



## DOSSIER



## une offre nécessaire

Pendaisons de crémaillère, fêtes familiales, mariages ou même dîners... Les occasions d'offrir un article lié à l'univers de la maison ne manquent pas. Une offre dédiée serait-elle alors un bon moyen de booster les ventes ?

Par Lena Rose





**D**ans les magasins, l'offre en arts de la table et en objets de décoration est un cadeau géant. Car tout, ou presque, est susceptible de s'offrir. « C'est un axe de commercialisation important dans les arts de la table. Historiquement même, au cœur de notre métier, avec la liste de mariage », souligne Thierry Villotte, président du directoire de Guy Degrenne. Mais évolution des

mœurs oblige, cette dernière s'est élargie à d'autres univers, comme le voyage, depuis la fin des années 90. « Elles sont de moins en moins demandées et nous n'en proposons même plus depuis l'an dernier », raconte Catherine Mahé, directrice du magasin Geneviève Lethu à Quimper. Le constat est le même chez Habitat. « Les consommateurs ne veulent plus être contraints dans leurs achats cadeaux. Nous avons songé à réactiver ces listes de mariage, mais il n'y a pas de réelle demande dans ce sens, et si c'était le cas, je pense qu'il faudrait s'associer à d'autres enseignes », indique Rémy Poirson, directeur marketing d'Habitat. Une stratégie pour laquelle Guy Degrenne a opté, mais en se positionnant en concurrent des sites tels que 1001 Listes ou des nouveaux intervenants dont le seul objet est la collecte des dons pour constituer des cagnottes, que les jeunes mariés peuvent utiliser à leur guise, en lançant Id Listes en 2012, un concept *cross-canal* entre Internet et point de vente physique qui regroupe des marques françaises haut de gamme consacrées à l'art de vivre. « Il permet d'ouvrir une liste pour toutes les grandes occasions de la vie se traduisant par un cadeau commun. Le service Id Listes monte en puissance et devrait encore évoluer », explique Thierry Villotte. Si le mariage fait un peu moins recette, d'autres périodes stratégiques animent les ventes : Noël, la fête des Mères, des Pères, et Pâques « associé à une réunion de famille et donc une occasion d'offrir une carafe, des assiettes à dessert... », relate Rémy Poirson. Chez Ambiance&Styles, le cadeau est devenu un élément moteur du marché, dynamisé par de nouvelles opportunités comme une invitation à dîner, par exemple. « C'est une démarche nouvelle, on offre des verres, un plateau, des ronds de serviettes, des mugs, à la place des fleurs ou des chocolats », indique Valérie Maillard, directrice du magasin de Roanne.

Les crémaillères sont le moment de se regrouper pour offrir des articles beaux et utiles comme les robots multifonctions et autres kitchen machines. « Tous les produits de la gamme transversale kMix de Kenwood, kMix Colors, kMix Pop Art sont de vrais cadeaux design-déco », confirme Vincent Bougeard, directeur marketing et communication du groupe De'Longhi. « Avec leur large gamme de coloris, les robots KitchenAid déclenchent l'achat coup de cœur pour ces occasions. Les fontaines à chocolat sont aussi tendance », note Jacky Cordelle, patron du showroom l'Atelier des Arts culinaires, à Paris. Un plus pour ce segment de marché sachant « qu'un tiers des appareils de petit électroménager sont achetés comme cadeaux, surtout pour les fêtes des Mères ou des Pères et Noël », rappelle Vincent Bougeard, en s'appuyant sur une étude réalisée par TNS Sofres pour le Gifam (Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager) en 2011.

### BEAU... ET UTILE

Les effets de la crise ont aussi influé sur les modes de consommation. Cela favorise l'esprit *cocooning* et le présent "utile". Aujourd'hui, dans les boutiques spécialisées en arts de la table, près d'une vente sur deux fait l'objet d'un cadeau. Un volume de ventes non négligeable. Quant à la valeur, il n'existe pas de chiffres officiels, mais de l'avis de tous, la notion de plaisir prend le pas sur le prix. Et toutes les familles de produits sont concernées. « Tous les ustensiles nouveaux, les petits accessoires qui facilitent le quotidien en cuisine ou en pâtisserie font l'objet d'achat cadeau. Nos clients n'hésitent pas à offrir un moule à gâteau, un cul-de-poule, un entonnoir à verrine, autant d'articles qui ne s'offraient pas avant mais qu'ils destinent à quelqu'un qui aime cuisiner du fait maison.





