

# DOSSIER DE PRESSE NOUVELLE COLLECTION CUISINES 2019



 LAPEYRE

## ÉDITO

Lapeyre, c'est avant tout l'histoire d'une transmission entrepreneuriale et familiale qui débute en 1931. En près de 90 ans, l'entreprise s'est développée, passant de menuiserie familiale à filiale du groupe international coté en bourse Saint-Gobain. La clé de notre succès réside dans l'engagement de la marque resté inchangé : le Savoir Bien Faire.

Acquise au fil du temps, l'expertise Lapeyre incarne la passion, l'exigence et le respect pour les choses bien faites. Ces valeurs, qui font plus que jamais sens aujourd'hui, nous les avons réaffirmées en 2017, en soulignant notre ADN de distributeur-fabricant grâce à une nouvelle signature « Le Savoir Bien Faire ».

L'engouement des Français et leur confiance dans les spécialistes de l'ameublement et surtout de l'équipement de la cuisine n'ont jamais été aussi forts, avec un marché en croissance constante depuis 2014\*. Pour autant, le challenge pour notre marque n'en reste pas moins important. Ainsi, depuis plusieurs mois, nous avons entrepris un travail complet de refonte de notre offre cuisine.

Nous sommes fiers de proposer dès 2019 aux Français des modèles nouveaux, des couleurs inédites, des finitions originales... En lançant cette nouvelle gamme de cuisines, nous souhaitons aller à la rencontre de tous les Français attentifs à la qualité et au style affirmé, en quête d'une pièce qui se veut à la fois design et fonctionnelle.

Pour la première fois de son histoire, Lapeyre renouvelle toute sa gamme de cuisines. Aujourd'hui, je suis très heureux de conduire ce tournant stratégique de la marque et d'accompagner Lapeyre dans une stratégie d'innovation en cohérence avec son Savoir Bien Faire.



**François Rollet**  
Directeur Général Lapeyre Distribution



# LAPEYRE, UNE HISTOIRE FRANÇAISE

À sa création en 1931, l'entreprise familiale Lapeyre se lance dans la fabrication de portes et fenêtres en série. Le groupe entend alors révolutionner le monde de la menuiserie moderne et se positionne rapidement comme une entreprise artisanale et industrielle, alliant savoir-faire historique et innovation.

## 1850-1930

### Naissance de la saga familiale



#### 1850

Pierre Lapeyre arrive à Paris et se lance dans le marché de la démolition.



#### 1894

Jean-Baptiste Lapeyre devient apprenti chez son oncle Pierre. Il élargit ses activités : en 1904 la société déménage au 137 rue de l'Abbé Groult, lieu historique.



#### 1926

Martial Lapeyre, fils de Jean-Baptiste Lapeyre, rejoint l'entreprise familiale.

## 1930-1945

### Lapeyre à la conquête de nouveaux marchés

#### 1931

Création de "Lapeyre et fils" et premières fabrications en série de portes et fenêtres neuves.



#### 1937

Lancement du catalogue Lapeyre, une arme commerciale inédite et gratuite, intégrant pour la 1<sup>ère</sup> fois les prix fixes, les mesures et les gabarits des produits.



#### 1945

Création d'un concept novateur : le premier dépôt-vente. Le dépôt-vente de la rue de l'Abbé Groult devient le premier fournisseur de produits d'aménagement pour les familles françaises.



Aujourd'hui, grâce à ses 130 magasins sur le territoire et plus de la moitié de ses produits fabriqués dans l'Hexagone, la marque patrimoniale fait du made in France son fer-de-lance.

## 1945-1975

### Lapeyre à la conquête du grand public

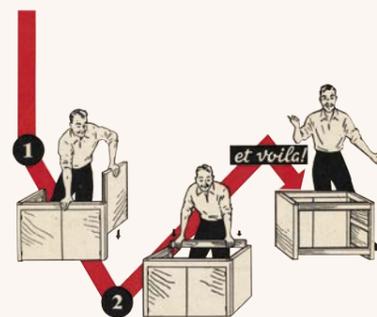
#### 1949

Martial Lapeyre investit dans les "Menuiseries du Centre" à Ydes et développe ses propres outils de production.



