

CAFÉS, HÔTELS ET RESTAURANTS

La terrasse réinventée

JAN MEYER Dans un pays où le tourisme est un pilier économique et la terrasse un élément de l'art de vivre, le sujet est pris au sérieux. Les protections solaires et autres équipements techniques pour les terrasses de cafés, hôtels et restaurants n'ont jamais autant compté pour l'identité même des lieux.

- L'engouement des français pour les terrasses ne se dément pas. L'aménagement de ces espaces extérieurs est devenu un incontournable pour les gérants qui veulent valoriser et donc exploiter au mieux le potentiel de ces mètres carrés en plein air.
- Les CHR ont aujourd'hui bien compris que les protections solaires participent à l'attractivité de leurs établissements. Le marché est en croissance avec des produits qui montent en gamme.



La France est un pays de tourisme, c'est une évidence. Le café, l'hôtel et le restaurant, avec ou sans terrasse, mais de préférence avec, sont inscrits dans la culture et l'imaginaire collectif des Français comme dans aucun autre pays au monde. Les terrasses des cafés en particulier font partie des images d'Épinal qui

collent à l'art de vivre à la française. Un art de vivre qui a été la cible des attaques terroristes de novembre 2015 et qui s'est exprimé de plus belle une fois le deuil passé. La France affirme aux esprits obscurs qu'elle préfère la lumière en réinvestissant, entre autres, les terrasses. C'est dire comme ce qui est appelé aujourd'hui l'outdoor living, est

ancré dans la mentalité gauloise. La loi Evin de janvier 1991 sur l'interdiction du tabac dans les lieux publics a été le déclencheur d'une prolongation de ce besoin tout au long de l'année. Pas sûr que ce fut l'effet attendu par le législateur, mais le fait est que la terrasse de café a changé de statut en France depuis vingt ans. Cela vaut aussi pour certains

Le fabricant Burda a lancé une rampe technique particulièrement discrète et efficace pour chauffer, éclairer et rafraîchir à l'aide d'un brumisateur intégré.



La voile d'ombrage, à défaut de réussir à chaque fois une ombre parfaite sur toute la surface de la terrasse, génère un indiscutable effet d'image et de signal.

voisins européens. La population urbaine, les jeunes et les noctambules ont pris goût à être dehors en toute saison ou presque. En témoigne l'engouement actuel pour les rooftops.

De nouveaux espaces jaillissent

Depuis quelques années, les citadins se pressent – quitte à patienter de longues minutes – pour accéder à ces toits-terrasses transformés la plupart du temps en bar ou en restaurant. Le concept, importé des États-Unis, séduit une clientèle souvent aisée (les prix semblent être proportionnels à la hauteur des terrasses) en quête d'espace et de nouvelles expériences. En moins de dix ans, le phénomène s'est emparé des grandes villes françaises et les ouvertures se sont multipliées : les toits des Terrasses du

RENÉ LEBENTHAL, DIRECTEUR DE WAREMA FRANCE

« Les marchés de l'aménagement extérieur des CHR sont en forte croissance »

Technic'baie : Quel est votre regard sur ces marchés du CHR en France et en Europe ?

René Lebenthal : En France comme dans le reste de l'Europe, ces marchés de l'aménagement extérieur des CHR sont en forte croissance. Le concept d'outdoor living se généralise quasiment à tout type de commerce de bouche ou de lieux récréatifs. Est-ce un des effets directs du changement climatique ? Le fait est que les températures grimpent dans des pays qui n'avaient aucune culture de la

terrasse. Je pense aux pays scandinaves, par exemple. Et les habitants du nord de la France et de l'Europe prennent progressivement des habitudes de vie des Méditerranéens. L'Allemagne notamment découvre les pergolas et le mode de vie qui y est associé. C'est un marché qui existe depuis longtemps dans les pays du sud de l'Europe.

Technic'baie : Ces marchés sont-ils comparables à ceux de l'outdoor living chez le particulier ?

R. L. : Non, car les surfaces à couvrir ne sont pas les mêmes. Si on parle, par exemple, de 15 m² de pergola chez un particulier cela peut être le triple, le quadruple ou plus dans le CHR. Il existe du coup des produits adaptés. Les pergolas du CHR demandent en plus une bonne résistance aux intempéries (pluie, vent). Il faut proposer la bonne solution avec la bonne toile dans ces cas. Et bien sûr des

solutions pour fermer latéralement avec des stores ZIP ou des cloisons vitrées et des systèmes de chauffage. La touche finale est l'éclairage intégré. Tout cela demande des budgets conséquents qu'un particulier ne peut pas toujours assumer.

Technic'baie : Selon vous, est-ce que les installateurs français de stores et de pergolas sont conscients des enjeux de ces marchés ?

R. L. : Certains oui, d'autres non. Cela dépend du professionnalisme de chaque entreprise. Dans le sud de la France, il y a depuis longtemps une culture de la terrasse pour toute l'année. Les storistes se sont approprié ce marché. Dans les régions au-dessus de la Loire, il reste encore beaucoup à faire en matière d'outdoor living et on retrouve d'ailleurs la même problématique entre le sud de l'Allemagne et le reste du pays.

