



© Discac

DISCAC
positivement fabriquant

Le modèle Nid Douillet, issu de la nouvelle Collection Cuisines de Discac.

DISCAC

Une nouvelle collection éco-chic pensée pour encourager les ventes

L'année 2023 est dynamique pour Discac, fabricant de meubles de cuisines, de salles de bains, « et de belles relations ». Après avoir repensé sa charte graphique et dévoilé 2 nouveautés en avant-première, l'entreprise française profitera d'EspritMeuble pour présenter sa nouvelle Collection Cuisines, dont voici un avant-goût..... Par Anthony Thiriet

Acteur majeur de la fabrication de meubles de cuisines et de salles de bain depuis plus de 30 ans, Discac avait présenté des « avant-premières » en avril. « Nos collections durent 2 ans. Ces lançements anticipés permettent à nos clients de dynamiser leurs ventes, de suivre les tendances et de faire du teasing », nous confie **Romain Langagne**. Présentées à travers le modèle Douce Escale, ces innovations ont pu être proposées par les magasins et les distributeurs dès le mois de juin. « Elles ont rencontré un grand succès, représentant de nouvelles solutions économiques dans le contexte inflationniste. Les nouvelles façades sont dans le Top 10 des ventes ! » précise le directeur commercial. Présentée dans un catalogue papier, dans un catalogue digitalisé enrichi et sur le site discac.fr, la Collection Cuisines 2023 sera réellement dévoilée sur les 100 m² du stand Discac, au cœur d'EspritMeuble, du 18 au 21 novembre à Paris (voir p. 114-115). « Ce sera aussi la 1^{re} fois que nous déploierons sur un salon notre nouvelle

plateforme de marque, plus moderne et dynamique. Notre présence nous permettra aussi d'asseoir notre positionnement BtoB sur le marché français. » Le stand sera composé de 4 cuisines scénarisées de la nouvelle collection, d'un espace buanderie avec des meubles inédits, d'un espace salle de bain, et d'une matériauthèque reprenant l'intégralité de la gamme.

Esthétisme, fonctionnalités et compétitivité

Avec cette Collection Cuisines, Discac souhaite « offrir de nouvelles possibilités aux professionnels, avec 2 mots d'ordre : la compétitivité et l'esthétisme ». La marque s'affaire tous les 2 ans à proposer « des modèles encore plus esthétiques et fonctionnels, en conservant les prix, les délais et les services » qui la caractérisent. Le «cru 24-25» comprend 10 nouveaux modèles de façades, 6 nouveaux décors de plans de travail, 1 univers doré (poignées, socles,



DISCAC COLLECTION CUISINES 24-25

prises de plan de travail...) et 1 caisson chaîne clair. Au total, la Collection comprend 217 meubles. « Nous proposons de nouvelles dimensions, pour plus de modularité dans les conceptions. Et nous avons retravaillé sur la nomenclature, avec l'arrivée de produits pour l'aménagement de buanderies », indique le directeur commercial.



Romain Langagne, directeur commercial de Discac.

Côté design, cette Collection se veut « plus organique et naturelle, avec un aspect Art Deco ». Elle est marquée par une dominante de couleurs pastel, avec notamment l'arrivée du vert sauge, et présente des finitions aux aspects organiques, façon bois et pierre. Certaines façades sont très identitaires, l'une d'elles imitant par exemple des tasseaux de bois et du cannage. L'accessibilité est un autre pilier de cette Collection. « La gamme Topaze présentée en avril était 11 % moins chère que la précédente. Nous allons plus loin, avec 33 modèles de façades réparties sur les 3 premiers groupes de prix », explique le directeur commercial. En mêlant habilement innovations, tendances et prix accessibles, Discac veut proposer « des solutions anti-crise », et « aider les professionnels à vendre des cuisines ». Son objectif est aussi, bien sûr, de gagner de nouvelles parts de marché. ♦



© Discac



© Discac

La nouvelle machine industrielle de l'usine Discac.

Grands investissements et services renforcés

Pour accompagner sa croissance, Discac réalise de grands investissements. « Notre nouveau magasin automatisé au bout de la ligne de placage représente un grand tournant dans l'histoire de l'entreprise », annonce Romain Langagne. Souhaitant devenir une alternative forte aux fabricants allemands, Le challenger français des fabricants sans enseigne de distribution continue d'investir dans son outil de

production pour pouvoir absorber les volumes. Discac ne lésine pas non plus sur les services. « Conçues pour être faciles à travailler, nos gammes s'adressent à tous les canaux de distribution. » Et les bibliothèques peuvent être intégrées aux logiciels HomeByMe et Ideal Spaces.

En chiffres

2 usines de production à Izon (33)
de 15 000 m² et 8 000 m² • 190 salariés pour la fabrication • 400 magasins partenaires • 37 500 commandes en 2022, pour 31,5 M€ de CA.

Le modèle Douce Escale, qui avait été présenté en avant-première.