



Par Blandine Le Guennec

Cristel

Amoviblement vôtre !

En 1987, Cristel révolutionna le monde de la cuisson en créant ses premières collections de poêles et casseroles à poignée amovible. Près de trente ans plus tard, la marque française dévoilera en janvier une quinzaine de nouveaux produits amovibles tout à fait inattendus. Elle démontre ainsi une fois de plus sa grande capacité à innover et prouve que dans l'amovible, elle n'a pas dit son dernier mot ! Rencontre avec Emmanuel Brugger, directeur général de Cristel, qui nous parle des nouveaux projets de l'entreprise.



Emmanuel Brugger

Il se dit que Cristel nous prépare une belle surprise pour bien commencer l'année !

Emmanuel Brugger – Nous avons en effet hâte de présenter au public la dernière innovation de Cristel, qui a travaillé sur son concept amovible pour l'étendre à une nouvelle catégorie de produits. Quinze nouveaux produits qui sortent de la préparation culinaire habituelle sont désormais dotés de la célèbre poignée.

Quel signal fort souhaitez-vous envoyer avec ce lancement ?

E. B. – Outre celui que Cristel reste

le leader incontestable sur le segment de l'amovible, nous voulons montrer que nous montons d'un cran encore dans notre exigence de fonctionnalité des produits. À 30 ans, la marque prouve qu'elle n'a rien perdu de son énergie et de sa capacité créative en lançant une innovation pure qui va, une fois de plus, apporter quelque chose de véritablement nouveau sur le marché. Un lancement enthousiasmant que nous ferons en janvier sur notre tout nouveau stand à Maison&Objet Paris.

Nouveau stand, nouveau visage ?

E. B. – Tout à fait. La conception de notre précédent stand datait de plusieurs années déjà et ne véhiculait plus une image fidèle du dynamisme de Cristel. Nous sommes partis d'une page blanche pour réaliser un nouveau stand qui correspond mieux à l'entreprise telle qu'elle est vraiment aujourd'hui. Il est important de créer l'événement et l'étonnement dans une période compliquée. Nous devons donner à nos partenaires toutes les raisons de croire dans le très beau métier que nous faisons et de garder l'envie de poursuivre l'aventure avec nous. Nous avons encore beaucoup de choses à faire ensemble !

Quel sera le point central de cette communication ?

E. B. – Tout en rajeunissant l'image de Cristel, le nouveau stand démontrera que la marque avance en restant ancrée dans ses valeurs : la fabrication française, la qualité, l'innovation et la





création, le service au revendeur et à l'utilisateur, et enfin le souci de l'environnement.

Quels sont les arguments de Cristel pour séduire les jeunes ?

E. B. – La jeunesse actuelle est très sensible aux valeurs prônées par Cristel. Des valeurs que nous défendons par la création de nouveaux produits qui répondent aux nouveaux modes de vie et aux exigences de la vie actuelle. Les jeunes qui découvrent Cristel voient en elle une marque moderne qui a le souci de donner pleine satisfaction à ses utilisateurs. C'est ce que l'on décrypte en lisant certains articles de jeunes blogueurs.

En 2007, vous lanciez la marque Cookway pour faire découvrir la qualité Cristel à un nouveau public. Quel bilan en faites-vous aujourd'hui ?

E. B. – Cookway a connu dès son lancement un grand succès qui s'est confirmé depuis. Nous avons démontré qu'on peut véritablement s'appuyer sur ses collections pour conquérir de nouveaux publics et développer les ventes. Si les premières versions de produits amovibles Cookway avaient volontairement été lancées avec un système de poignée différent de celui de Cristel, les nouvelles versions sont conçues pour fonctionner avec la poignée originale qui devient la clé d'entrée dans l'univers Cristel. Plus que jamais, Cookway marque le début de l'aventure Cristel pour de nombreux consommateurs qui, avec le temps, évoluent vers les produits originaux de la marque.

Bientôt le printemps, saison marquée chaque année par le Concours vitrines Cristel. Quel en sera le thème cette année ?

E. B. – Cette année, nous invitons nos partenaires à réaliser une vitrine autour du thème "Le chef, c'est vous". Nous souhaitons que ce rendez-vous soit l'occasion pour eux de valoriser leur magasin. Dans des scénographies qui reflètent les valeurs et la qualité de la marque Cristel, beaucoup



*Nouveauté 2015
Moules à pâtisserie à poignée amovible*

créent l'événement dans leur ville et attirent de nombreux clients sur la période. Des clients accueillis par des opérations commerciales et un jeu concours qui anime le point de vente. Le merchandising étant une discipline en pleine évolution, Cristel offrira à tous les participants au concours qui le souhaitent des conseils de professionnels qui leur serviront bien au-delà de l'événement. La

plupart des commerçants qui ont gagné le concours ces dernières années s'étaient fait conseiller.

Partons pour les États-Unis à présent. Cristel s'y est implantée il y a maintenant trois ans. Avez-vous réussi votre conquête de l'Ouest ?

E. B. – Lorsque nous avons créé notre filiale américaine, nous savions que la conquête de ce nouveau marché demanderait beaucoup d'investissements et de patience. L'impressionnant travail de Damien Dodane, Directeur Général Adjoint et responsable export de Cristel, a permis d'implanter solidement la marque jusqu'ici dans le réseau de détail. Ses efforts ont été récompensés en fin d'année dernière par l'implantation de corners Cristel dans douze magasins Bloomingdale's. C'est un événement très important car son succès installe véritablement la marque au États-Unis. Cela a éveillé un intérêt pour nos produits d'autres points de vente de premier ordre avec lesquels des discussions se sont engagées. Nous devons en partie cette réussite naissante outre-Atlantique au talent du directeur de notre filiale sur place qui a su démontrer aux Américains tout le savoir-faire Cristel. Il est aujourd'hui aidé sur le terrain par une démonstratrice hors-pair qui se trouve être une ancienne responsable de boutique en France, avec laquelle nous avons développé une relation très forte.

Serez-vous présents à Chicago en mars pour la prochaine édition du Home+International Housewares Show ?

E. B. – Tout comme sur Maison & Objet à Paris et Ambiente à Francfort, ce salon est devenu pour nous incontournable et il est essentiel d'y être présent. ■

Contact
www.cristel.com