



enquête

Des possibilités de finitions qui se multiplient

Plus esthétiques, plus durables, les fenêtres bois pourvues de finitions se vendent également mieux. Au point que certains fabricants sont décidés à jouer la carte de la déco.

Garantir une fenêtre dix ans est devenu courant chez les fabricants bois. Ces derniers ont investi dans la dernière décennie pour intégrer dans leur outil de production des lignes de traitement ou de laquage, au point de vendre aujourd'hui une majorité de produits finis. Ils ont dû pour cela convaincre leurs clients professionnels qu'une finition apportée en atelier, composant par composant, assurait un meilleur rendu et une plus grande durabilité qu'une application sur chantier. Sans oublier que l'ajout d'un traitement ou d'une couleur constitue une valeur ajoutée pour le fabricant et le poseur.

« Nos clients professionnels sont encore peu moteurs pour vendre les finitions : leur métier c'est avant tout la technicité du bois et la pose, relève Pierre Oudin, de la Menuiserie Savoyarde. Notre stratégie, c'est que leur client final vienne nous voir et choisisse avec nous les caractéristiques techniques de sa fenêtre, l'essence et les couleurs : dès lors que l'on a accès au maître d'ouvrage, on constate une vraie demande sur la finition, malgré un léger surcoût. »

La demande de finitions sur les fenêtres se fait selon deux axes : la mise en valeur des esthétiques propres au bois et une offre accrue sur la couleur.



L'application d'une finition en atelier apporte une durabilité supplémentaire aux fenêtres bois.



Les couleurs opaques gagnent du terrain

Alors que la fenêtre teintée a longtemps été l'affaire de marchés régionaux (le rouge du Pays basque, les pastels sur la façade atlantique...), un nombre croissant d'architectes et de particuliers demandent des laques ou des lasures opaques, avec un succès confirmé pour les teintes grisées, et un développement des couleurs vives. Certains fabricants s'en sont fait une spécialité : Millet propose un nuancier comportant 24 références, avec la possibilité de bicoloration et de définir des teintes sur mesure. « Nous savons désormais proposer des rendus très proches des esthétiques de l'aluminium, avec l'avantage supplémentaire de pouvoir changer la couleur de la fenêtre bois plus facilement qu'avec les autres matériaux, détaille Florent Ardouin, directeur communication et marketing relationnel du groupe Millet. Ces tendances sont de plus en plus directement couplées au marché de la décoration. » Précurseur sur le marché de la fenêtre finie, Atulam affiche ouvertement sa volonté de « positionner la fenêtre comme un véritable élément de décoration », explique son P.-D. G. Xavier Lecompte. Après avoir participé au dernier salon Art & Décoration de la Villette en février dernier, le fabricant travaille actuellement à sa communication numérique. « Nous procédons à une refonte du site de notre marque La

Fenêtre Française, qui devrait aboutir d'ici la fin de l'année : l'objectif est d'aller plus loin dans cette approche déco, pour capter le client final et le redonner à nos clients professionnels », précise Xavier Lecompte.

En parallèle, la qualité croissante des finitions transparentes libère la fenêtre bois de ce qui a longtemps été perçu comme un frein : l'entretien. Elle ouvre aussi la voie à des esthétiques brutes, laissant apparaître les veines du bois. « Les finitions sont plus mates qu'avant, pour relancer la perception de la matière elle-même, analyse Antoine Fagniez, directeur de marché menuiseries pour Lapeyre. On revient à une dimension plus sensorielle du produit : contrairement aux autres matériaux, le client ne choisit plus le bois pour ses qualités fonctionnelles mais pour la chaleur qu'il dégage et pour l'histoire qu'il raconte. »

Les résineux montent en puissance

En améliorant la durabilité des fenêtres bois, les finitions ont fait évoluer le mix des essences. Malgré la hausse vertigineuse des cours ces dernières années, le chêne pèse encore de 10 à 15 % du marché, selon les fabricants, avec un positionnement plutôt haut de gamme. La principale évolution vient des bois exotiques, qui ont fortement reculé au profit du pin ou du mélèze. « Les résineux, qui représentaient moins de 10 % dans les années 2000, pèsent aujourd'hui près de 30 %, estime Adrien Parquier, expert à l'Union des métiers du bois de la FFB. Ces essences sont intéressantes en termes de coûts mais aussi au niveau thermique et acoustique, puisque les résineux sont plus isolants que les bois durs. »

Au sein de la Menuiserie Savoyarde, le pin sylvestre se taille désormais la part du lion (80 %), mélèze et chêne se partageant le reste du marché. « Il y a encore dix ans, nous n'utilisions quasiment que des bois rouges, mais surtout sur des marchés d'entrée de gamme aujourd'hui dominés par le PVC, se souvient son dirigeant Pierre Oudin. Nous avons aujourd'hui recentré notre offre et positionné nos fenêtres sur des fonctions de chaleur et d'agrément, avec des essences mieux adaptées à ces attentes. »

Le recul des bois exotiques tient aussi à l'engagement d'un nombre croissant d'acteurs vers un approvisionnement, sinon 100 % français, du moins majoritairement européen. Chez Lapeyre, « le choix a été fait il y a une dizaine d'années de ne plus du tout travailler les bois exotiques, d'une part pour des raisons écologiques de traçabilité du bois, et d'autre part pour pouvoir garantir des qualités mécaniques aux fenêtres que nous produisons », rapporte Antoine Fagniez. ■



Les résineux sont de plus en plus prisés.

BOISmag