

La revue "Habitation" était invitée en Suède chez IKEA

Autor(en): **Hermenjat, Renée**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat**

Band (Jahr): **53 (1980)**

Heft 9

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-128291>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La revue «Habitation» était invitée en Suède chez IKEA

IKEA, «l'impossible maison de meubles suédois» est une entreprise commerciale, et non une société philanthropique. Mais, originaire d'un pays où le progrès social est le plus développé de toute la planète, il souffle dans cette maison un vent de dynamisme, de jeunesse indéniable.

La formule IKEA pourrait bien être à l'industrie du meuble, au niveau européen, ce que Migros a été à la chaîne alimentaire (et autres) en Suisse.

Espérons que IKEA ne tombera pas dans un gigantisme regrettable qui pourrait lui faire perdre ses côtés sympathiques.

Les origines

Le fondateur, Ingvar Kampard, dans sa jeunesse, était un modeste colporteur

meubles de qualité au prix le plus bas possible. De cette idée de réduire autant que possible les frais généraux, les marges, la manipulation, découle le principe de faire participer le client au travail d'assemblage pour réduire encore les frais.

Les meubles les plus élaborés sont vendus dans des cartons. Il appartient au client de les monter selon schéma explicatif (ce qui ne va pas toujours tout seul, convenons-en, pour les non-bricoleurs et les non-bricoleuses).

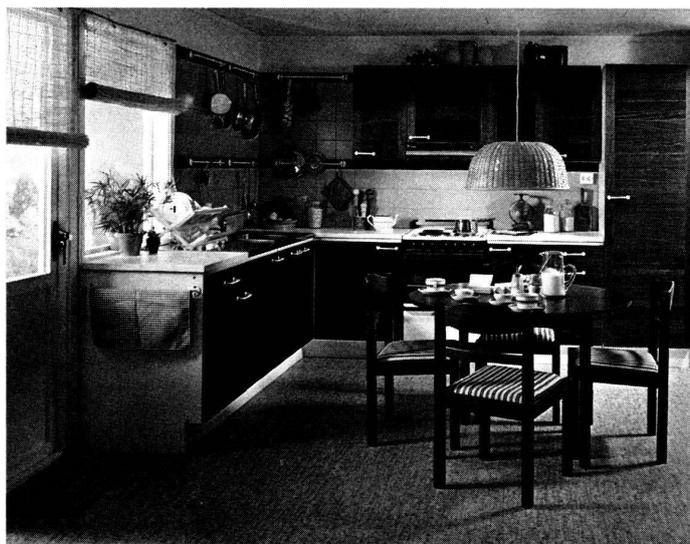
Cette formule «do it yourself», hormis l'avantage financier, donne aussi à l'utilisateur le sentiment d'avoir participé à la création de son ameublement, donc de son cadre de vie, ce qui n'est pas négligeable à notre époque de prêt-à-porter, à cuire, etc.

Les couleurs sont généralement fraîches et gaies, même si certaines nuances surprennent un peu quand on est habitué à un genre traditionnel et quelque peu solennel.

Les chambres d'enfants

Elles sont conçues d'une manière fonctionnelle et économique. Le mobilier est réalisé de telle manière qu'il grandira avec l'enfant, évitant aux parents d'avoir à remplacer la chambre-nursery par celle de l'écolier, puis de l'adolescent. Par exemple, la table à langer est prévue pour devenir un petit, puis un grand bureau.

Les éléments prévus pour le premier âge sont soigneusement rembourrés et lavables. Tous les angles, coins ou objets qui pourraient meurtrir des mar-



qui gagnait sa vie en vendant dans les villages les petits objets qu'il pouvait transporter dans les sacs de son vélo. Il n'a pas perdu le souvenir de ses modestes origines.

Entrepreneur, il crée d'abord une maison de vente par correspondance: crayons, bas nylon, fil, puis des meubles, des lampes, des tapis, de qualité à prix modestes.

Actuellement IKEA dispose de 23 points de vente en Europe, essentiellement en Scandinavie, Allemagne, Hollande, Zurich. Le dernier en date est celui d'Aubonne: un «essai-laboratoire». IKEA désire tester le «marché latin», soit la Romandie, et surtout la France voisine.

L'idée maîtresse d'IKEA est d'offrir des

Ce qui est offert au client

Pour le moment, sur le marché suisse, les meubles IKEA semblent les meilleurs.

Ils sont agréables, de bon goût, légers, mais pas «camelote».