#### 1957

Invention de la cuisine en kit à monter soi-même.



#### 1960

Croissance de l'entreprise et ouverture de 9 nouveaux dépôts en France entre 1960 et 1974.

## 1975-aujourd'hui

### Le Groupe Lapeyre

#### 1976

Martial Lapeyre cède son entreprise au groupe Poliet & Chausson. L'entreprise entrera en bourse en 1992 et intégrera le groupe Saint-Gobain en 1996.



#### 1985

« Lapeyre, y'en a pas deux ! »

#### 2017

L'entreprise se réinvente autour du Savoir Bien Faire, en gardant à cœur ses valeurs fondatrices : qualité, durabilité et adaptabilité.



# LAPEYRE, LE SAVOIR BIEN FAIRE

Forte de son histoire française de près de 90 ans, Lapeyre a réaffirmé son positionnement en 2017 autour d'une signature, qui répond directement aux attentes des Français : Le Savoir Bien Faire.

Parmi les ambitions que la marque s'est fixée : rendre la qualité et le savoir-faire dans l'aménagement de la maison accessible à tous. Pour Lapeyre, la réussite des projets d'aménagement passe par une offre de produits et de services caractérisés par leur qualité, leur durabilité et leur adaptabilité. Ces valeurs se retrouvent à tous les niveaux : design, conception, fabrication, vente...

Un Manifesto de marque qui se traduit par six engagements forts :

- #1 Le Savoir Bien Faire, c'est valoriser la fabrication française**  
Grâce à ses onze usines françaises, l'essentiel des produits Lapeyre est fabriqué en France.
- #2 Le Savoir Bien Faire, c'est intégrer les nouvelles tendances comme les dernières normes**  
Les équipes designers et les bureaux d'études pensent esthétique et pratique, design et durable.
- #3 Le Savoir Bien Faire, c'est concevoir avec chaque client son propre projet**  
Les conseillers experts mettent toutes leurs compétences à profit pour faire des idées une réalité.
- #4 Le Savoir Bien Faire, c'est assurer une installation sur-mesure**  
Les artisans experts gèrent d'une main de maître les étapes des travaux, de la prise de mesures à la pose.
- #5 Le Savoir Bien Faire, c'est garantir un travail bien fait**  
Les produits Lapeyre sont garantis jusqu'à 25 ans.
- #6 Le Savoir Bien Faire, c'est faire bénéficier chaque client de prix fabricants**  
En contrôlant l'essentiel de la chaîne de fabrication, en supprimant les intermédiaires superflus, Lapeyre propose le meilleur rapport qualité/prix.

# AU CŒUR DES TENDANCES : LE DESIGN LAPEYRE

Si historiquement les Cuisines Lapeyre se sont fait connaître par les modèles en bois, alors en vogue à l'époque, le design Lapeyre est cependant beaucoup plus large. Les Cuisines Lapeyre, ce sont plusieurs gammes de cuisines lancées dans le temps, et des best-sellers iconiques.

En 2019, Lapeyre renouvelle entièrement sa gamme. La marque répond aux attentes des Français et restructure son offre autour de trois univers, déclinables sur toutes les pièces de la maison.

- **Nature, pour se sentir bien** : un univers naturel, avec des cuisines franches, brutes.
- **Design, pour être ensemble** : des cuisines colorées et audacieuses, pour des personnes sûres d'elles, qui osent les associations pointues et signées.
- **Terroir, pour cultiver sa nature** : des cuisines emblématiques revisitées autour du travail de menuiserie et avec des finitions soignées.

## La collaboration avec des cabinets de tendance

Pour s'assurer de la parfaite adéquation des design Lapeyre avec les attentes des Français, la marque s'est associée à des cabinets de tendance.

 NellyRodi™

Nelly Rodi, qui a contribué à l'élaboration de l'architecture de la nouvelle gamme de cuisines.

