

DOSSIER

Outdoor

TOUT LE MONDE DEHORS!



L'*outdoor*, c'est in! Les jardins, les terrasses et les balcons sont devenus de véritables espaces de vie, par-delà les beaux jours. Plus question de laisser son pré carré en jachère. Des meubles confortables et rivalisant d'originalité jusqu'aux barbecues carrossés de couleurs vives, en passant par les pots qui plantent joliment le décor et la vaisselle bariolée, la maison s'invite dehors... et la tendance aussi.

Par Martine Dampeyrou

Les murs tombent. La maison prend l'air. L'extérieur est désormais considéré comme une pièce supplémentaire à part entière, où les belles idées d'aménagement et de décoration fleurissent. Il est vrai que neuf foyers français sur dix disposent d'un jardin, d'une terrasse, ou d'un coin de balcon. Besoin d'oxygène? Havre où l'on vient oublier les vicissitudes du quotidien? Envie de convivialité en famille ou entre amis? Quoi qu'il en

soit, on met le nez dehors en toute saison. Tel un nouvel art de vivre. « Ce phénomène est d'abord le reflet de l'évolution de notre mode de vie toujours plus urbanisé, explique le sociologue Bruno Viard. Pour les habitants des villes, la place manque. Et la nature aussi. On veut donc gagner de précieux mètres carrés en faisant du moindre petit balcon une extension du salon et on essaie d'inviter la nature chez soi. »

« À la suite des cuisines ouvertes sur les salons, les différences s'estompent entre intérieur et extérieur, ajoute Denis Castaing, cofondateur de Sabz, boutique spécialiste

du design *indoor-outdoor*. Même dans les régions où le beau temps n'est pas toujours au rendez-vous, l'extérieur est le nouvel espace de vie avec lequel il faut compter. » Compter? Alors que le marché de l'ameublement fait état d'une croissance légère (+ 2,5 %) et erratique en 2011, selon l'IPEA (Institut de prospective et d'études de l'ameublement), les ventes de meubles de jardin ont représenté 141 millions d'euros, soit une hausse de 3,9 % en valeur sur un an. Près de 20 % de ces achats sont effectués par des personnes vivant en appartement. Quant aux barbecues, êtes maussades ou non,

les indicateurs restent imperturbablement stables, avec 115 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2011. Quelque 1,2 million de pièces sont vendues chaque année, avec un pic en avril, mai et juin. Et ce, malgré un taux d'équipement élevé: 81 % des ménages qui disposent d'un jardin ou d'une terrasse ont un barbecue. En outre, plus de trois Français sur quatre placent le barbecue en tête des loisirs de plein air, d'après une enquête de l'Observatoire des loisirs. Par ailleurs, on s'amuse de plus en plus à brouiller les codes dedans/dehors. On a envie d'un jardin aussi confortable et raffiné qu'une pièce intérieure. Canapés, lits, méridiennes, poufs, tables basses, luminaires ou autres tapis, tout un répertoire jusqu'alors cantonné à la maison s'extériorise. Et on y met les formes! Belles, originales, voire résolument débridées. Les couleurs flashy sont également de sortie. Témoins de cette vitalité, la place croissante accordée à l'outdoor sur les salons et une offre toujours plus foisonnante, saison après saison. Pas une marque de l'univers déco maison qui ne lance des produits spécifiques pour le jardin, pas un fabricant de meubles qui ne retravaille ses classiques en version extérieur. Pas de jardin, ni terrasse? Pas même un bout de balcon? Pas question pour autant de rester enfermé.

Vaisselle de charme et écolo, sacs isothermes, barbecues portatifs, coussins moelleux... Autant d'accessoires qui tombent à pic pour un pique-nique chic. Promenons-nous dans les bois! Ou ailleurs. Sous l'impulsion des jeunes générations, le pique-nique s'enracine maintenant en ville. Sus aux carrés de verdure! « Toutes les occasions sont bonnes pour répondre à l'envie de profiter de la nature, même en ville », constate ainsi François Bernard, directeur artistique de l'agence de style Croisements.

Nul besoin d'être grand clerc pour comprendre que l'engouement pour l'outdoor et l'aspiration à une proximité avec ce qui rappelle la nature relèvent du phénomène de société. Un phénomène qui induit de nouveaux modes de consommation, de nouveaux marchés et, par là, de nouvelles opportunités commerciales pour tous les acteurs en lien avec cet univers, les fournisseurs comme les détaillants.

Le mobilier s'offre un bol d'air design

Comme affranchis des contraintes de l'espace intérieur, les meubles outdoor ont acquis une liberté de style et d'expression qui stimule la créativité des designers. Les tables et chaises en plastique ont vécu. Même la résine tressée, réplique



synthétique du rotin, perd un peu de terrain. Cette saison, le bois revient en force, mais la tendance est au mariage de matériaux, à l'association bois-métal, bois-verre ou métal-plastique. C'est le choix fait, notamment, par le fabricant espagnol Kettal, dont la collection « Bit-ta » est une combinaison de structures en aluminium et d'assises en corde polyester, ainsi que de dessus de table en teck et en pierre, ou par Now's Home avec sa ligne « Sea Teack », alliance de teck et d'aluminium. Chez Fermob, Frédéric Sofia a

imaginé la banquette « Sixties », en tube d'aluminium et polymère tressé, l'une des seules hybridations de matières proposées par cet expert du métal, qui fabrique les emblématiques chaises « Bistro » et « Luxembourg ». Autre grande tendance: le slacking, art qui consiste à se prélasser avec classe et se traduit par des canapés XXL, des fauteuils bas et voluptueux et d'accueillantes chaises longues, à transformer la plus laborieuse des fourmis en cigale décomplexée.

