplicité élémentaire et sensualité riment.



4



5



6

3 – Tendance “COLORÉ”

Pour s'échapper du tissu urbain de plus en plus concentré des grandes villes, designers, restaurateurs et éditeurs créent des décors colorés et joyeux qui nous transportent dans des univers parallèles, plus chaleureux, fantaisistes et dépayés. Sous l'influence de cette tendance, la vaisselle prend des couleurs vives, osées, jouant parfois avec des reflets, des irisés... Dans ce thème, l'autre grand gagnant est le transparent qui se décline en couleur ou en teintes fumées. Cette vaisselle transparente se vit seule, mais le chic du chic, c'est de l'associer à des assiettes blanches, de formes variées.

4 – Tendance “MÉTAL”

Suivant la tendance Art déco qui inspire plus que jamais le design d'intérieur, le vieil or, le laiton, le cuivre investissent la décoration des restaurants, tout autant que les luminaires, les objets déco, les arts de la table... La table s'anoblit alors de vaisselle métallisée aux reflets d'or ou d'argent. Mariés à du noir mat, des bruns foncés ou du beige, ces effets métal ont un caractère inouï, une certaine élégance, opulente et puissante, loin du bling-bling.

5 – Tendance “MOTIF”

Entre tradition et créativité, les motifs s'imposent du moucheté au marbré en passant par les faux unis, les graphiques, le terrazzo ou les décors vintage rassurants. En version douce et sensuelle ou dans un esprit surabondant et dynamisant, les décors restent une valeur sûre et s'inspirent directement des tendances de la décoration d'aujourd'hui. Ils en reprennent les couleurs et les motifs, et s'appliquent sur des formes actuelles. Ils se déclinent en compositions traditionnelles, mais se retrouvent également dans un design plutôt urbain et contemporain.

6 – Tendance “BOLS”

Depuis 2016, les bols sont devenus les nouvelles assiettes. D'inspiration japonisante, le concept des "bols repas" est particulièrement à la mode chez les adeptes de cuisine saine et simple. Quoi qu'il en soit, les bols sont des indispensables à avoir dans sa cuisine, ne serait-ce que pour proposer des cacahuètes à l'apéritif ! Dans la lignée du "bien manger", la tendance des bols continuera de se développer.

1 - Serax Collection signée Roos Van Velde 2 - Jars Céramistes Wabi blanc cendre 3 - Raynaud Collection Minéral irisé 4 - Sibò Home Concept Série Loft bronze B 5 - Serax Love by Delphine Boël 6 - Degrenne Coupe Oslo



CAHIER DE TENDANCES COULEURS

Aujourd'hui les intérieurs ne s'affichent plus "design" et minimaliste mais se parent de couleurs profondes, s'enrichissent de laiton et de cuivre, et font la part belle aux éléments naturalistes. Les arts de la table suivent cette tendance. En croisant les projections de Sylvie Amar et du cahier des tendances de Maison&Objet, l'année 2018 se vivra en :



Jaune curry

Très proche du jaune moutarde, il épice nos tables et suggère une atmosphère cocooning et tonique à la fois.



Rouge sombre

Marsala, terracotta, bordeaux... cette tribu de rouges aux accents terreux apporte chaleur et en bonne humeur.



Rose

Les roses poudrés et roses profonds un peu éteints se disséminent dans la palette pour apporter de la douceur.



Brun

Les bruns progressent. Ils s'expriment de façon rustique et dense, mais aussi de façon plus riche, jusqu'au métallisé ou en clair-obscur en contrepoint froid à l'éclat des rouges.



Vert

En réponse au "green power" et la tendance végétale dans la déco et nos assiettes, il se décline en verts grisés, verts assourdis, délavés, entre sauge et aloe vera.



Noir

Mat, brillant, à effet métallisé... Les chefs se sont rendu compte que le noir faisait ressortir de façon extraordinaire les mets, particulièrement les légumes. De plus, le noir apporte une touche de sophistication, réalise de superbes mix and match avec de nombreuses autres teintes (bordeaux, jaune curry, rouge profond...) et s'adapte à tous les styles, qu'ils soient design, rétro ou industriel.