**PeclersParis**

...fashioning the future

L'Agence Peclers, qui a travaillé à l'expression de l'offre et à la valorisation des produits.

## Le design Lapeyre : une triple promesse

### ACCESSIBILITÉ

Avec des produits offrant le meilleur rapport qualité/prix.

### ADAPTABILITÉ

Grâce aux usines et aux ingénieurs Lapeyre, qui permettent à la marque de se différencier avec une largeur d'offre pour tous les styles et tous les budgets.

### DURABILITÉ

Le Savoir Bien Faire est indissociable de l'exigence de la marque dans le choix des matériaux et des processus de fabrication.

# LES CUISINES LAPEYRE 2019

« Autrefois, la cuisine était une pièce purement fonctionnelle, destinée exclusivement à la préparation des plats. Aujourd'hui, c'est une pièce à vivre, dans laquelle les tendances s'inscrivent. Au sein du studio de design de Lapeyre, les équipes travaillent chaque jour à la création de modèles de cuisine en phase avec les tendances et les attentes des Français, tout en maintenant un lien avec l'objectif global de cohérence et de fluidité entre les gammes ».



**Morgane Pluchon, Designer et Directrice Artistique chez Lapeyre**

## 16 NOUVELLES CUISINES.

Les nouvelles Cuisines Lapeyre ont été imaginées telles de véritables lieux de vie aussi bien en famille qu'entre amis. Avec 16 nouveaux modèles - Nature, Design ou Terroir - l'offre s'adapte à tous les profils de consommateurs.

Les cuisines **Nature** invitent à ralentir et à se détendre. Elles se déclinent en une palette d'essences de bois clair et de revêtements contemporains aux coloris clairs inspirés par la nature. La pureté des lignes et la simplicité des détails répondent à des besoins de retour à l'essentiel.

Les modèles **Design** se font plus graphiques et plus dynamiques. Design, ces cuisines allient esthétique et fonctionnalité. Les lignes sont pures, les couleurs sont profondes, les noirs sont texturés, les finitions sont soit laquées soit très mates.

Quant aux cuisines **Terroir**, elles sont chaleureuses et traversent les années avec toujours le même panache. Elles oscillent entre style industriel et esprit « maison de famille ». Les matériaux sont nobles et les finitions irréprochables. Le style classique est revisité grâce à de nouveaux coloris.

## 80 FINITIONS

Coloris, matériaux, poignées... les Cuisines Lapeyre 2019 se déclinent en près de 80 finitions différentes, et le choix de ces dernières augmente avec la montée en gamme des cuisines. Choisir ses propres poignées permet par exemple au client de faire de sa cuisine un modèle unique !

En ce qui concerne les façades, le choix est vaste, entre des finitions mates ou brillantes. Les façades bois vont quant à elles de l'essence la plus claire à une teinte de bois brûlé. Enfin, Lapeyre propose également des façades en inox véritable de grande qualité ou façon métal poli.

## LAPEYRE : DES CUISINES EN ACCORD AVEC LES TENDANCES

Pour sa collection 2019, Lapeyre a fait le choix d'ajouter des éléments de cuisines et des accessoires pour répondre parfaitement aux attentes des consommateurs. On trouve par exemple des plans de travail façon terrazzo, de même que 24 coloris de plans de travail en quartz.

La gamme de plans en bois s'est étoffée et est proposée en un plus grand nombre d'épaisseurs, alors que les spots à LED ont remplacé les spots classiques.

De nouveaux éviers inox - satinés ou nid d'abeille - sont venus enrichir la gamme, ainsi que des éviers bi-matière en pierre reconstituée et billes d'inox. Dans cette nouvelle gamme de cuisines 2019, les éviers sous plan et affleurants sont également plus présents.

