



ENQUÊTE

LES VRAIS BEST-SELLERS DU DESIGN

Les meilleures ventes ne sont pas celles que l'on croit. Entre les pièces iconiques, sur le marché depuis des années, et celles hyper-médiatisées, un succès peut en cacher un autre. Par Pierre Léonforte

400 000

exemplaires vendus depuis 1983.

Bouilloire « 9091 ». Designer: Richard Sapper.
Éditeur: Alessi. Prix: 189 €. www.alessi.com



6 millions

d'exemplaires vendus depuis 1955.

Chaise « 3017 » (« Butterfly » ou « Série 7 »). Designer: Arne Jacobsen. Éditeur: Fritz Hansen. Prix: à partir de 180 €. www.fritzhanzen.com



PHOTOS ALESSI, FRITZ HANSEN

Best-seller : expression d'origine américaine inventée au début du xx^e siècle pour établir la liste des livres qui se vendent le mieux. En matière de design, quid du mobilier moderne et contemporain, par essence pur produit industriel signé d'un architecte ou d'un designer ? Existe-t-il un Top 10 du genre ? Et, surtout, à partir de quelle quantité vendue peut-on raisonnablement parler de best-seller ? Premier état des lieux, superficiel : tous les produits sont merveilleux, tout se vend à tout le monde. Après enquête, il s'avère que le sujet fait rentrer la plupart des acteurs du secteur dans leur coquille. Beaucoup refusent tout net de communiquer leurs chiffres, déclarant être « en guerre économique ».

« La notion de best-seller s'analyse sous plusieurs angles : le type d'article, son prix de vente, le marché sous-jacent et la taille de l'entreprise qui vend ce produit. Ainsi, les valeurs absolues des ventes peuvent varier

énormément d'un best-seller à l'autre, commentent Michel et Olivier Roset (groupe Roset). En effet, on ne peut comparer les ventes d'une chaise en plastique à 50 € avec celles d'un canapé en cuir pleine fleur. De plus, la taille du marché contemporain, plus confidentiel, ne peut être comparée à des marchés plus traditionnels. »

Segmenter pour analyser

Le décor est planté : la segmentation est obligatoire et indispensable pour donner du sens à certains chiffres et comparer des choses comparables. Il faut également considérer que le répertoire du design est dominé par les références emblématiques et historiques qui, plus d'un demi-siècle après leur création, alignent évidemment des chiffres impressionnants, parfois invérifiables et souvent portés par le marché de la collectivité. Certains volumes de vente sont inversement proportionnels à leur coefficient de médiatisation. En ré-

sumé, ce ne sont pas les icônes qui se vendent le plus. Enfin, entre édition, production et distribution, le marché du mobilier « design » signé représente environ 5 % du volume global de la production et de la vente de mobilier en France (*lire encadré*) et se situe dans le segment haut de gamme (30 % du marché). Néanmoins, cela ne signifie pas que le design soit absent des 70 % restants. Exemple : le tabouret « Tam Tam » créé en 1968 par Henry Massonnet. Relancé voilà quelques saisons par Branex, il est vendu 19,90 € aux 3 Suisses et, cet automne chez Leclerc, coloris inédits à la clé, on le trouve pour 7 € et des nêfles. Plus de 12 millions de ces tabourets ont déjà trouvé place dans nos intérieurs.

Face aux poids lourds de la grande distribution, l'e-commerce a chamboulé la donne mais pas autant qu'on pourrait le croire, car ce dernier est plus favorable aux petites pièces et aux luminaires qu'aux gros



43 millions

d'aspirateurs Dyson vendus depuis 1993.

Aspirateur « DC29 ». Concepteur : James Dyson. Éditeur : Dyson. Création : 1997. Plus d'un million d'exemplaires vendus en France depuis 1997 (43 millions d'aspirateurs vendus dans le monde, tous modèles confondus, depuis 1993). Prix : à partir de 350 €. www.dyson.com

1 275 343

exemplaires vendus depuis 1973.

Canapé « Togo ». Designer : Michel Ducaroy. Éditeur : Ligne Roset. Modèle le plus vendu : le deux places en Alcantara. Prix : 2 333 €. www.lignerose.fr

400

exemplaires vendus en 6 mois.

