

L'Officiel

des cuisinistes

JUILLET-AOÛT 2014

Numéro spécial 1811 du 30 juin 2014 de L'OFFICIEL DES CUISINISTES



■ Dossier :
RÉFRIGÉRATEURS & CAVES À VIN

■ Reportages :
SNEC | BLANCO | COMERA | ALNO | ARREDO3 | SIDEME | HOMEBYME | YANNICK CREATIONS

www.officielnet.com

BENVENUTI
IN CUCINA



CUCINA MODELLO KALI'



www.arredo3.com

REPORTAGE

Le **Snec** à l'écoute du marché

6

Blanco concilie croissance et éco-responsabilité

8

Comera : 70 ans et pas une ride !

14

Alno by Claudel : la signature d'un véritable partenariat

18

Arredo3 veut être bienvenu en France

24

Sideme mise sur la stratégie de distribution de ses marques

28

HomeByMe : un outil grand public dont le professionnel peut tirer parti

30

Yannick André tente le pari du haut de gamme à Béziers

34

DOSSIER

Réfrigérateurs & caves à vin :
coup de froid sur le **froid** !

36



Arredo3 veut être bienvenu en France

La notoriété de la marque italienne Arredo3 a gagné des points, l'an dernier en France, lors du Sadecc. Ce fabricant de la région de Venise a en effet remporté au salon lyonnais le Trophée du design dans la catégorie Meuble. Sur cette dynamique, la marque réalise une belle percée sur le marché hexagonal et y nourrit des ambitions que détaille sa directrice export, Irena Perovic.

En trente ans d'activité, Arredo3 est devenu l'un des leaders du secteur des meubles de cuisine sur le marché italien. Ce fabricant installé non loin de Venise produit des cuisines durables et fonctionnelles. L'entreprise assure aussi un bon rapport qualité/prix et porte une grande attention au service après-vente étendu à l'ensemble des clients italiens et étrangers. La marque offre une vaste gamme de modèles modernes et classiques avec une large sélection d'essences, de couleurs et de finitions.

Arredo3 emploie 200 salariés dans ses vastes locaux de Scorzè. «*Les ressources humaines sont le vrai capital de l'usine, affirment Aldo Pizzolato et Ivano Fistani, les patrons fondateurs de la société. Les personnes qui travaillent dans l'entreprise, de nos enfants aux ouvriers spécialisés, de l'équipe commerciale aux services généraux, sont notre véritable patrimoine.*» Pour augmenter leur capacité et leur savoir-faire, le fabricant organise régulièrement des cours et des stages techniques, aussi bien à l'extérieur que dans l'entreprise.

La société vénète a aujourd'hui les proportions d'une grande industrie, mais a conservé l'esprit d'une grosse entreprise familiale. Le souci du personnel et de la qualité de la vie professionnelle n'a pas changé avec le temps. «*Nous sommes restés fidèles à la flexibilité et à l'importance du rapport humain, assurent les dirigeants. Notre mentalité est encore celle d'une bonne entreprise familiale italienne.*»

L'atout d'une logistique automatisée

Même si trente ans d'histoire peuvent sembler peu, Arredo3 a réussi durant ce laps de temps à se hisser parmi les leaders italiens dans le secteur des cuisines modulables. La société vient d'ailleurs de terminer une phase supplémentaire de développement et d'extension de son processus de production avec une autonomie complète de sa logistique, la mise en place d'une nouvelle ligne d'usinage et d'assemblage, ainsi que l'installation d'un nouvel atelier de peinture.

Le logo de la marque vient d'être réinterprété avec une tonalité de vert et un traitement graphique plus conforme au goût contemporain et enrichi en outre d'un symbole qui, en s'inspirant de la forme du trèfle, évoque le chiffre trois.



Lors du Sadecc 2013, le Trophée Meuble, catégorie Design, a été remis à Irena Petrovic pour l'association de mélaminé et de laque qui met en valeur le design très soigné des créations d'Arredo3.



