… et que le son monte !

Spécialiste du son, René Adda souligne que « l'évolution technique a fait exploser la capacité à mettre en lumière et en son les espaces. La miniaturisation de la technologie, le passage aux leds et autres batteries rechargeables contenant du lithium ont permis le développement d'une nouvelle génération de lampes, dont Ingo Maurer und Team, Foscarini et d'autres ont su développer la technologie en Europe. Lampe et audio se combinent sur le même support, le son et la lumière se rejoignent dans la même lampe. »

Cela dit, outre l'utilisation ponctuelle des enceintes nomades, l'aménagement sonore de l'extérieur est encore un secteur qui requiert des compétences techniques importantes, pour peu que l'on souhaite des enceintes fixes. Des sociétés comme Henri qui gèrent de A à Z les installations pour l'intérieur ont cependant élargi leur intervention à l'extérieur.

Ces prestations relèvent pour le moment de services très haut de gamme, comme ceux du Cercle Parnasse. Filiale d'Orange, il fête discrètement ses 15 ans avec une clientèle ultra-sélecte, qui comprend 3 000 adhérents. Responsable des prestations sur mesure Parnasse Sud, Younesse Bouzahzah accompagne les clients sur les transferts des enceintes de Bose, Bang & Olufsen, Sonos, Origin Acoustics, Architettura Sonora ou encore Bluesound : « Pour toute installation, un audit avec diagnostic est nécessaire pour le câblage des résidences de grande superficie, et, en fonction du son et du design souhaités, on propose des solutions. Des produits qui se marient avec la végétation ou se noient dans la pierre, les rochers, de qualité, souvent anthracite. Pour être totalement indépendant, le client est accompagné à distance. »

Un succès qui appelle des réorganisations pour perdurer

L'explosion de la demande post-Covid et les enjeux de différenciation par les matériaux et les techniques mis en œuvre pour les fabricants et éditeurs appellent des réorganisations, tant en termes d'approvisionnement en matières premières ou de catégories de matériaux, que d'outils de production ou de services, notamment pour la personnalisation. Anthony Glories, directeur France de Cosentino, le note : « La demande en Dekton pour la production de plateaux de tables ou de cuisines d'extérieur ne cesse de croître. Nos produits sont conçus pour être très résistants et offrir, selon les finitions (brillant, mat, antidérapant, etc.) et les épaisseurs de multiples applications. Mais sur la partie mobilier, nous avons dû adapter notre outil, en lançant une nouvelle ligne de production pour fabriquer des plaques plus petites et ainsi limiter le taux de chutes et de pertes de matière première. » De même, Monica Pedrali évoque l'intégration d'outils digitaux qui permettent d'adapter les collections à la demande, tout en assurant une réactivité de la production. Côté textile, Serge Ferrari lance cette année un logiciel donnant la possibilité aux clients de l'entreprise de customiser la gamme de tissus existante, avec un miminum de commandes moins important qu'avant. Une stratégie qui facilite le travail des profondeurs de gammes, tout en optimisant la gestion des stocks, un autre enjeu pour un marché encore saisonnier.

L'heure de la durabilité

Un incontournable de nos jours : la R&D menée pour l'élaboration des matériaux recyclés. Chez Pedrali, la chaise Recycled Grey (lancée en 2020) est le premier produit complètement recyclé proposé par l'éditeur. Elle est composée à 50 % de déchets plastiques issus de la collecte de la consommation grand public et à 50 % de déchets plastiques industriels. Même approche chez Lafuma Mobilier : « Nous travaillons intégralement avec des matériaux sourcés et transformés localement en France ou dans les pays limitrophes pour limiter notre niveau d'émissions de CO_2, (…). Nos aciers comportent jusqu'à 75 % de matière recyclée, notre aluminium, 80 %, nos plastiques, 17 %, et nos cartons, 100 %, avec des cales en mousse fabriquées à partir de filets de pêche recyclés. Nos nouveaux tapis sont issus du recyclage de bouteilles plastiques PET recyclées, et nous avons mis en place il y a deux ans une collection totalement upcyclée appelée Nationale7 par Lafuma Mobilier. Notre production respecte les standards les plus stricts en matière de rejets de polluants. Enfin, nous menons une politique de réduction drastique de nos déchets en production avec de nombreux projets internes de réutilisation-revalorisation. » Outre l'utilisation du métal pour son mobilier, Fermob annonce gérer une totale recyclabilité de ses gammes de luminaires, y compris des batteries. Et ce ne sont que quelques exemples. L'organisation de la démarche environnementale guide les axes de développement des entreprises, lesquelles, par ce prisme, innovent.

Sourcing local, un enjeu écologique et stratégique

À l'intérieur des démarches RSE, la question de la localité du sourcing engage des réflexions sur les enjeux liés à l'approvisionnement en matières premières, mais aussi sur la singularité et l'identité de l'offre par la valorisation des territoires et des savoir-faire locaux. Sans être dans une démarche de relocalisation des approvisionnements en matières premières de l'entreprise, Blanche Aloisi de Crépy, directrice générale de Tectona, explique à propos de la collection Soleil, signée Martin Szekely : « Martin nous a suggéré d'utiliser une autre essence que le teck [forcément importé d'Asie, et souvent transformé sur place, ndlr] afin de ne pas se limiter dans la proposition. La collection est ainsi en mélèze issu de forêts européennes, un matériau encore peu présent sur le marché du mobilier outdoor, malgré toutes ses qualités de résistance, d'imputrescibilité, de dureté. Nous avons également introduit d'autres essences cette année : le frêne pour la chilienne Siesta, par exemple, même s'il nécessite des traitements type vernis et de l'entretien. » Bruno Allard, chez Cinna, parle aussi, à propos du choix d'utiliser des mousses indoor dans la production de produits outdoor, de cet enjeu de localisation qui permet de garder la main sur la qualité du confort, a fortiori sur un segment haut de gamme. Dans le registre de la culture locale, pour sa collaboration avec Bosc, Samuel Accoceberry a adapté pour l'extérieur des modèles originellement conçus pour l'intérieur, comme le canapé Contis Plage, sans tapissage pour le dossier ou avec des accoudoirs élargis. « Il y a un besoin lié à la culture locale, l'ancrage, la manière de valoriser le savoir-faire, assène-t-il. Une façon de vivre localement. Cela vient aussi de demandes d'architectes d'intérieur qui, pour leurs clients, cherchent des produits qui soutiennent cette identité locale qui différencie l'offre. Et puis, c'est une forme d'engagement. La demande est assez marquée. »

