



bulthaup

un art  
de vivre

## bulthaup

Avec une ligne de production raffinée constituée de matériaux durables dans un design sobre, un souci constant d'innovation et une image soigneusement composée, le fabricant de cuisine allemand bulthaup s'est développé ces dernières années en une société novatrice de renommée internationale.

Les cuisines modulaires bulthaup sont synonymes de perfection intemporelle. Mis à part le fabricant, les distributeurs locaux jouent aussi un rôle important. Car les cuisines bulthaup impliquent souvent une solution sur mesure.

« Nous remplissons l'espace avec bien plus qu'une simple cuisine. Si des changements dans l'intérieur sont nécessaires, nous les proposons également d'une manière subtile », explique Bart Dirinck de B.metropool.

« Après l'installation de la cuisine, les clients me demandent souvent de réaménager une autre pièce avec le mobilier bulthaup », reconnaît son collègue Karl Doise de Ligna recta..

*Présentation Vectorworks 2D  
par B.metropool.*



*Simplicité et sophistication :  
le système de rangement de bulthaup  
est dérivé de la boîte à outils du menuisier.*





*Les cuisines bulthaup sont agrémentées d'une touche locale, notamment grâce à l'intégration de créations artistiques. L'œuvre du photographe gantois Bart Van Leuven est très présente dans la salle d'exposition et dans les cuisines réalisées par Ligna Recta et B.metropool.*

pour nous  
bulthaup signifie  
une cuisine à la carte

Soixante ans après sa création, la marque bulthaup est aujourd'hui présente dans plus de 50 pays sur cinq continents.

La Belgique compte dix distributeurs et 37 villes néerlandaises accueillent une salle d'exposition de bulthaup. En théorie, les cuisines vendues sont les mêmes dans chaque pays : la cuisine standard b1 et la b2 et b3 sur mesure. Il existe néanmoins des différences locales.

« En France, les poignées sont nombreuses. En Belgique par contre, la demande est très importante pour les armoires sans poignée. Nos cuisines peuvent être composées selon vos envies, les possibilités sont quasiment illimitées », affirme Karl Doise de Ligna Recta.

« Nos collègues néerlandais évoquent une ambiance typiquement belge dans nos showrooms », complètent Bart Dirinck et Martine Verzwijvelen de B.metropool.

« Nous vendons pourtant le même produit. Pour nous, bulthaup signifie une cuisine à la carte. Le travail sur mesure à fournir est également important. Nous suivons moins le catalogue de bulthaup. La gamme est extrêmement vaste alors qu'un tiers à peine est adapté au marché belge », explique Bart Dirinck.

En 1949, Martin Bulthaup achète une scierie et la transforme en fabrique de meubles. Ses premiers buffets de cuisine sont encore livrés avec une charrette attelée. Quelques années plus tard, les ventes décollent dans toute l'Allemagne.

Avec son fils Gerd aux commandes, une nouvelle ère débute dans les années 1980. Le designer Otl Aicher – cofondateur de l'Ulmer Schule et concepteur de caractères et de systèmes de pictogrammes – consigne la nouvelle philosophie dans « Die Küche zum Kochen ».

Les créateurs d'éléments de cuisine doivent se concentrer sur l'essence d'une cuisine : cuisiner, communiquer et manger tout en se faisant plaisir. La cuisine est un espace de vie. Les idées d'Aicher recueillent un grand succès.

bulthaup se développe en une entreprise de 500 employés et riche d'un réseau mondial exclusif d'autant de partenaires, elle devient le leader dans le secteur des cuisines design. 70 % de la production sont destinés à la vente à l'étranger.

bulthaup réconcilie éléments anciens et contemporains, même le passé de l'entreprise se reflète dans les projets : le célèbre système de rangement des cuisines descend directement de la boîte à outils du menuisier.

La salle d'exposition de Ligna Recta.



## un showroom comme carte de visite

Les showrooms de B.metropool et de Ligna Recta sont établis dans des artères animées du centre d'Anvers et constituent une carte de visite importante.

« Nous avons deux possibilités », explique Bart Dirinck. « Soit, nous nous installons dans un quartier moins fréquenté et nous dépensons énormément en publicité, soit nous nous établissons sur un emplacement de choix et nous réduisons les frais liés à la publicité traditionnelle.

Notre site Internet n'en dévoile pas trop, même si c'est déjà plus que la plupart de nos collègues étrangers. Le site doit surtout inciter le visiteur à en vouloir plus », déclare Bart Dirinck.

Pour les distributeurs, il convient avant tout de réaliser la sélection adéquate. Il existe 2 000 façades de meuble différentes et dans les salles d'exposition, nous en présentons en moyenne 4 ou 5.





« Intégrer des personnages permet une restitution précise des proportions », affirme Bart Dirinck.

Les architectes d'intérieur de B.metropool et de Ligna Recta travaillent avec Vectorworks pour le dessin des projets, les plans des conduites, les détails agrandis pour le fabricant de meubles et les dessins de présentation pour le client.