## LES QUELQUES MODÈLES PHARES ISSUS DE LA COLLECTION CUISINES LAPEYRE 2019



Cuisine Perspective Céladon brillant



Cuisine Ludique Chêne moka et Velours Indigo mat



Cuisine Canopée Chêne Noisette



Cuisine Iconique Romarin mat



Cuisine Pigments galets & boisé chêne brûlé



Cuisine Ludique Chêne naturel & Cappucino

## LES CLIENTS LAPEYRE



Cuisine Tradition Chêne flotté



Cuisine Roche béton carbone



Cuisine Chromatique Terracotta mat



Cuisine Ludique Ivoire



Cuisine Chromatique Ciel d'orage



Cuisine Iconique encre mat



Cuisine Agile blanc



Cuisine Nuances galet brillant & Canopée orme

« La cuisine est une pièce de la maison particulièrement affectée des Français et dont la rénovation est couramment prioritaire à celle d'autres pièces de la maison. Notre nouvelle gamme de cuisines doit nous permettre de faire des propositions en meilleure adéquation avec l'évolution de nos consommateurs – tant en termes de mode de vie que d'usage ou encore de style – et ainsi permettre à Lapeyre de retrouver une place de premier rang sur le marché de la cuisine ».

**François Rollet, Directeur Général Lapeyre Distribution.**

Le client Lapeyre est multiple. Grâce au Savoir Bien Faire, et parce qu'elle est accessible, durable, tendance et qualitative, la marque s'adresse à la fois aux jeunes couples à la recherche d'une cuisine adaptée à la taille de leur appartement, et aux Français installés durablement, qui souhaitent une cuisine plus spacieuse et fonctionnelle.

Qu'il soit professionnel ou particulier, les clients Lapeyre sont des acheteurs de produits d'aménagement très impliqués, plutôt connaisseurs, et ayant des exigences de qualité, aussi bien sur les produits que sur le conseil.

Nombre de clients  
cuisines en 2017

> 100 000

### LE CONSEIL À DOMICILE

Un aménagement de domicile durable et qualitatif demande du savoir-faire et de l'implication. La singularité de chaque projet nécessitant une approche unique, Lapeyre a mis en place une offre de Conseil à Domicile, qui permet de concevoir son projet avec un accompagnement d'expert en 4 étapes :

- **Une optimisation du projet** : l'expert Lapeyre se rend au domicile et évalue les opportunités et contraintes des travaux à réaliser.
- **Un accompagnement personnalisé** : l'expert prend les mesures du chantier.
- **Des conseils techniques** : l'expert suggère les produits, finitions et matériaux adaptés au projet.
- **Une étude budgétaire fiable** : un chiffrage précis et détaillé de son projet dans les 7 jours.

# LA FABRICATION LAPEYRE, GAGE DU SAVOIR BIEN FAIRE

Depuis près de 70 ans, Lapeyre possède ses propres usines de fabrication, ce qui lui permet de non seulement disposer d'une offre unique, mais également de créer un lien rapide, et sans intermédiaire, avec le studio de design produit de la marque.

## DE LA FABRICATION À LA LIVRAISON : LA MAÎTRISE DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION AU SERVICE DU CLIENT

Lapeyre garantit un temps de 3 à 4 semaines entre la commande d'une cuisine et sa réception.

- **SEMAINE 1** : délai légal de rétractation possible du client après commande.
- **SEMAINE 2** : fabrication de la cuisine.
- **SEMAINE 3** : montage de la cuisine qui est ensuite acheminée par le prochain camion de livraison – chaque point de vente étant desservi une à deux fois par semaine.