Bleu

Bleu nuit, bleu gris, bleu canard... également tendance.

N'oublions pas les teintes neutres, gris, beige, toujours d'actualité pour apaiser une ambiance, et en contrepoint, le laiton, le vieil or, le cuivre.



CÔTÉ FABRICANTS, ÇA BOUGE

Référence incontournable des arts de la table, **Degrenne** dévoile sa nouvelle identité de marque et refond ses gammes. Son objectif : s'inscrire dans son époque avec davantage de modernité, d'audace et d'élégance. Chez **Pillivuyt**, on développe des produits rassurants, en lien avec les souvenirs de l'enfance, les plats de nos grands-mères. Beau, le culinaire passe à table avec des effets plissés intemporels qui s'harmonisent à toutes les occasions. Le blanc reste dominant, mais la couleur débarque avec les dernières créations, et dans la mouvance "green", les effets de matières naturelles, brutes, végétales, imitation bois font leur apparition. Le carré n'est plus de mise. Désormais, les formes sont plus douces, courbes et naturelles.



Joe Sayegh
Plateau et bol Smooth

Le retour à la terre étant manifeste, les créations de **Chantal Vervaeke**, faites de boue, d'eau et de feu, sont dans le mouv' et répondent à l'engouement écologique. Ce sont des créations naturelles, brutes, et si solides qu'elles peuvent devenir un héritage pour les futures générations. Elles supportent les cuissons au four et micro-onde. Leur forme, stricte, épurée, est intemporelle. Déclinées dans des teintes neutres, naturelles faites maison pour un résultat aléatoire (beige, gris souris ou noir), elles autorisent de belles mises en scène en mix and match. Réalisée à la main selon une technique ancestrale, chaque pièce est personnalisable avec une petite accroche. **Jars Céramistes** prône plus que jamais le fait main made in France, grâce aux soixante-dix céramistes détenteurs d'un savoir ancestral. Adaptées aux besoins de la vie moderne, les céramiques sont parfaitement compatibles avec le micro-ondes et le lave-vaisselle. Dans la tendance actuelle, les pièces proposent des formes imparfaites et se rapprochent de l'aléa créatif. Ici, on aime les défauts, les contours irréguliers qui poussent encore plus loin l'idée du fait main, mais aussi les émaux à la cendre, à la fois précieux et rustiques. Le fil rouge de la maison : proposer des objets sensibles, avec un petit supplément d'âme.

La Faïencerie de Varages, qui doit sa renaissance à la passion et l'engagement de ses employés, donne de jolies formes et des couleurs vitaminées à une vaisselle fabriquée dans la pure tradition faïencière française. Grâce à la variété des teintes et des formes, chacun peut créer son service de table personnalisé et unique. Chez **Serax**, l'artiste Roos van de Velde symbolise le renouveau avec son service en porcelaine aux imperfections maîtrisées. Le service est comme en équilibre instable sur un fil de soie. Quant à la designer Paola Navone, elle rend hommage à la gastronomie italienne en créant la collection Pasta & Pasta.

Cécile Junod

À la **Faïencerie de Gien**, l'idée forte, c'est de créer un camaïeu de couleurs et de matières qui se répondent pour matcher : jouer avec les petites assiettes du service indigo toutes différentes, les petits bols et coupelles, mixer les basiques unis, oser le bois en couverts, plateaux, dessous de plat, rond de serviettes. En outre, la Faïencerie de Gien réinvente les codes de l'apéritif dînatoire en finesse et propose de nouveaux plats de présentation en faïence reliefée dans une gamme de cinq couleurs. **Jaune de Chrome** impose, encore et toujours, une technique d'émaillage inédite qui donne des reflets étonnants aux objets. Chez **J.L Coquet**, la collection indienne séduit par la délicatesse de son décor floral en deux nuances : rose poudré & blanc, bleu perle & blanc.