

Les dominos européens de la cuisine

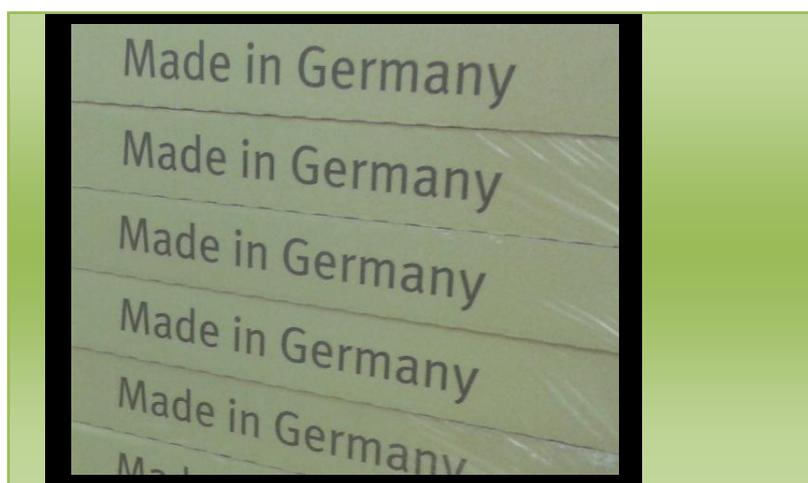
(Quand le marché français de la cuisine va, tout va pour l'industrie allemande ?)

Tous à la même enseigne ! Il ne s'agit pas du nouveau slogan offensif d'un franchiseur en mal de recrutement, mais du constat dressé après la conférence de presse tenue en commun fin novembre par le VdDK, le VdDW et le VdDP, respectivement fédérations allemandes des fabricants de cuisines, des constructions individuelles et de sièges. Toutes ont en effet annoncé une baisse globale du chiffre d'affaires de leur filière industrielle, durant les neuf premiers mois de 2013. L'herbe n'est donc pas toujours plus verte ailleurs, outre-Rhin en l'occurrence.

Quoique. On aurait tort de pavoiser chez nous (qui y penserait d'ailleurs ?), car tout est relatif, comme l'aurait rappelé le génial Albert dont la théorie scientifique sur le sujet lui a assuré la gloire éternelle et pour les autres des avancées majeures dans leur compréhension de l'univers. Revenons à des choses plus concrètes et prenons le cas de la cuisine allemande. Comme en France, c'est elle qui s'en est le mieux tirée. Ou le moins mal, à vous de

voir (encore Albert qui revient au tableau noir) : avec une baisse de 0,3 %, elle est s'inscrite dans une stagnation globale (certaines firmes ont davantage chuté alors que d'autres ont franchement progressé, cf. notre article sur Poggenpohl de mardi 17 décembre). Une stabilité que sa voisine française pourrait lui envier : selon notre compilation des estimations déclarées par les uns et les autres, elle devrait en effet terminer l'exercice sur un recul général de 3 à 8 %, cette fourchette dissimulant des disparités entre les divers industriels.

De plus, on a souvent écrit sur ce site que ce qui fait la force des fabricants allemands, la puissance d'exportation, constitue aussi leur talon d'Achille. Traduction cette année : l'industrie germanique de cuisine a connu en réalité une hausse de 0,5 % sur son marché intérieur, mais celle-ci a été dégradée par une érosion de 2 % de ses ventes à l'étranger et surtout de 6,1 % dans les pays de la zone euro, région économique à la traîne de la reprise mondiale mais qui reste le plus gros débouché des grandes usines sur l'autre rive du Rhin. Rien de nouveau donc sous le soleil d'hiver : l'industrie allemande de cuisines ne peut donner sa pleine mesure et exploiter sa toute puissance que si ses voisins, France en tête, se portent bien. Ce qui n'est pas le cas, n'en déplaisent à ceux s'obstinant à croire ou nous faire croire que la courbe du chômage va s'inverser avant la fin de l'année... Les fabricants français ne dépendent quant à eux pas de l'étranger pour briller, mais dans leur cas, on ne peut que le déplorer, alors que leurs positions y étaient bien plus fortes dans les années 1990 (par



exemple, Arthur Bonnet, alors encore pleinement français, réalisait de bons scores outre-Manche et avait créé une filiale aux Etats-Unis...)

Bien que les valeurs se soient améliorées pour le mois d'octobre, les fédérations réunies fin novembre ont préféré restées prudentes et n'ont pas évoqué de renversement de tendance. Elles tablent en revanche sur une amélioration significative dès le premier semestre en 2014... sans préciser si celle-ci s'adosserait sur une reprise de la zone euro en général et de l'attractif marché français en particulier.

✓ Jérôme **Alberola**