



## ÉDITO

### LE SECTEUR DU COMMERCE, UN MARCHÉ PORTEUR

Avec plus de 35 millions de mètres carrés de surfaces commerciales renouvelées régulièrement, le secteur du commerce est en constante évolution. Les revêtements de sols PVC y sont de plus en plus à l'honneur, grâce à leurs performances techniques appréciées des maîtres d'ouvrage mais aussi à leur large palette de couleurs, matières et textures, prisées des designers et des architectes d'intérieur.



## TENDANCES MARCHÉ

### Commerce, design et sols

Dans un espace de vente, le design est une donnée essentielle qui contribue à l'ambiance générale et au succès du commerce. Dans ce domaine, actuellement orienté par le marketing sensoriel, les revêtements de sols PVC prennent naturellement une place importante.

[suite de l'article](#) ■■■



## INTERVIEW

### Deux avis sur les sols PVC

Un maître d'oeuvre et un maître d'ouvrage croisent leurs discours pour nous expliquer ce qu'ils attendent des revêtements de sols PVC dans les lieux de commerce et les multiples possibilités que leur offrent ces derniers.

[suite de l'interview](#) ■■■



## RÉGLEMENTATION

### Classification au feu : Vive les « Euroclasses »

La nouvelle classification européenne en place depuis 2002, les Euroclasses, est venue remplacer l'ancienne classification française « M ». Elle prend en compte le dégagement de fumée et définit pour les revêtements de sols, une méthode d'essais spécifique.

[suite de l'article](#) ■■■



## ENVIRONNEMENT

### Le PVC, 100% recyclable

Le Syndicat des Fabricants des Enducteurs Calendriers (SFEC) s'engage dans le recyclage en aidant les entreprises de pose à récupérer les déchets issus des chantiers les plus importants pour les réinjecter dans le processus de fabrication ou les transformer à l'usage d'autres applications.

[suite de l'article](#) ■■■



## DESIGN

### Pensées pour le commerce

« Une palette à l'usage des créateurs de sols », voilà comment Céline Debare, designer produit chez Tarkett, nous décrit les nouvelles gammes dédiées aux lieux de commerce. Les designers et les architectes d'intérieur doivent y trouver toutes les couleurs, les textures et les matières pour répondre à leurs inspirations.

[suite de l'article](#) ■■■



## TENDANCES MARCHÉ

### Commerce, design et sols

Dans un commerce, le design et l'ambiance générale influencent les visiteurs sur leurs actes d'achat. Les maîtres d'ouvrage l'ont bien compris : ils attendent des concepteurs de lieux de vente qu'ils créent des espaces à la fois accueillants et tendances, tout en restant suffisamment originaux pour se démarquer de la concurrence. Les sols PVC mettent alors toutes leurs couleurs, textures et matières au service de la créativité.

L'agencement et l'atmosphère d'un magasin doivent mettre en valeur à la fois le point de vente et le produit : l'impression laissée au consommateur influe directement sur son état d'esprit et donc sur son désir d'acheter. C'est simple, lorsque le consommateur se sent bien, il parcourt les rayons avec plaisir et achète davantage. Le marketing sensoriel participe à cet objectif : il utilise des stimuli sensoriels (bruits, odeurs, sensations tactiles, gustatives et visuelles) dans un lieu de vente, en vue de déclencher un acte d'achat.

C'est pourquoi les architectes d'intérieur intègrent pleinement les sols dans leurs concepts d'agencement. À la fois toile de fond et véritable outil de personnalisation, les sols habillent, participent au confort acoustique d'un espace et imposent une sensation de toucher à chaque pas. Comme de nombreux professionnels de la décoration, la designer Matali crasset (élue créatrice de l'année 2005) est convaincue des qualités des sols PVC. Souplesse, polyvalence, simplicité... Elle les utilise pour créer des univers gais, conviviaux et colorés.