En art de la table, c'est la fantaisie qui attire, des verres colorés, un service apéritif original, un plateau... », précise Valérie Maillard. Pour Thierry Villotte, « une boutique spécialisée recèle des centaines d'idées. C'est le message de notre campagne de publicité télévisée sur la gamme Illusion. » Encore faut-il que l'offre soit large, bien mise en scène, pour plonger le client dans l'achat cadeau. « Les grands magasins sont, par essence, d'immenses boîtes à cadeaux », déclare Hélène Pasteur, directrice des achats maison des Galeries Lafayette et du BHV Marais. « Notre rôle consiste à sélectionner des offres faciles à vendre, notamment des coffrets de vaisselle, des kits cuisine, etc., en veillant à avoir un large choix de style et de prix. Au



— 01 —

## 01.

**Le plateau fait partie des cadeaux les plus offerts chez Ambiance&Styles. En céramique. Dimensions : 22 x 55 cm). PVC : 43,50 €.**

## 03.

**Décor tropical pour la nouvelle collection de porcelaine Caribe signée Christian Lacroix Maison et Vista Allegre, rehaussée d'or et de platine. Ici, la coupe à fruits pour les grandes occasions. PVC : 343,90 €.**



— 03 —

## 04.

**Les bougies parfumées font de plus en plus souvent l'objet de cadeaux. Ces bougies Boudoir de Bougies la Française rappellent les cloches de présentation des plats. PVC : 28,50 €.**



— 04 —



— 06 —

## 06.

**Coffret cadeau qui met en valeur le décor de cette tasse en porcelaine de la collection Samarkand de Villeroy&Boch. PVC : 24 €.**

## RENOUER AVEC LE PAPIER CADEAU

Le cadeau joliment emballé dans du papier est loin d'être une généralité. Comme chez Habitat, où « le shopping bag en papier kraft est utilisé en sac cadeau », dicit Rémy Poirson, nombre de distributeurs font l'économie de l'emballage. « Ils n'en ont plus ou se limitent à donner du papier au client, qui doit se débrouiller », regrette Véronique Wendling, directrice du magasin Ambiance&Styles de Cernay, en Alsace. « Chez Ambiance&Styles, nous avons des papiers cadeaux adaptés aux saisons. Et nous veillons à soigner nos paquets, car ils véhiculent l'image du magasin ». Un sujet de réflexion ?

## 02.

**Dans son offre cadeau, Mastrad propose ce kit pour préparer chaussons&raviolis salés ou sucrés. Comprend un livre de recettes. PVC : 30 €.**



— 02 —

## 05.

**Pour les adeptes du fait maison, ce tablier issu de la première ligne de linge de cuisine d'Opinel réalisé en partenariat avec les Tissages Moutet. PVC : 15 €.**



— 05 —





## HAPPY 150 ANS!

Qu'ont en commun les bois Belle Plante de Pied-de-poule, les couteaux rose d'Opinel et rose fluo de Forge de Laguiole, les moulins Paradis rose de Peugeot, la tasse Emma de Bloomingville? « Ce sont des pièces exclusives réalisées sur le thème de la fleur ou de la couleur rose par les grandes maisons de décoration pour les 150 ans du Printemps », répond Aurélie Villa, chef de produit du grand magasin. Elles se positionnent comme des achats cadeau, par leur caractère unique. On ne les trouve qu'au Printemps, dans toute la France (sauf le Louvre et Marseille Terrasses du Port) et, nouveauté, sur printemps.com. » Un événement qui vient s'ajouter à la période phare qu'est « Noël où Le Printemps Maison accueille notamment la Boutique noire, référence en matière de cadeaux à Paris, et à la Fête des Pères, des Mères, la Saint Valentin et Pâques », détaille-t-elle. Pendant ces périodes, les clients trouvent une sélection de produits « Coup de cœur ». Certains articles sont aussi mis en avant sur des tables centrales car, « le cadeau est un axe important pour le Printemps Maison », concède Aurélie Villa.

### 07.

Avec les coffrets Octave et Sidonie, Guy Degrenne cible les cadeaux de naissance. La livraison est gratuite dans toute la France. Ici, le coffret Octave Petit Pâtissier, qui contient assiette plate et creuse, tasse et petite cuillère. PVC : 60 €.



— 07 —

### 08.

Le kit spécial plancha de Déglon, à mettre en avant au printemps pour soumettre une idée de cadeau aux amateurs de grillade. PVC : 90 €.



— 08 —

BHV Marais, nous nous amusons parfois à présenter certains articles avec de la mode dans des thématiques de style ou de couleur », précise-t-elle. Dans le jargon marketing, on parle de cross-selling. Une association que les boutiques d'arts de la table utilisent également avec du linge de maison ou des livres de recettes. Afin de susciter l'achat, la mise en avant des nouveautés, voire de l'innovation est aussi primordiale. « La nouveauté est un critère, qui rassure le consommateur. Il pense que le destinataire du cadeau ne l'aura pas déjà », constate Valérie Maillard.