Surtout, les dimensions des meubles sont réalistes. Tenant compte de l'exiguïté des logements modernes, les créateurs ont imaginé des éléments confortables qui n'écrasent pas les pièces et permettent ainsi des espaces suffisants pour le mouvement et la vie de la famille.

La garniture de la plupart des meubles rembourrés est pratique, de couleur gaie et lavable. Ce qui doit éviter bien des tensions dans les familles lorsque les enfants sont petits.

mots chancelants sur leurs jambes ou provoquer des bosses lors d'inévitables chahuts entre frères et sœurs ont été bannis.

Les cuisines

Le mobilier de cuisine, presque toujours en lattes de bois, par éléments, permet d'équiper la plus vieille des cuisines de manière rationnelle à un prix étonnant. Le point noir cependant: les vieilles cuisines ne sont pas toujours de niveau ni d'équerre. Il faut alors un bricoleur chevronné pour installer tous ces éléments parfaitement géométriques. Pour les installations particulièrement difficiles, IKEA dispose d'un service de montage, sur demande et, bien sûr, payant.

On peut cependant dire que, dans l'ensemble, les clients savent ou apprennent à jouer du tournevis, et que la sueur versée ajoute un charme à l'ensemble réalisé.

Ce que nous avons vu en Suède

La consigne générale semble être: pratique, fonctionnel, permettre le plus possible d'unités de rangement dans des logements où il est souvent difficile d'avoir de l'ordre, faute de place.

Les nouvelles collections qui nous ont été présentées en Suède fourmillent d'idées originales. Les créateurs s'efforcent d'être en prise directe avec les réalités sociales de notre temps. On a présenté, notamment, un ensemble pour femme divorcée vivant seule avec son grand fils.

L'équipe des créateurs d'IKEA doit vivre dans un climat de brainstorming permanent... les gadgets sont innombrables, mais tous utiles, beaux et fonctionnels. Ils permettent de gagner du temps et de la place tout en étant décoratifs.

La fabrication

Nous avons visité les usines IKEA en Suède. La fabrication se fait à la chaîne, naturellement, mais à la suédoise. Les ouvriers qui travaillent aux tâches répétitives changent de travail régulièrement pour pallier la monotonie. Les normes de sécurité, d'assourdissement du bruit des machines sont maximales. L'aspiration des poussières et des odeurs de peinture est effectué par les moyens les plus perfectionnés.

Les contrôles de fabrication sont impitoyables. Les fauteuils, canapés et matelas sont soumis à la torture et mis sur le marché après de longues épreuves.

Le règne de l'ordinateur

Chaque point de vente européen de IKEA dispose d'un ordinateur relié au terminal suédois. La nuit, chaque magasin transmet au cerveau central le nombre, la catégorie et le montant des articles vendus dans la journée. En centralisant ainsi les données sur les ventes, la direction suédoise peut pousser la fabrication des articles qui «marchent bien» ou, au contraire, freiner celle des articles qui se vendent moins bien ou mal.

Ce qui offert aux employés d'IKEA-Aubonne

Une ambiance sympathique, jeune, décontractée. Des salaires convenables: 1800 fr. par mois, par exemple, pour une vendeuse qui n'obtiendrait ailleurs que 1200 fr. en moyenne — 13 mois de salaire — 4 semaines de vacances (5 semaines depuis 40 ans) — divers avantages sociaux non négligeables.

Pas de hiérarchie, pas de caporalisme: le tutoiement est de rigueur. Chacun est responsable à son niveau et peut prendre des initiatives. Pour des jeunes entrepreneurs, possibilité de se réaliser professionnellement et d'obtenir un poste à responsabilités avant d'avoir atteint l'âge canonique.

L'esprit d'initiative est apprécié, les idées originales toujours bienvenues, même et surtout si elles n'émanent pas de ceux qui sont censés être les têtes pensantes de l'entreprise.

IKEA ne vend que 3 articles produits en Suisse, mais offre à Aubonne 150 postes de travail.

Animation

La maison offre un soutien aux artistes suisses romands en organisant, principalement à l'intention des enfants, des spectacles, des concours et des concerts.

Une nouvelle philosophie de l'habitat

Les meubles traditionnels faits pour durer plusieurs générations ont-ils vraiment vécu? On peut le regretter. Au début du siècle encore, ils faisaient partie du patrimoine, se révélaient facteurs de stabilité familiale, voire tribale. Nostalgie: la belle armoire en chêne de grand-mère, doucement luisante de patine et de cire d'abeilles, toute pleine de linge damassé fleurant bon la lavande — et le vaisselier rempli de merveilles — le buffet aux confitures parfumées... Ô les odeurs d'autrefois...