#### État des lieux

En France, le commerce représente quelques 35 millions de mètres carrés tous revêtements confondus, dont 850 000 mètres carrés pour les sols PVC. La durée de vie moyenne d'un sol dans un espace de vente étant de 3 à 5 ans, le renouvellement concerne chaque année 1 commerce sur 10, auxquels s'ajoutent 4,2 millions de mètres carrés de nouveaux espaces. De quoi soutenir l'évolution du secteur des sols PVC et sa croissance à deux chiffres.



## INTERVIEW

### Deux avis sur les sols PVC

**Hugues Ollivier est directeur artistique chez Design Day. Fabien Stutz est Responsable du Design et des Programmes à la Fnac. Il s'occupe de mettre en place les nouveaux concepts architecturaux au sein des magasins Fnac dans le monde entier. Leurs points de vue se croisent et nous éclairent sur l'évolution et l'utilisation des revêtements de sol PVC dans les lieux de commerce.**

#### Depuis quand utilisez-vous les sols PVC ?

**H. Ollivier (Design Day) :** L'utilisation des sols PVC est récente : il y a 5 ou 6 ans, ce matériau n'avait pas bonne réputation. Lorsque nous le proposons à nos clients, il était souvent refusé. Dans le design, nous avons commencé à nous y intéresser grâce aux couleurs très nuancées que seul un matériau synthétique pouvait proposer. Nous avons commencé à l'utiliser ponctuellement pour réaliser des marquages sur de grands espaces de vente, mais rarement pour revêtir toute une surface. Aujourd'hui, c'est chose possible. Les maîtres d'ouvrage acceptent sans difficulté les revêtements de sols PVC : les modèles colorés et, de plus en plus, les imitations de matières naturelles, principalement le bois.

**F. Stutz (Fnac) :** Les moquettes font partie intégrante de l'image de la Fnac. Pourtant, depuis peu, nous nous sommes intéressés aux caractéristiques techniques des revêtements de sols PVC, qui cadrent parfaitement avec notre cahier des charges : isolant acoustique, résistant au fort trafic, facile à poser et à entretenir. Nous avons alors demandé à nos cabinets de design de nous faire des propositions pour mettre en œuvre les sols PVC sans bouleverser l'image de nos magasins : la solution a été de les poser ponctuellement pour différencier des zones précises (espace voyage ou librairie).

#### Qu'apportent en plus les revêtements de sols PVC ?

**H. Ollivier (Design Day) :** Lorsque nous travaillons sur le design d'un espace de vente, il nous arrive de présenter à nos clients un revêtement de sols naturel ainsi que son « imitant » en PVC afin de leur laisser le choix en fonction de leur budget. Mais, pour certaines créations, les « imitants » nous permettent de réaliser des motifs là où les matériaux naturels ne le pourraient pas. Par exemple, lorsque nous souhaitons réaliser des inclusions de formes colorées et vives au milieu d'une surface de parquet, nous nous tournons immédiatement vers les sols PVC imitant le parquet. La mise en œuvre est beaucoup plus facile, la pose est réalisée par la même entreprise, les épaisseurs sont les mêmes, l'entretien est identique...

**F. Stutz (Fnac) :** Les revêtements de sols PVC nous permettent de faire entrer dans nos magasins des matières que nous ne pourrions pas utiliser à l'état naturel pour des raisons techniques de pose et d'utilisation. Ponctuellement, nous avons pu poser des « imitants » parquets, absorbant les bruits, peu coûteux, et faciles à entretenir alors que nous n'aurions pas pu poser un vrai parquet, bruyant, fragile et onéreux. Les imitations sont, de plus, à s'y méprendre : difficile de faire la différence si l'on ne se penche pas pour regarder de près. De même pour les produits qui imitent les revêtements en métal : ils sont utilisés dans des espaces de vente présentant du matériel technologique pour une raison de design, mais il aurait été impossible de poser de vrais sols métalliques.



## RÉGLEMENTATION

### Classification au feu : Vive les « Euroclasses ».

Pour qu'un produit de construction puisse être mis sur le marché européen, il doit prouver qu'il est apte à l'usage et qu'il respecte les six exigences essentielles prévues par la directive Produits de construction (DPC) dont l'une porte sur la sécurité incendie.