## LES MENUISERIES DU CENTRE : LIEU DE FABRICATION HISTORIQUE DES CUISINES LAPEYRE

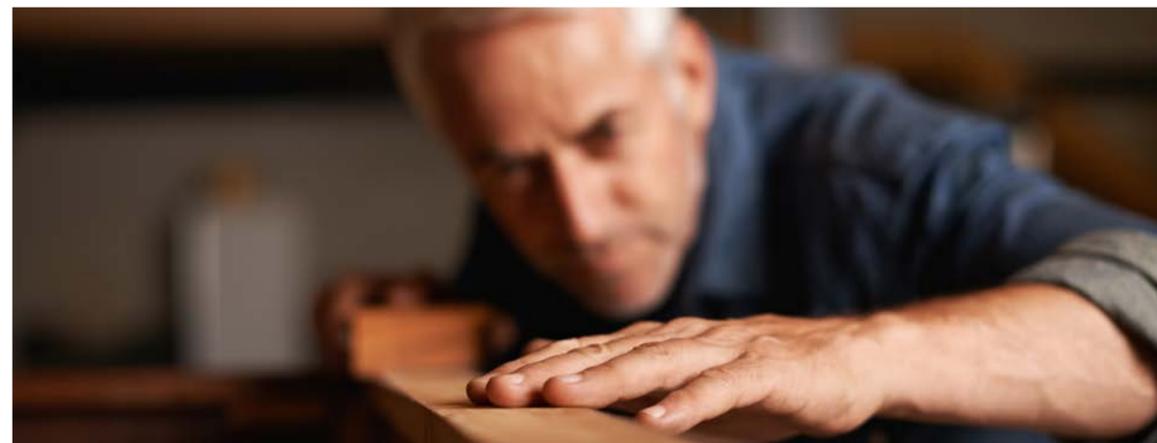
Au début des années 1950, Lapeyre acquiert l'usine d'Ydes (Cantal), et oriente ses activités vers la menuiserie industrielle et la fabrication en série de portes d'intérieur et d'extérieur en bois. Les Menuiseries du Centre deviennent également un site pilote, où sont produits les premiers meubles de cuisine.



Jusqu'en 1975, Lapeyre est avant tout un distributeur ne possédant en propre qu'une seule usine - les Menuiseries du Centre. Suite à l'intégration de ses principaux sous-traitants, les Menuiseries du Centre se spécialisent pour produire exclusivement des meubles de cuisines, de salles de bains et rangements.

Au fil des ans, les Menuiseries du Centre deviennent une entreprise phare du nord du Cantal. Les recrutements ne cessent de s'accroître entre 1950 et 1975, l'usine passant de 15 à 150 salariés. En parallèle, les méthodes et les techniques évoluent. L'acquisition de machines à la pointe de la technologie permet de gagner en délais et en précision, tout en réduisant considérablement la pénibilité du travail.

Aujourd'hui les Menuiseries du Centre emploient 320 salariés à la fabrication des 250 000 meubles de cuisine et 105 000 plans de travail Lapeyre vendus en France.



## LA QUALITÉ D'UNE FABRICATION MADE IN FRANCE

Depuis sa création en 1931, la fabrication française est l'un des piliers de la marque. Lapeyre fabrique et assemble toutes ses cuisines dans ses usines en France. Si certaines matières premières proviennent d'Europe, toutes sont sélectionnées auprès des meilleurs fabricants.

## LES ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX DES CUISINES LAPEYRE

Lapeyre est une entreprise éco-responsable valorisant le recyclage, l'utilisation de produits respectueux de l'environnement et du consommateur (tels que la peinture à base d'eau), et soucieuse d'ajuster ses flux logistiques pour limiter son empreinte carbone.

Entreprise historiquement implantée au cœur des forêts françaises, Lapeyre attache depuis plusieurs années la plus grande importance à n'utiliser que des bois issus d'exploitations forestières légales et respectueuses de l'environnement. Aucune cuisine Lapeyre ne contient par conséquent d'essences en danger de disparition, et privilégie toujours une provenance Européenne.

L'entreprise répond par ailleurs aux éco-certifications bois FSC® et PEFC™.



Autre illustration de l'engagement environnemental de la marque : la mise en place en 2013 d'une filière de traitement des déchets d'ameublement, qui inclut des missions de collecte, de recyclage et de réutilisation du mobilier en fin de vie.





CONTACTS PRESSE  
AGENCE CLC COMMUNICATIONS  
Christelle Maupetit - [c.maupetit@clccom.com](mailto:c.maupetit@clccom.com)  
Zineb Arhla - [z.arhla@clccom.com](mailto:z.arhla@clccom.com) - 01 42 93 04 04