



# IWT07 Congress à Edimbourg

## L'avenir de la laine dans l'intérieur

Du 13 au 16 mai, l'IWTO (International Wool Textile Organisation) a organisé l'IWT07 Congress dans la capitale écossaise d'Edimbourg. Ce congrès a réuni les divers acteurs du commerce mondial de la laine. Votre revue professionnelle y avait également été invitée. Koenraad Beaufays, co-éditeur de Decostyle, s'est épanché sur la direction que doit prendre le marketing de la laine dans les intérieurs au cours d'un débat interactif très apprécié par les congressistes avec l'architecte suédois Tarek Hegazy (de l'agence de design AB Living Design de Djursholm).

### Le problème

Le débat tournait autour d'une question centrale: que doit faire l'industrie pour stimuler l'utilisation de la laine en tant que produit dans l'intérieur? Il va de soi que le modérateur du débat, Jo H. Dawson, a demandé aux deux intervenants d'ébaucher quel est, selon eux, le problème avec la laine. L'introduction de messieurs Beaufays et Hegazy n'a pas manqué de clarté: l'inconnu fait peur.

"Un bon produit doit être vendu de la bonne manière", affirme Tarek Hegazy. "Si je regarde à la manière dont Trevira CS vend ses produits, je dois affirmer qu'elle s'y prend beaucoup mieux. Cette entreprise dit ce dont elle dispose, alors que la laine possède aussi les qualités appropriées, mais ne les met pas en avant."

"La laine a pratiquement perdu la bataille au niveau de l'architecte", intervient Koenraad Beaufays. "Ils ne connaissent tout simplement pas le produit. Le mot d'ordre est donc simple: procédez à du lobbying dans les cercles appropriés afin de faire de la laine une alternative acceptable."

"Un petit exemple issu de ma propre pratique", ajoute Tarek Hegazy. "Je rencontre presque chaque semaine des partenaires potentiels pour le retail, qui débarquent chez moi les poches pleines de matériaux. Ils expliquent tout avec enthousiasme et, à la fin, ils sortent encore un petit paquet qu'ils vous poussent presque sous le nez et disant: "Et ça, c'est de la laine".

### Le lobbying suffira-t-il?

On peut donc se demander comment changer cela. Le lobbying suffira-t-il?

"Il faut participer aux bons salons professionnels, comme Heimtextil et Domotex, et à côté de cela faire de la promotion dans les magazines appropriés. Le choix est simple pour la laine: il doit s'agir de magazines b-to-b", affirme monsieur Beaufays.

"N'oubliez pas qu'il y a plus que les habitations privées", ajoute Tarek Hegazy. "Le secteur hôtelier est particulièrement intéressant pour la laine. Savez-vous que la moquette en laine constitue un standard dans les hôtels quatre et cinq étoiles? Assez bien de

choses présentes dans le secteur hôtelier se retrouvent dans les habitations privées. Le revival du lit boxspring, par exemple."

Evidemment, les intervenants devaient aussi aborder le prix. La laine est peut-être trop chère?

"Pas du tout, et surtout pas dans le secteur des projets", affirme monsieur Hegazy.

"J'ai un peu cherché et j'ai trouvé en Belgique 17 tisseurs de tissus pour sièges qui s'y connaissent en tissage de la laine. Hélas, ils ne l'utilisent pas parce que cela ne se vend pas. Il s'agit d'un cercle vicieux quand on constate que l'on n'investit pas dans de nouveaux designs, ce que fait par contre Trevira", conclut Beaufays. "La conclusion est claire. Il reste encore beaucoup de pain sur la planche, non seulement pour établir des normes relatives aux produits. A côté de cela, il faut intervenir d'urgence au niveau du design, ce pourquoi je propose que les designers soient valorisés. Si les fabricants les mettent davantage en évidence, cela favorisera indubitablement la vente du produit!" ■

Les deux intervenants étaient d'accord: le problème pour la laine n'est autre que 'la peur de l'inconnu'

1

Tarek Hegazy: "et ça, c'est de la laine..."

1

Koenraad Beaufays: "La laine a pratiquement perdu la bataille au niveau de l'architecte"

3