Puis vient le temps du contre-plaqué, du meuble industriel. En se mariant, le jeune couple achète les meubles «qui feront toute une vie». Ils sont plus légers que les meubles rustiques, mais les dimensions sont encore imposantes, parce que conçues pour les pièces d'habitation d'autrefois.

Que soit à jamais maudit le faux buffet Henri II qui faisait de la salle à manger un endroit où l'on ne pouvait que se faufiler entre la table et les chaises... ou jamais un petit garçon ne put jamais installer ses rails et son train. Mais on avait sa dignité, n'est-ce pas, on tenait son rang. Jamais on n'aurait osé vivre dans du «Louis-Caisse», même si cela eût été, en définitive, non seulement moins cher, plus agréable et surtout plus marrant.

IKEA: un mobilier décontracté

Aujourd'hui on vit dans de petits appartements. On déménage beaucoup (enquête du MPF — en ville 6 locataires sur 10 résident dans leur quartier depuis moins de dix ans) — les enfants partent tôt pour aller vivre seuls dans un studio — beaucoup de divorces (37%) — de séparations — de situations provisoires...

Tout ce contexte fait qu'il devient de plus en plus difficile de se meubler «pour la vie». Au reste, nos villes le montrent bien: le jour du ramassage des déchets encombrants, on peut voir sur les trottoirs des meubles traditionnels, en parfait état, que l'on jette essentiellement par manque de place.

En créant ce style décontracté, IKEA a donc fait œuvre de pionnier, ou tout du moins concrétisé, industrialisé ce qui était dans l'air, mais éparpillé dans les boutiques aux idées, «Wohnshop» ou autres magasins un peu marginaux.

Le revers de la médaille

On peut contester la formule «vente par grande surface», qui implique un magasin très éloigné des centres urbains. Les acheteurs potentiels ne peuvent s'y rendre qu'en voiture, pour n'emporter parfois qu'un gadget ou simplement profiter du remarquable restaurant suédois. Et les autres? Ceux qui ne sont pas motorisés? (bien sûr, ce sont alors ou des originaux, ou des gens à revenus modestes — puisqu'on n'ose plus dire pauvres — ou des personnes âgées).

Se meubler léger, cela signifie aussi se meubler pour une courte période, dans l'idée préconçue d'un changement — donc gaspillage? Ou aurait-on changé de toute façon? Et l'écologie? A noter cependant que les meubles une fois démontés et remis dans leur carton n'encombreront pas le grenier (cela existe-t-il encore?) Ils pourront attendre le jour de leur réutilisation.

On peut déplorer que l'engouement pour ce style nordique fasse périlcliter des fabriques de meubles traditionnels, particulièrement les petites entreprises qui avaient déjà bien de la peine à se maintenir; elles devront soit disparaître, soit se remettre en question. Ce qui pourrait finalement tourner à leur avantage si elles savaient doser une juste synthèse entre le «beau meuble» traditionnel et les réalités de notre temps.

On peut aussi se demander comment évoluera ce style qui privilégie le bois naturel lorsque la mode en sera passée. Il faut surtout regretter que les 30% des articles vendus dans nos pays occidentaux par IKEA soient fabriqués à l'Est, dans ces heureux pays où l'on ne fait jamais grève, où les syndicats n'ont pas l'air d'exister et où la main-d'œuvre est nombreuse, docile et surtout bon marché.¹

Ceci au détriment des travailleurs occidentaux (six millions de chômeurs).

A cette critique, la direction de IKEA répond que la concurrence est de plus en plus dure, et qu'il importe avant tout d'obtenir les prix les plus bas possible. Ne serait-ce pas finalement un mauvais calcul? Les chômeurs sont-ils des clients potentiels?

La revue *Habitation* ne fait pas de publicité pour l'entreprise suédoise. Il convenait cependant d'examiner le mieux possible le phénomène IKEA. Ces lignes s'efforcent de rendre compte, le plus honnêtement possible, des impressions ressenties soit à Aubonne, soit en Suède.

Ajoutons que l'hospitalité suédoise fut sympathique, courtoise, généreuse, mais sans excès ni ostentation. Et qu'à aucun moment nous n'avons eu l'impression d'être manipulés.

Et les paysages scandinaves sont magnifiques.

Renée Hermenjat

¹ Nous laissons à notre collaboratrice la responsabilité de son affirmation. Les récentes manifestations ouvrières en Pologne montrent bien qu'il faudrait nuancer tant en ce qui concerne la docilité des travailleurs que l'absence de grève. (Réd.)