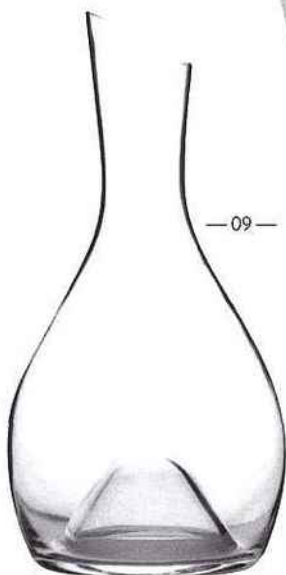
la recette nécessite deux ingrédients de base : des produits spécifiques et des packagings appropriés qui peuvent déclencher des envies de faire plaisir toute l'année.

### DES PACKAGINGS QUI DONNENT ENVIE

« La cuisine et la table sont des univers clés. Depuis quelques mois, nous développons Les Produits Bonheur, une gamme qui compte des tire-bouchons, des minuteurs, des préparations à cookies... avec un packaging dédié, qui reprend le code du nœud traditionnel du paquet », annonce Anthony Giron, directeur général France d'Hema. Nombre de marques misent également sur les coffrets. « Ils sont un axe fort. La volumétrie du coffret donne de l'importance au cadeau et son aspect soigné valorise le

### 09.

Décanteur Nectar de Guy Degrenne pour les amateurs de vin. Le fond arrondi assure une meilleure aération des vins et un bec biseauté facilite le service. Le plus : il rentre dans un seau à glace. PVC : 35 €.



— 09 —





## 10.

Six couleurs dans la gamme de bouilloires compactes en métal kMix de Kenwood. Utile et beau. (Contenance : 1 l). PVC : 69,90 €.



— 10 —

## 11.

Ambiance rose bonbon sur ce set à thé Atelier Catherine Masson, composé de deux tasses, d'une soucoupe, d'une bougie et d'un mini-coussin. PVC : 45,50 €.



— 11 —

donateur », estime Thierry Villotte. Et dans certains cas, le choix esthétique du coffret se double d'une raison économique, puisque « les articles sont alors moins chers qu'à l'unité », affirme Catherine Mahé. « Les clients craquent pour les coffrets de six assiettes à dessert ou de six verres à café avec les petites cuillères en porcelaine, les coffrets petit-déjeuner signés Geneviève Lethu, les coffrets à ustensiles à pâtisserie Mastrad. » Thibault Houelleu, directeur général délégué de Mastrad, confirme : « l'offre cadeau existe dans notre catalogue depuis longtemps. Elle repose sur une parfaite synergie entre nos produits et nos livres de recettes. Depuis 2014, nous proposons une offre alternative mais complémentaire de produits positionnés sur un segment prix plus abordable, entre 25 et 30 euros. Initialement conçue

pour la fin d'année, elle s'est étendue à la fête des Mères, des Pères, pour être finalement présente au tarif général en permanence, et complétée à Noël par des actions spécifiques. Et de préciser : « pour cette offre axée sur la pâtisserie, le cocktail, et la cuisson, nous avons privilégié les packagings et la séduction du "premier coup d'œil". D'autres catégories sont en développement ». Mais les consommateurs, sensibilisés aux discours sur le développement durable, peuvent penser que les coffrets reviennent à "acheter du packaging pour du packaging". « Nous cherchons le bon compromis entre la valorisation par le packaging et sa valeur perçue », affirme Thierry Villotte. Offrir un présent à ceux que l'on aime est une tendance forte... Les acteurs du marché ont les cartes en mains pour en profiter. ●



© Blanc des Vosges

— 12 —

## 12.

Une offre en linge de maison permet des mises en scène de table en magasin et de pousser le cross-selling sur des thématiques de couleurs, motifs... Ici, la nappe Flora Blanc des Vosges en Jacquard 100 % coton mercerisé. PVC : 55 € (ø 75 cm).

## 13.

Parfums d'intérieur de Parfums d'Orsay proposent une ambiance pour chaque pièce de la maison. Exemple, "Feuilles de tomates" pour apporter une note gourmande dans la cuisine. PVC : 53 €.



© Parfums d'Orsay

— 13 —

## 14.

Boîte cadeau pour le set complet M'Cook de Mauviel en inox multicouches, composé d'une casserole 16 cm, d'une bassine à ragoût 20 cm, d'une poêle inox 26 cm, d'une poêle antiadhésive 24 cm et d'un couvercle en verre 20 cm. PVC : 499 €.



— 14 —