Selon le fabricant, l'automatisation de la logistique de son usine est le véritable atout du site de Scorzè. Dans les immenses entrepôts de l'atelier de production, un savant système de stockage des paquets a été mis en place et permet un contrôle rigoureux des commandes en phase de prélèvement des produits semi-finis. Ce projet novateur, conçu par la société, permet aux machines de prélever chaque pièce dans l'entrepôt, avec un procédé complexe antidérapant. Le résultat assure une meilleure organisation du chargement des camions, selon les exigences du transporteur.

L'informatisation technologique de haut niveau permet ainsi de suivre la production quotidienne de quelque 200 cuisines. Cela représente près de 4.000 colis expédiés chaque jour et 1,8 million de colis manipulés en une année. Avec la possibilité de tracer le produit à chaque phase de la livraison. Par ailleurs, un programme graphique permet aux clients de se greffer sur le système d'exploitation interne (tarifs, produits, nouveautés, etc).

Cette entreprise est également très attentive au développement des nouvelles technologies. Ainsi, son nouveau site Internet, plus dynamique, flexible et intuitif, sera bientôt disponible sur smartphone et tablette tactile. Et avec Metron4, son logiciel graphique pour la saisie des commandes, elle est en mesure d'aider ses clients à utiliser les produits Arredo3 grâce à une mise à jour rapide et constante des contenus. Ceci permet de toujours obtenir des devis fiables et des représentations graphiques efficaces pour davantage de clarté et de rapidité en faveur du client final.

Trois déménagements pour grandir 300 fois



L'entrée des locaux actuels de l'entreprise, à Scorzè, non loin de Venise.

En 1984, lors d'une forte période de crise, Aldo, Franco et Ivano —trois jeunes ouvriers d'un fabricant italien de cuisines qui venait de faire faillite— décident de mettre sur pied un atelier de menuiserie. Le premier siège d'Arredo3 ouvre ainsi ses portes à Resana (province de Trévise, dans la région Vénétie). Les locaux ne sont pas grands (200 m²), mais suffisants pour commencer à réaliser un rêve.

Deux ans plus tard, la société est transférée à Trebaseleghe (10 km plus à l'Est, dans la même région, mais dans la province de Padoue) pour satisfaire, sur 800 m², l'exigence d'une plus grande surface de production. Ces locaux s'avèrent toutefois bien vite trop étroits à leur tour et Arredo3 se déplace à nouveau d'une dizaine de kilomètres vers le Nord. En 1988, le siège est ainsi installé à nouveau dans la province de Trévise, à Morgano, dans un édifice artisanal de 2.500 m².

Enfin, la société fait un dernier "grand" saut de 12 km vers le Sud en 1996 pour s'installer dans le complexe industriel de Scorzè (province de Venise). Là, à seulement une quinzaine de kilomètres de son lieu de naissance, elle agrandit progressivement sa structure pour arriver aux 65.000 m² couverts actuels sur une surface globale de 165.000 m². Après trois déménagements sur trois provinces, mais sur un (tout) petit périmètre, l'entreprise a ainsi multiplié la taille de son site de production par plus de 300.



Nouveauté de la marque, la cuisine KAL associe le traditionnel et le contemporain. Réinterpréter les éléments classiques, comme la porte à lattes et les essences de bois, en les intégrant aux technologies modernes, comme la prise de main à 30° et le système de gorge, c'est le pari que ce modèle se promet de gagner. Ici, le chêne stratifié est combiné à un plan de travail en Fenix.

Déjà + 40 % sur le marché français

Ce qu'il faut encore savoir sur cette marque, Irena Perovic nous le confie.

[L'Officiel des Cuisinistes] — Comment se porte Arredo3 aujourd'hui, en particulier en France ?

[Irena Perovic] — Cette année, l'entreprise fête ses trente ans. Durant toute cette période, le chiffre d'affaires a constamment été en croissance et la société est devenue économiquement très solide et rentable. Notre activité sur le marché français, par exemple, a grandi de plus de 40 % lors des premiers mois de cette année.