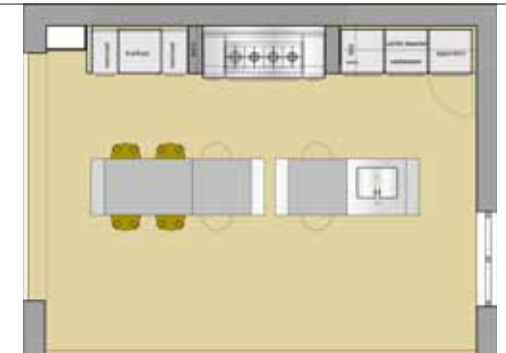
Dès que les personnes intéressées ont pris l'initiative de pénétrer dans le magasin, nous discutons énormément et les premiers plans sont réalisés. Le plan initial est ensuite développé de façon plus détaillée.

Outre les plans techniques, des présentations en 2D sont également effectuées. Pour ces dernières, les architectes d'intérieur travaillent principalement avec des plans et des vues.

« Le client doit ressentir l'atmosphère qui règne dans la salle d'exposition quand il ou elle examine à nouveau le plan en 2D le soir en famille », explique Bart Dirinck. « Les accessoires sur le plan, comme la chaise sur laquelle ils étaient assis chez nous, jouent aussi un rôle dans ce sens. Ou nous plaçons sur le plan des photos de Bart van Leuven, un photographe avec lequel nous collaborons souvent et dont certaines œuvres sont présentées dans le showroom. Nous créons ainsi un projet personnalisé. »

Il est rare que les clients demandent aux architectes d'intérieur de présenter des visualisations en 3D. « Chaque année, nous vendons plus de 100 cuisines et nous faisons 150 propositions. Si nous devions toutes les présenter en 3D, nous serions débordés », constate Bart Dirinck.

« Une impression esquissée à la main, des plans en 2D et des dialogues sur la cuisine sont pour nous extrêmement importants. »



plan réalisé par B.metropool

le plan doit dégager  
la même atmosphère que  
la salle d'exposition



Il se passe environ trois mois entre la commande et l'installation. « Nous n'avons pratiquement pas de stock. bulthaup et les fabricants des appareils et des plans de travail expédient le matériel vers notre entrepôt, d'où nous transportons l'ensemble chez le client. L'installation en elle-même dure plus ou moins une semaine à dix jours », déclare Karl Doise.

« Pour la livraison, nous travaillons avec des installateurs attitrés. Le montage est en effet un travail de précision. Par exemple, pour les joints entre l'armoire, nous avons un jeu d'à peine quatre millimètres. Si nécessaire, nous pouvons encore effectuer des adaptations sur place.

Mais en principe, ce n'est pas nécessaire, c'est à ça que servent tous ces plans que nous réalisons à l'avance. »

Les cuisines bulthaup conviennent aussi bien aux nouvelles constructions qu'aux bâtiments existants. Dans ce dernier cas, la cuisine mène souvent à la rénovation de l'habitation.

« Les clients veulent souvent plus qu'une cuisine. Il n'est pas rare qu'ils demandent d'aménager également la salle de bain ou une autre pièce de l'habitation avec le mobilier de bulthaup. Si nous avons le temps, nous le faisons. C'est une manière de créer une forme d'harmonie avec le reste de la maison », précise Karl Doise.



Le design  
est épuré,  
a contrario

#### perfection absolue

Au sein du département Recherche & Développement du siège social allemand, les développeurs de produits, les physiothérapeutes et les scientifiques recherchent un équilibre entre design minimaliste, ergonomie et fonctionnalité.

En effet, une cuisine ne doit pas seulement être pratique et résistante, elle doit également être un plaisir pour les yeux.

Une des innovations visuelles qui fait la fierté de bulthaup est le façonnage invisible des bords des façades stratifiées. bulthaup a développé une nouvelle technique laser qui permet de réaliser des bords parfaits, complètement invisibles, comme si la façade était fabriquée à partir d'un seul bloc.

#### signe extérieur de richesse

Ces dernières années, le rôle de la cuisine a évolué de celui d'une pièce isolée à un espace de vie central. Le designer Otl Aicher a avancé en 1983 que le plaisir de manger, de cuisiner et de communiquer occupait une place prédominante. La cuisine en elle-même, le bloc de cuisson et l'évier doivent s'y insérer. La cuisine design était née.

« Cuisiner est devenu une activité familiale et la cuisine est aujourd'hui un lieu où l'on aime se réunir », explique Karl Doise.

« Je pense que nous sommes à la base de cette évolution. La cuisine est un nouveau signe extérieur de richesse. Les gens sortent moins au restaurant. Ils cuisinent eux-mêmes pour leurs amis. Ils veulent montrer ce qu'ils savent faire et impressionner leurs invités avec leur cuisine », complète Bart Dirinck.

« Le seuil de bulthaup est assez élevé, notamment parce que nous ne mentionnons jamais de prix dans nos publicités. Nous perdons de ce fait des clients potentiels : les personnes qui pensent que nous sommes trop chers pour elles, alors que ce n'est peut-être pas le cas. »

Pour baisser ce seuil, bulthaup a lancé en 2008 la cuisine standard b1. La ligne s'adresse principalement aux jeunes et aux développeurs de projets.