Living outside: product typology and object complements

With the need for cross-spaces, the range is expanding to include complements designed for multiple auxiliary functions and decorative needs. Regarding his collaboration with Serax, José Lévy explains "this appropriation of elements that become, through use, multifunctional", as the side table-stool… Blanche Aloisi de Crépy, general manager of Tectona, sees this approach as the brand's development strategy. "We are already developing shade accessories such as parasols, we manufacture outdoor showers in our workshop in Normandy, but we want to expand our complementary product offering: functional and decorative accessories for plants, lighting, etc. This is essential if we want to remain a reference brand in the garden sector. This is essential if we want to remain a reference brand in the garden sector." Bruno Allard, at Cinna, notes that these developments were anticipated by designers. «In our recent archives, there are a number of offers for decorative accessories, small support furniture:. We are moving forward gradually, aiming to match demand, using strategy and aiming for a balanced offer. It's also a matter of strategy and balancing the offer, especially since we are expected to be creative." Similarly, Diabla, the fun brand of the Gandia Blasco group, offers accessories with its Plizy light fixture such as light aluminium legs that allow you to compose a floor lamp by hanging the lantern. Sebastian Herkner speaks of "all these objects that gradually fill terraces: small lights, speakers, etc.", to illustrate new coming object design and decoration in the garden.

In the garden… let the light in!

Indoors, the LED created a revolution in lighting, and we can't wait to see what is new at the next Euroluce. The development of solar-powered or rechargeable batteries has been its counterpart in the garden. Beyond the lighting of the site to enjoy it at night through bollards, wall lights, beacons, as proposed by specialized editors such as Flos or Nemo Lighting, furniture manufacturers in turn seized these technical developments to allow the freedom to walk, inherent to outdoor space, with variations of table lamps … or even floor lamps and other accessories. It is always a matter of transposing - entirely - the living room to the garden, and to benefit on the long run from the space, day and night.

This trend is not ready to stop if we refer to Fermob. At the last edition of Maison & Objet, the company chose a stand exclusively dedicated to lighting: a diversification driven by the initial success of the Balad lamp launched in 2015, and especially by the proximity of the manufacturer with Smart & Green, specialist in the field. As Bernard Reybier explains: "Today we are a lighting manufacturer". And ranges diversified from battery-powered nomadic lighting to connected collections. The in-house studio developed an app, and a "switch" (in other words, an intuitive, ultra-simplified remote control) to enable lighting and intensity to be managed via Bluetooth. This is a real investment in this sector, given the training given to specialized retailers and the upcoming development of specialized corners after the temporary concept store in Marseille, 100% lighting oriented. In addition, other manufacturers such as Maiori also improved autonomy issues.

…and the sound goes up!

Founder of Lexon, René Adda, emphasizes that "technical evolution revealed the ability to bring light and sound to spaces. From technology miniaturization, the switch to LEDs and other rechargeable batteries containing Lithium a new generation of lamps emerged including Ingo Maurer und Teams, Foscarini and others who developed the technology in Europe. Sound and light are combined in a lamp."

That said, in addition to the occasional use of mobile speakers, the sound design of outdoor spaces is still a sector that requires significant technical skills when it comes to fixed speakers. Companies like Henri, organizing from A to Z indoor installations, manage more and more outdoor ones.

For the time being, these services offer very high-end services such as those of the Cercle Parnasse. As a Orange subsidiary, it is quietly celebrating its 15th anniversary with an ultra-selective clientele of 3,000 members. In charge of Parnasse Sud custom services, Younesse Bouzahzah helps customers with speaker transfers from Bose, Bang Olufsen, Sonos, Origin Ocoustics, Architettura Sonora, Bluesound… : "For all installations, an audit with diagnosis is necessary for the wiring of large residences and depending on the sound and design sought, we offer solutions: products that blend with the vegetation or drown in the stone, quality rocks, often anthracite. In order to be totally independent, the customer is accompanied remotely."

A success that needs reorganization in order to stay alive

The significant increase in post-Covid demand and the challenges of differentiation by materials and techniques for manufacturers and editors call for reorganizations, both in terms of raw material supply or categories of materials, as well as production tools or services, especially regarding customization. Anthony Glories, Cosentino's French director, notes: "For the past few years, the demand for Dekton to produce table tops or outdoor kitchens has been growing steadily. Our products are designed to be very resistant, and offer, depending on the finish (glossy, matt, anti-slip, etc.) and thickness, multiple applications. But for the furniture part, we had to adapt our tool by launching a new production line that allows us to manufacture smaller plates and thus limit the rate of offcuts and losses of raw material.» Similarly, Monica Pedrali mentions the integration of digital tools that allow the company to adapt collections to demand, while ensuring production responsiveness. Regarding textiles, Serge Ferrari is launching a software this year that allows the company's customers to customize the existing range of fabrics with a lower minimum order quota than before. A strategy that helps the work of range varieties, while optimizing inventory management, another strategic issue in a still seasonal market.