[O.C.] — Quels sont les particularités et les points forts de la marque ?

[I.P.] — La particularité d'Arredo3 est d'être toujours une entreprise en mouvement, attentive aux développements du marché et aux exigences des clients. Attentive aux tendances et rapide à proposer à ses clients les dernières nouveautés en termes de design et de nouvelles orientations esthétiques dans le meuble.

[O.C.] — Quelle est la stratégie de la société à l'export ?

[I.P.] — A l'export, nous faisons la promotion de notre marque en participant aux salons dédiés à la cuisine, soit en France, le Sadecc et la Foire de Paris. Nous renforçons également notre notoriété grâce à la publicité dans la presse et à la promotion de nos produits. Nous investissons aussi sur la relation avec nos clients afin qu'ils deviennent de vrais partenaires et puissent grandir avec nous. Les partenaires d'Arredo3 doivent être capables d'accompagner les consommateurs dans toutes les phases de l'achat, du projet à l'assistance après-vente.

[O.C.] — Quelle est la situation de l'entreprise en France, notamment en termes de points de vente ?

[I.P.] — Aujourd'hui, la France est notre second marché par importance, après l'Italie. L'objectif est d'agrandir le réseau de distribution et d'arriver à fin de cette année à un minimum de 300 points de vente couvrant tout le territoire français.

Encore des nouveautés à la rentrée

[O.C.] — Quelles sont les ambitions d'Arredo3 dans l'Hexagone ?

[I.P.] — Nous sommes présents sur le territoire français avec sept agents commerciaux. Notre volonté est de grandir et de nous renforcer dans chaque zone avec des partenaires recherchant un



Aldo Pizzolato et Ivano Fistani, deux des trois fondateurs, sont toujours aux commandes de l'entreprise vénète.

grand et solide fournisseur qui peut garantir la meilleure qualité possible aux utilisateurs finaux. En s'améliorant chaque jour et en cherchant à correspondre le plus possible au goût français, Arredo3 espère devenir au plus tôt une marque reconnue et réclamée par les consommateurs hexagonaux.

[O.C.] — Quels sont les projets industriels de la société ?

[I.P.] — Nous construisons actuellement une nouvelle aile de l'usine qui augmentera notre capacité productive et la gamme de l'offre.

[O.C.] — Quelles sont les dernières innovations de la marque en termes de produits ?

[I.P.] — La nouveauté du moment est la cuisine Kalī qui propose des matériaux innovants comme le PET (polytéréphthalate d'éthylène) et le Fenix (thermo-stratifié), produits nés de la microtechno-

logie. Les deux ont des caractéristiques techniques remarquables comme une résistance maximum aux rayures, aux chocs et aux hautes températures, tout en permettant de maintenir toujours le rapport qualité/prix qui caractérise depuis toujours les propositions de notre marque. Pour septembre prochain, nous préparons différentes autres nouveautés, le lancement de modèles différents et des innovations techniques.

[O.C.] — Quel message voudriez-vous faire passer aux lecteurs de L'Officiel des Cuisinistes ?

[I.P.] — "Bienvenue en cuisine", comme le propose la devise d'Arredo3. Bienvenue à la découverte d'un espace cuisine conçu comme le centre de la maison, une pièce dédiée à la convivialité, le décor d'un quotidien vécu en réservant la même attention à la qualité, au style et à la fonctionnalité.

Propos recueillis par Hugues Desmullier



Le modèle TIME a une particularité qui saute immédiatement aux yeux : sa porte courbe, en laqué brillant et opaque de 22 mm d'épaisseur. Grâce à celle-ci, chacune des nombreuses compositions possibles prend un aspect dynamique, image d'un espace fluide, confortable et à l'avant-garde en termes d'esthétique. Cette cuisine est disponible en plusieurs coloris : blanc, écru, tourterelle, gris perle, bleu et rouge rubis.