Plus de trois Français sur quatre placent le barbecue en tête des loisirs de plein air



Et parce qu'ils utilisent des matériaux issus des dernières recherches technologiques, résistants aux aléas climatiques, les meubles ne se rentrent plus à la première goutte de pluie. Les assises et dossiers de chaises, les chaises longues et les transats se couvrent de toiles qui ont également une excellente tenue dans le temps. En la matière, c'est le Batyline® (fibre de polyester recouverte d'un revêtement en PVC et tissée de fils gainés) et le textilène qui s'imposent. Atouts? Pas

de décoloration sous l'action des rayons UV, résistance aux grandes variations de températures et aux déchirures, séchage rapide, 100 % recyclable.

Lavables d'un coup d'éponge, ils affrontent même sans broncher les goûters d'enfants...

Le design éclaire aussi nos lanternes. Dernières créations en date, la lampe à suspendre « In & Out », en Tyvek (papier non tissé, anti-

feu et résistant à l'eau), dessinée par Arik Levy pour Forestier ou la lampe chinoise aux ampoules fluo-compactes « Cherbourg-Beijing », imaginée par Mathieu Lehanneur avec le fabricant de parapluies Le Véritable Cherbourg. Et que dire des pots, vasques et autres jardinières? Formats surdimensionnés, couleurs toniques, jeux de matières... ça dépote! Les contenants marquent le décor de leur forte présence et inspirent également les grands noms du design, à l'instar de Pierre Charpin pour Tectona, Patricia Urquiola pour Emu, ou Karim Rashid et ses jardinières « Spaghetti » pour Vondom.

Le barbecue sur le grill

Imposants pour régaler de nombreux convives ou d'un encombrement réduit, classiques à l'extrême ou véritables ovnis de jardin, les barbecues se déclinent aujourd'hui sous toutes les formes et toutes les couleurs. Les fabricants, toujours plus nombreux sur le marché, s'en donnent manifestement à cœur joie. Il est même possible d'accompagner la cuisson de ses grillades en musique. Une innovation de l'entreprise anglaise Russell Hobbs,



DR

qui commercialise un barbecue, le « George Foreman », pouvant accueillir CD et Mp3.

Les produits en vogue? Les appareils nomades, petits et légers, à poser sur la table ou transporter partout avec soi. À l'image du « Smokey Joe » tout rond de Weber, du « Fyrkat », un best-seller de Bodum, ou du modèle au look de vase chromé signé Eva Solo, ils attendent un marché déjà dynamique. Ils voudraient même conquérir enfin les femmes. Car voilà une activité où la parité n'a toujours pas droit de cité. On compte, en effet, très peu d'utilisatrices « autonomes » du barbecue: 15 %, paraît-il! Mais quand ces petits modèles prennent un coup de peinture et voient la vie en rose, comme chez Sagaform, Weber ou Cobb, cela ne laisse aucun doute quant à leur cible.

En parallèle, hier incontournables du charbon de bois (qui représente encore 62 % du marché), les Français s'équipent de plus en plus de barbecues à gaz, faciles à nettoyer, enfantins à allumer et plus sains. En revanche, le barbecue solaire est à ses premiers crépitements. Jusqu'ici, seule la marque française IDCook avec son « Cookup 200 », un modèle nomade de forme parabolique, tire les marrons du feu. Mais ce qui enflamme assurément le secteur, c'est la plancha. Les ventes ont bondi de 70 % en un an, selon la société d'études GfK. Sur l'air du manger sain et léger, la plancha grignote des parts de marché, surtout dans le sud-ouest, origine espagnole oblige. Cette méthode de cuisson très appréciée des grands chefs a été la star de l'été 2011. Et elle pourrait bien rester un moment en haut de l'affiche.

La vaisselle et sa belle plastique

Pour les repas au jardin ou les pique-niques, inutile de ressortir les gobelets en plastique blanc et les assiettes en carton. Vive la vaisselle en mélamine ! Et multicolore ! Très solide, lavable en machine et pas chère, elle offre bien des avantages. Assiettes, verres, bols, saladiers, carafes, tasses ou plateaux... tous les ustensiles y passent ! Les

spécialistes en la matière ? Platex, Zak ! Designs, ou encore Guzzini, qui proposent une vaisselle en mélamine créative et d'une qualité irréprochable, à sortir sans complexe pour les dîners entre amis. A fortiori si on l'associe à des couverts en plastique de style, à l'image de

la plancha grignote des parts de marché

ceux fabriqués par la marque italienne Pandora Design, colorés ou parodies réussies de métal argenté. Tout aussi facile à vivre, incassable, le polycarbonate, cette matière plastique qui joue sur les effets de transparence, se fait peu à peu une place au soleil mais demeure dans l'ombre de la mélamine.

Reste que par souci pratique, les buffets en plein air et les pique-niques s'accompagnent souvent de vaisselle et de serviettes jetables. Pratiques, oui. Mais pas écolos. Air du temps très vert oblige, les fabricants ont su innover et proposer des produits biodégradables, recyclables, 100 % écologiquement corrects. Le jetable durable, en somme ! Au menu : des assiettes en feuille de palme, en résidu de canne à sucre, en PLA (acide polylactique, issu de la fécule de maïs). Et pour ceux qui ne veulent pas pour autant tourner le dos au design, le créateur japonais Shinichiro Ogata façonne pour Wasara des articles d'une grande élégance, composés de fibres de roseaux et de bagasse (résidu de sucre de canne). Le textile a également la fibre environnementale. Bo & Bio, la marque de CGMP, leader français des arts de la table éphémères, propose des nappes et serviettes en célibio®, une matière exclusive entièrement biodégradable et compostable, qui présente la même tenue que les produits non tissés classiques.

