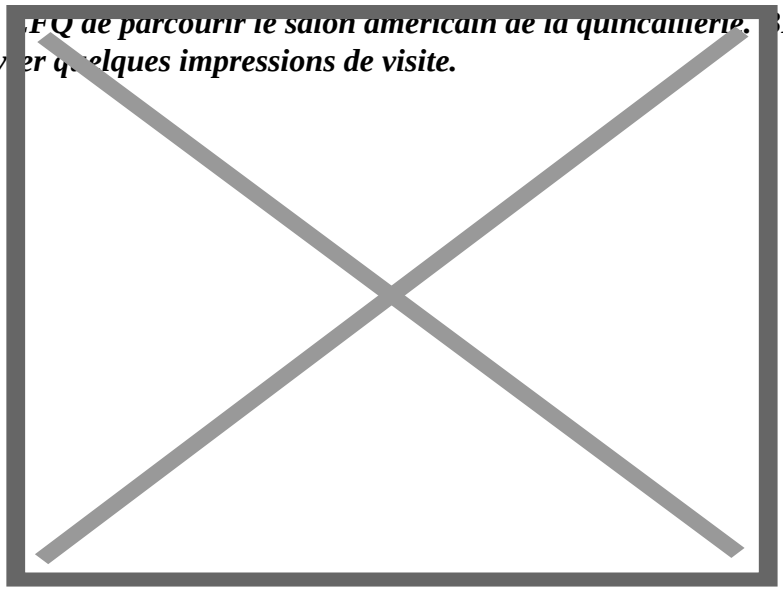
septembre 2011

National Hardware Show

Un salon à l'américaine

La tenue simultanée à Las Vegas en mai dernier du congrès 2011 de l'International Hardware Association et du National Hardware Show a donné l'occasion aux membres de la délégation française de la FFQ de parcourir le salon américain de la quincaillerie. BBI y était aussi, ce qui nous permet de vous livrer quelques impressions de visite.



Du point de vue de sa taille, le National Hardware show est assez comparable à Eisenwaren, le principal salon de la quincaillerie en Europe, puisque l'édition 2011 du salon de Las Vegas regroupait 2 300 exposants tandis que celui de Cologne en dénombrait 2 700 en 2010.

Si l'on étend la comparaison à Batimat, bien que cette dernière manifestation soit dédiée au secteur de la construction dans son ensemble (ce qui n'est pas le cas des deux autres), l'échelle reste comparable, ce qui bat un peu en brèche l'idée reçue qu'en Amérique, tout est plus grand qu'en Europe !

La présence massive d'exposants asiatiques, et tout particulièrement chinois, est un autre trait commun au salon américain et aux manifestations professionnelles européennes et un hall complet du centre des conventions de Las Vegas leur était réservé.

Le reflet d'un marché différent

En ce qui concerne l'offre exposée, il est beaucoup plus difficile de faire un parallèle entre le salon américain et les manifestations professionnelles françaises et plus largement européennes. Les différences sont en effet importantes, ce qui à notre avis s'explique au premier chef par une distribution différemment structurée aux Etats-Unis et en Europe. Tandis que la distribution européenne et notamment française, est assez clairement segmentée entre clientèle grand public et clientèle professionnelle, aux Etats-Unis, pour autant qu'on le sache, les revendeurs, qu'ils soient indépendants ou qu'ils relèvent de la distribution intégrée, servent de manière indistincte les différents types de clientèle et semblent avoir une spécialisation beaucoup moins marquée. Ceci explique que le National Hardware Show couvre un champ de familles de produits beaucoup

plus vaste que les salons professionnels européens, généralement dédiés à des univers spécifiques. Ainsi, l'offre du salon de Las Vegas est répartie entre plusieurs sections qui, outre la quincaillerie et l'outillage, concernent de nombreux autres univers produits (peinture, plomberie et électricité, décoration de la maison) et notamment l'outdoor où dominent barbecues et équipements divers de plein air.

Domination des gammes grand public

Pour les raisons que nous venons d'exposer, l'offre exposée au National Hardware Show relève dans sa majorité de gammes grand public. Ainsi, les marques d'outillages et d'équipements d'envergure mondiale dont nous découvrons régulièrement les nouveautés dédiées aux professionnels sur les salons européens sont pour bon nombre d'entre elles bien présentes au salon de Las Vegas, mais elles y exposent le plus souvent leurs gammes grand public. Nous avons pu le constater sur de nombreux stands dont ceux de Bosch ou Kärcher, pour citer ces deux marques emblématiques. Autre exemple, l'Italien fabricant de machines de nettoyage Lavor Pro, présent pour la première fois à cette manifestation, avait choisi d'attaquer le marché américain avec ses produits grand public. Les marques réservées au marché professionnel sont toutefois représentées au National Hardware Show, mais de manière assez discrète nous a-t-il semblé. Pour citer là encore un exemple, si les marques Black & Decker et DeWalt exposaient toutes deux au salon américain, la première y occupait une surface bien supérieure à la marque d'outillage dédiée aux professionnels. Pour évoquer brièvement l'offre en produits de quincaillerie de bâtiment pure, malgré la dénomination même du salon, nous ne l'avons même pas repérée, sans être mesure de dire si elle était réellement absente du salon où si l'éparpillement du pôle « Outillage et quincaillerie » au sein du salon nous l'a rendue invisible…

Révélateur de tendances

En résumé, la visite du salon de Las Vegas ne nous paraît pas s'imposer pour un revendeur du marché professionnel français de la quincaillerie. Outre l'orientation grand public de nombreuses gammes exposées, il faut relever le fait que beaucoup d'exposants présents à cette manifestation ne commercialisent pas leur offre sur le marché français.

Toutefois, à une époque où le marché s'internationalise de plus en plus, il est toujours intéressant de découvrir un salon étranger, particulièrement lorsqu'il s'agit du marché américain où, comme chacun le sait, certaines tendances se font jour avant de s'imposer de l'autre côté de l'Atlantique.

DT