Suspension « In & Out » lancée début 2012. Designer : Arik Levy. Éditeur : Forestier. Prix : à partir de 235 €. www.forestier.com



PHOTOS DYSON, LIGNE ROSET, FORESTIER

Un best-seller est un produit qui se maintient dans le temps au-delà du cycle de vie moyen de cinq ans.

meubles. Le site madeindesign.com affiche ainsi son hit-parade 2011 : la lampe « Binic » de Ionna Vautrin pour Foscarini (également vendue par La Redoute), la « Ball Chair » de Finn Stone pour XL Boom, le fauteuil « A56 » de Tolix, réel best-seller historique et le chien « Puppy » d'Eero Aarnio pour Magis, un gadget.

Durée de vie et records de vente

Des best-sellers sans chiffres, ni quantités, ni points comparables. « Les échelles sont relatives, les nôtres ne sont pas les mêmes que celles d'Ikea ou de Kartell. Encore moins celles de Samsung ou d'Apple », commente Nicolas Roche, directeur des collections Roche Bobois. Et d'avancer un élément essentiel dans l'appréciation des records de vente : la durée. « Un best-seller est un produit qui se maintient dans

le temps au-delà du cycle de vie moyen de cinq ans » (comme le canapé « Mah-Jong » qui existe depuis 1971). Gisement de best-sellers, Roche Bobois, qui bénéficie d'un réseau de distribution mondial, affiche des chiffres à plusieurs zéros, même pour les grosses pièces – buffets, tables – tandis qu'une chaise best-seller atteint facilement les 50 000 pièces, sachant qu'elle se vend généralement par séries de quatre ou six. La moyenne annuelle de vente raisonnable d'une pièce de mobilier industriel signée par un designer ou un architecte se situe en France entre 1 500 et 3 000 exemplaires. Ce n'est qu'à partir de 5 000 exemplaires qu'on commence à évoquer la notion de best-seller. Si la réserve des industriels entrave toute tentative de classement, il existe tou-

tefois un hit-parade informel et confidentiel portant sur le montant des royalties encaissées par les créateurs. Champion n° 1 : Philippe Starck, suivi de Jean-Marie Massaud, Patrick Jouin et Stéphane Mathieu. Inconnu du grand public, ce dernier, qui fut le co-inventeur avec Patrice Cote du ski parabolique, confesse réaliser un chiffre d'affaires annuel de 35 millions d'euros alimenté à 60 % par ses royalties réalisées par la vente de 150 produits édités. Designer rare, Adrien Gardère a dessiné pour l'Italien Artemide la collection de lampes « Melampo », vendues, tous modèles confondus (chiffres estimés par l'intéressé) à 150 000 exemplaires depuis sa création en 2005. Artemide, justement, qui distille ses chiffres au compte-gouttes, avance ceux spectaculaires de sa lampe

500 000

exemplaires vendus par an depuis 1987.

Lampe « Tolomeo ». Designers : Michele De Lucchi et Giancarlo Piretti. Éditeur : Artemide. Prix : à partir de 269 €. www.artemide.com

100 000

exemplaires vendus par an depuis 1937.

Chaise « A ». Concepteur : Xavier Pauchard. Éditeur : Tolix. Prix : à partir de 180 €. www.tolix.com



PHOTOS TOLIX - ARTEMIDE

La signature d'un designer-star bankable, à l'instar d'un film, ne garantit nullement le succès d'un produit.

1 450 000

exemplaires vendus depuis 1998.

Chaise de bureau «Please 1». Designer: **Robert Schep** (Version «Please 2», 2005, designer: Simon Wilkinson). Éditeur: **Steelcase**. Prix: à partir de 1 187 €. www.steelcase.com

100 000

exemplaires vendus en 2011 en Suisse.