« Nous plaçons également de nombreuses cuisines b1 dans les résidences secondaires de clients qui ont une b2 ou une b3 dans leur maison principale et qui en veulent également une pendant leurs vacances. »

nos cuisines sont  
avant tout des  
lieux de travail

#### des cuisines fonctionnelles

Ce prestige a naturellement un prix. Pour une cuisine bulthaup complète, les prix varient d'un peu plus de la moyenne jusqu'au triple et même plus.

« Nous ne vendons pas des cuisines de show », affirme Martine Verzwijvelen. « Nos cuisines sont avant tout des lieux de travail. »

« Nos clients sont des personnes qui accordent une grande importance à la cuisine et qui apprécient les belles choses. Nous avons également des jeunes gens qui ne peuvent pas encore se permettre une cuisine complète et qui l'achètent morceau par morceau. Ou des personnes plus âgées qui ont économisé pendant longtemps. Et la première chose qu'ils nous disent, c'est : « J'ai toujours rêvé d'une cuisine bulthaup », raconte Karl Doise.

Ces dernières années, le changement ne concerne pas seulement le rôle de la cuisine. Il y a également de plus en plus d'hommes qui font la cuisine, constatent les distributeurs.

Je travaillais avant pour un autre fabricant. Les clients étaient principalement des femmes », raconte Karl Doise.

« Le mari n'intervenait qu'à la fin du processus, quand nous devions discuter du prix.

Aujourd'hui, je remarque le contraire : Monsieur est présent dès le départ et il a aussi ses idées, pas seulement concernant le budget mais aussi sur la cuisine elle-même : quels systèmes doivent être utilisés, la couleur, etc.

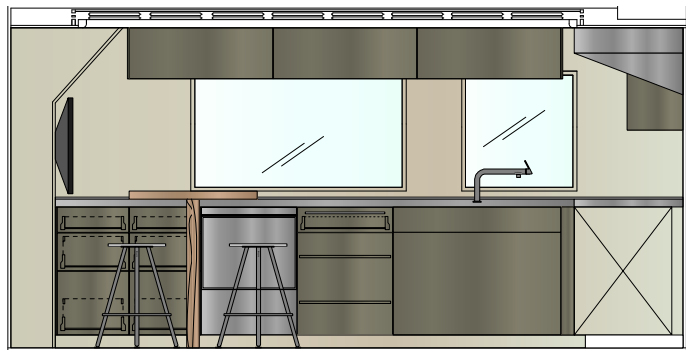
Peut-être est-ce également lié au design de bulthaup : très sobre, je le trouve même quelque peu imposant. »



boulthaupt en mer



*Karl Doise de Ligna Recta a installé une cuisine sur mesure dans un yacht de luxe de 43 mètres. Le projet pour la cuisine a été réalisé avec Vectorworks et a été adapté dans le fichier DWG par les concepteurs du yacht.*



# bulthaup est un art de vivre, nous avons même un fanclub

## publicité de bouche à oreille

Le marketing de bulthaup est aussi exclusif que ses produits. Il existe un magazine sur l'art de vivre néerlandais et, tous les deux ans, les distributeurs organisent une excursion de luxe pour leurs clients. Les amoureux des cuisines bulthaup se chargent en effet du bouche à oreille nécessaire.

« Pour beaucoup, bulthaup est bien plus qu'une cuisine, c'est un art de vivre. Nous avons même un fanclub », s'amuse Bart Dirinck.

« Et oui, nous cultivons un peu cet esprit. »

Mi-septembre, 850 fans de bulthaup ont été conviés à une excursion artistique et culinaire exclusive à Sint-Martens-Latem et Deurle.

« Nous pourrions aussi investir dans des publicités dans les journaux. Mais comment savoir si nous atteignons ainsi le public cible adéquat ? Les gens raffolent de ces excursions.

Le matin, ils sont encore un peu gauches à la réception mais à la fin de la journée, ils sont devenus les meilleurs amis du monde et ils discutent ensemble des enfants.

C'est très important pour fidéliser notre clientèle car ils parlent de cette journée à leurs connaissances et à leur entourage. »

## info

### b.metropool bvba

Jordaenskaai 2  
2000 Anvers  
03 2340180  
www.bmetropool.bulthaup.be  
info@bmetropool.be

### Ligna Recta bvba

Van Schoonbekestraat 1  
2018 Anvers  
03 2903344  
www.lignarecta.bulthaup.be  
bulthaupantwerpen@lignarecta.be

### toutes les adresses :

www.bulthaup.com

### photographe Bart Van Leuven

www.bartvanleuven.com

## colofon

Cette étude de cas est une publication de **Design Express**.  
Tous droits réservés.

**texte** © Design Express

**images** © Ligna Recta, B.metropool,  
Bart Van Leuven

**redaction** kris@designexpress.eu  
+32 (0)15.71.96.00

### België

Kleine Heide 26, 2811 Leest (Mechelen)  
015 71 96 00