Jusqu'alors, la classification au feu des produits de construction différait d'un pays à l'autre au sein de l'Europe. Pour faciliter la libre circulation et l'usage des produits, une classification commune est mise en place et adoptée en France le 31 décembre 2002 : les Euroclasses. Elle fixe les nouvelles méthodes d'essais en laboratoire et les catégories de classification. Mais chaque Etat garde la liberté de définir la classe de réaction au feu qu'il désire légalement imposer dans ses bâtiments.

En France, les Euroclasses, au nombre de sept, viennent remplacer les cinq catégories du classement M (de M0 pour un matériau incombustible à M4 pour un produit très facilement inflammable). Sont concernés les produits de construction mis sur le marché, qui font l'objet d'un marquage CE ou qui sont mis en œuvre dans des ouvrages réglementés (ERP, IGH...). Les Euroclasses les définissent suivant leur contribution au développement du feu, de la manière suivante :

- A1, contribution nulle,
- A2, contribution très faible,
- B, contribution faible,
- C, contribution significative,
- D, contribution élevée,
- E, contribution importante,
- F, pas de comportement en réaction au feu déterminé.

Un critère complémentaire, qui prend en compte la production de fumées lors de la combustion, peut accompagner les classes A à D : il s'agit des classes S1, S2 et S3 (« S » pour « smoke »). Les Euroclasses s'appliquant aux revêtements de sol se déclinent avec l'indice fl (pour « flooring »), qui distingue les revêtements de sol des autres produits de construction et leur applique des tests de réaction au feu spécifiques.

La réglementation admet une période de transition pendant laquelle les produits peuvent être classés suivant l'ancien modèle des « M » jusqu'à écoulement des stocks ou au plus tard le 1er janvier 2007, date d'entrée en vigueur du marquage CE. Le modèle « M » reste, après cette date, effectif pour classer tout ce qui n'est pas du domaine des produits de construction mais qui entre tout de même dans la composition d'un bâtiment recevant du public et désignés comme des produits d'aménagement. Pour les produits de construction autres que les sols, un indice -d- est appliqué.



## ENVIRONNEMENT

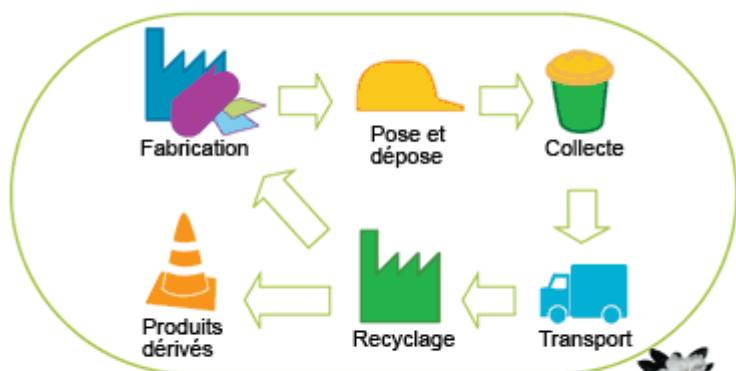
### Le PVC, 100% recyclable

Le Syndicat Français des Enducteurs Calandriers (SFEC), syndicat des revêtements de sols résilients, et Sol PVC Pro s'engagent dans le recyclage de déchets de revêtements de sol PVC. Cette démarche doit contribuer à la réalisation de chantiers respectueux de l'environnement.

Dans le bâtiment comme dans la vie de tous les jours, le respect de l'environnement est devenu incontournable. Comme nous avons pris l'habitude chez nous de trier nos déchets pour faciliter leur retraitement, le tri sélectif s'étend dans la filière bâtiment pour permettre le recyclage des matériaux de construction. Il est encore aujourd'hui laissé au libre choix des entreprises, mais à moyen terme, les déchets à fort potentiel énergétique, comme le plastique, devront être revalorisés ; un tri sélectif sera alors obligatoire.