Système d'aménagement universel. Designer: **Fritz Haller**. Éditeur: **USM**, 1963. Prix moyen: 3 000 €. www.usm.com



«Tolomeo» créée en 1987 par Michele De Lucchi et Giancarlo Piretti: 500 000 exemplaires environ, tous modèles confondus, en 2011. De Lucchi en personne annonçait quant à lui le chiffre de 500 000 par mois ! Rayon cafetière, face à Bialetti et son iconique modèle vendu à plus de 200 millions d'exemplaires depuis 50 ans, Alessi annonce avoir écoulé en 2011 pas moins de 75 000 exemplaires de la cafetière «Moka» d'Alessandro Mendini, 80 000 pièces du coquetier «Cico» et 30 000 du presse-agrumes «Juicy Salif» de Philippe Starck (1990). Avec plus de 400 000 exemplaires depuis 1983, la bouilloire «9091» de Richard Sapper est un autre best-seller absolu pour l'édi-

teur italien. Alors que tous rêvent de chiffres à cinq zéros et royalties assorties, la signature d'un designer-star bankable, à l'instar d'un film, ne garantit nullement le succès d'un produit. L'histoire et l'actualité du design sont truffés d'accidents industriels, de bides déguisés en «rencontres» ratées entre le produit, toujours trop en avance sur son temps, et le client, guère prêt à essayer les plâtres.

Les flops et les tops

Illustration avec la lampe «Bague» signée Patricia Urquiola pour Foscarini: bien qu'exposée au MoMA à New York, elle a été retirée du catalogue fin 2011 après quelques mois d'existence et de méventes avérées. Il arrive en revanche que la large médiation d'un produit corresponde à une réussite commerciale tangible. Relancée en janvier 2012 sous la nouvelle direction artistique de Jean-Dominique Leze, dûment annoncée et relayée par la presse, la maison Forestier a vendu en six mois 400 exemplaires de la suspension «In & Out» d'Arik Levy (son lingot cale-porte pour ENO s'était écoulé à 20 000 exemplaires la première année d'exercice de ce petit éditeur français). Pour Jean-Dominique Leze, qui précise «qu'en matière de luminaire, il faut compter 10 000 exemplaires pour parler de best-seller», ce démarrage laisse présager que cette lampe atteindra rapidement ce chiffre. Propriétaire des cinq showrooms RBC Mobilier en région Sud-Est, dont celui de Nîmes inauguré en 1987, et le plus récent, à Lyon,



LES CHIFFRES DU MARCHÉ FRANÇAIS

Tracté par le bricolage (+ 8,2%) et le jardinage (+ 10,2%), porté par les enseignes grand public comme Ikea, Fly, Monsieur Meuble, Conforama, etc., le marché français de la maison a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros, tiré par la literie et la cuisine. Avec un taux de renouvellement par logement de 23 ans pour une cuisine, 15 ans pour un canapé, 18 ans pour une chaise ou encore 9 ans pour une bibliothèque, l'habitat concerne près de 6200 entreprises de distribution de meubles et de luminaires.

l'entrepreneur Franck Argentin est un bon baromètre. « Ce que je vends le plus ? Les chaises qui valent entre 150 et 300 €. À mes débuts, en 1987, mon chiffre d'affaires était constitué à 90 % par le mobilier de bureau ; depuis le début des années 2000, c'est le contraire, le résidentiel en assure 70 %. » En toute transparence, Argentin livre son propre hit-parade 2011 : on y trouve 450 fauteuils « Louis Ghost » et 480 chaises « Victoria Ghost » de Starck (Kartell), 480 chaises « DSR » à piètement chromé des Eames (Vitra), 450 chaises et 300 fauteuils « Luxembourg » (Fermob), 380 « Panton Chair » (Vitra), 320 lampes « Bourgie » de Ferruccio Laviani (Kartell) et encore 290 « Flow Chair » de Jean-Marie Massaud (MDF), un produit cher. Des performances à faire pâlir certaines enseignes parisiennes et qui sont la preuve que le marché des best-sellers n'est pas forcément là où on l'attend ■

500000

exemplaires vendus depuis 1971.

Canapé « Mah-Jong ». Designer : Hans Hopfer. Éditeur : Roche Bobois. Prix : entre 7 000 et 8 000 €. www.rochebobois.com



PHOTOS STEELCASE, USA, ROCHE BOBOIS