Le PVC, recyclable à 100 %, répond déjà à cette exigence. Les déchets sont retraités puis réinjectés dans la chaîne de fabrication de nouveaux sols PVC lorsqu'ils sont sains (chutes de fabrication ou de pose), ou utilisés dans d'autres applications, comme des mélanges pour routes ou des mâts de drainage, lorsque les déchets sont altérés (dépose d'anciens sol, chutes encollées).

En 2004, une première filière de récupération sur les régions de Nantes, Angers et Rennes est initiée par le SFEC : les déchets de sols PVC déposés par les entreprises dans les centres de tri Veolia sont ramassés pour être recyclés. En 2006, en lançant l'opération pilote « collecte 2006 », le SFEC décide de compléter ce dispositif en s'adressant directement aux entreprises qui posent ou déposent des revêtements de sols PVC. Le but : leur proposer des solutions adaptées pour récupérer leurs déchets (sains ou altérés), soit sur les gros chantiers (à partir de 15 tonnes), soit sur le site de l'entreprise, lorsque le stock des déchets dépasse 20 tonnes (cumul de plusieurs chantiers de taille moyenne). Moyennant la fourniture de palettes grillagées de stockage, de sacs « big bag » ou une participation au coût de location d'une benne, le SFEC encourage les entreprises à participer à l'opération et se charge de l'enlèvement, du transport et du recyclage des déchets dans une unité spécialisée en Allemagne.



Opération pilote collecte 2006 (SFEC- SOLS PVC<sup>PRO</sup>)





## DESIGN

### Pensées pour le commerce

Designer chez Tarkett, Céline Debare nous relate la genèse des gammes ID Premier et ID moduline dédiées aux lieux de commerce. Conçues comme une véritable palette de couleurs, de matière et de texture, ces gammes de revêtement de sol PVC doivent permettre aux designers et aux architectes d'intérieur de matérialiser leurs idées sans restriction.

Articles de luxe, produits de sport, jouets... à chaque type de produit doit correspondre une atmosphère, des codes couleurs et des textures. Valoriser ces produits est le principal défi que relèvent les architectes d'intérieur ou les designers qui conçoivent des espaces de commerce.

« En créant les gammes ID Premier et ID moduline, nous explique Céline Debare, notre objectif était de mettre à la disposition de tous les professionnels du design et de l'architecture intérieure une palette très large de sols PVC pour leur permettre de réaliser des ambiances et des motifs qui leur sont propres. Nous avons voulu que leur créativité ne soit pas orientée par des motifs trop marqués mais, au contraire, nourrie par un grand choix de textures, de matières et de couleurs. Nous n'oublions pas que leur but est de personnaliser, à chaque fois d'une manière différente, les lieux en fonction de la marque qu'ils représentent et des produits qu'ils doivent mettre en valeur. »

Les motifs trop anecdotiques et trop éphémères ont donc été bannis au profit des matières naturelles plus actuelles : bois exotiques, effet vieilli, brut ou usé, bois de coffrage. « Nous proposons également des matières minérales comme le béton, l'ardoise, la pierre et aussi le métal. Les progrès réalisés ces dernières années en matière d'impression sur PVC permettent d'obtenir des rendus plus fins et des finitions de plus en plus élaborées. » Au niveau du toucher, nous avons travaillé sur le grain pour donner du relief. Une nouvelle technologie de grainage profond sur des unis et sur des imitations pierre naturelle participe également à l'effet de matière ».

La véritable identité du sol PVC est aussi mise en avant avec une gamme très complète de couleurs fraîches et saturées, emblématique du matériau plastique. « Dans un espace, ces couleurs vives sont appréciées par les concepteurs pour marquer une signalétique ou accrocher l'œil : utilisées par petites touches, elles contrastent très bien avec des matériaux plus bruts, pour réaliser des ambiances singulières. Utilisées sur de grandes surfaces, elles donnent un esprit tonique et dynamique qui anime le lieu. »

Conditionnées en formats modulaires, lattes pour les bois et dalles pour les autres textures et les couleurs unies, les gammes ID Premier et ID moduline offrent aux designers et aux architectes d'intérieur la possibilité de réaliser des univers qui leur sont propre et de signer leurs projets. »