

# Design & vérandas : des jardins divers & diversifiés

Exit la véranda, la tendance est à la pièce à vivre aux formes épurées et contemporaines, qui s'inscrit sans fausse note dans la ligne architecturale de la maison.



Credit Photo : Neison

Alors que le design régit les moindres objets de notre vie quotidienne, la véranda avait jusqu'à présent échappé au phénomène. Cette époque est révolue. Industriels et designers travaillent désormais au renouvellement du look d'un produit, pas toujours considéré comme étant très esthétique. « Les clients de demain sont les trenaéraires d'aujourd'hui, or il s'agit d'une génération qui baigne dans la culture design, surfe sur Internet via l'i-Phone, cela change la donne du marché » martèle Fabrice Aligand, gérant d'Opensun, un concept de véranda circulaire fabriqué et commercialisé par Akena Verandas. Alors si les goûts actuels demeurent clas-

siques, la plupart des consommateurs privilégiant les formes rectangulaires, le secteur de la véranda est en ébullition. Cette phase de créativité devrait permettre un profond renouvellement des gammes. En attendant, les prototypes apportent un peu d'air frais à des modèles qui sortent des schémas traditionnels. La véranda n'est plus ce jardin d'hiver où il est impossible de s'installer à cause du froid en hiver ou cette serre, l'été, qui interdit toute utilisation l'après-midi. Le contexte de crise économique sur fond de crise immobilière renforce la tendance. Facile à installer, peu onéreuse, la véranda s'impose comme une pièce à vivre. « Car, il est plus facile d'agrandir sa mai-

son que d'en changer » remarque Fabrice Aligand.

## Des vérandas aux formes traditionnelles ...

Rectangulaire, rayonnante, victorienne, quelle que soit sa forme, la véranda est issue de la collaboration entre les designers, les bureaux d'études et de R&D des industriels. Avec en ligne de mire, la synthèse entre les exigences techniques et la ligne du produit. Pour autant, jusqu'à présent, le secteur n'avait pas connu de "révolution" esthétique. « Nous fabriquons tous les styles en fonction de la demande des clients » explique Frédéric Grégoire, technicien du service R & D de Rideau,

concepteur, fabricant et installateur de vérandas en aluminium, qui lance une nouvelle gamme "Orangerie" à l'esthétisme victorien. Historiquement, dans le secteur, c'est le client qui "conçoit" le produit, adapté à son habitation. Les fabricants suggèrent des gammes. C'est le cas du groupe Rideau, qui avec l'Orangerie valorise l'esthétisme victorien : crête de toit travaillée, chéneau avec rehausse design et panneaux de soubassement décoratifs, imposte cintré, etc. En outre, le produit doit s'insérer le plus aisément possible dans l'existant. « La toiture plate nous facilite la démarche » explique Jean-Claude Dumortier, directeur commercial de Veranco. Le fabricant, qui



Chez Technal aussi, les vérandas nouvelle génération répondent à un critère de choix des utilisateurs : l'esthétique

propose toutes les formes traditionnelles, se démarque grâce à un nouveau produit, une toiture plate dotée d'un dôme en extension de l'habitation, "Verandome", qui procure un éclairage zénithal optimal. Chez Vie & Véranda, Jean-Luc Dufresne évoque « la fabrication sur-mesure ; la conception de la véranda à partir de la découverte du besoin, afin d'adapter le produit aux contraintes régionales, mais aussi à celles de l'habitat avec reprise possible de toiture pour bénéficier d'un volume plus important ».

## ... À l'avant-garde des espaces à vivre

Pour séduire la clientèle de demain, les fabricants délaissent le style suranné du XIX<sup>ème</sup> et passent, sans transition, au charme futuriste et aux lignes épurées des espaces à vivre.

Le mot de véranda lui-même tend à disparaître. « Notre projet consistait à obtenir un produit qui ressemble à tout sauf à une véranda, mais qui en conserve les avantages technologiques » ; c'est en ces termes que Pierre Tisseau évoque la "Vérand'Architecturale" développée par son entreprise, Rénoval. Le fabricant a travaillé avec un architecte designer afin de mettre au point une solution d'extension de l'habitat intéressante. Le concept en forme de toiture terrasse, plate, bénéficiant d'un double toit doté d'une isolation en laine de roche, garantissant de meilleures performances thermiques et acoustiques. La véranda en forme de cube très épuré « séduit des consommateurs jusqu'alors hostiles au produit et semble également obtenir le consentement des architectes des bâtiments de France », indique



Crédits Photos : Akeno

Le concept Opensun fabriqué par Akena Verandas ; l'ouverture intégrale motorisée

### Le PVC à l'assaut du marché

Le bois et l'aluminium, matériaux historiques des vérandas, n'ont qu'à bien tenir, car le PVC fait son entrée sur le marché français. Finstral a en effet décidé d'implanter la véranda PVC sur le territoire national comme c'est déjà le cas chez nos voisins européens, notamment en Autriche, en Allemagne ou en Italie. Son principal avantage tient à ses performances thermiques. Au niveau du design, « toutes les formes traditionnelles sont disponibles », indique Bertrand Bédel, directeur commercial France de Finstral, « avec des toitures très lumineuses grâce à des espacements de chevron d'un mètre en double vitrage ».



Crédits Photos : Rénoval

Pierre Tisseau. Avec Opensun, Akena Verandas privilégie également la toiture plate. Le concept est basé sur une forme circulaire qui permet, sous l'effet d'une simple rotation, d'ouvrir les deux tiers de l'espace. Le système repose sur un axe central auquel sont fixés trois modules. Ainsi, grâce à la motorisation, les parties mobiles coulisent

en quelques secondes par-dessus la partie fixe. L'ouverture est ajustée au degré souhaité par l'utilisateur. Le premier modèle de la gamme, qui sort de l'usine de Dompierre, est l'Opensun 180, une structure en aluminium laquée certifiée Qualicoat,



La véranda devient une pièce à vivre... Avec son double plafond et la laine de roche isolante, la Vérand'Architecturale de Rénoval est plus confortable

### 3 questions à Bruno Legrand, designer, Arcanes Design en Vendée

**vma :** Comment un designer travaille-t-il le sujet de la véranda ?

**BL :** D'un designer à l'autre, d'une entreprise industrielle à une autre, la manière de travailler diffère. Notre activité doit tenir compte des contraintes techniques imposées par le département R&D et des contraintes commerciales du département marketing de l'entreprise industrielle. Le travail est donc canalisé selon la stratégie de l'industriel, sa cible de clientèle (tranche d'âge, habitudes de consommation) notamment.

**vma :** Quelles sont les grandes familles de forme ?

**BL :** J'en vois trois : la famille des vérandas moulurées aux formes classiques qui plaisent au plus grand nombre, les vérandas modernes et futuristes et, récemment, nous observons le retour des modèles de style années 30. Notre tâche consiste à trouver un compromis entre ces familles de formes et les styles architecturaux des différentes régions. L'objectif est de tenir compte des critères esthétiques tout en séduisant une majorité de consommateurs.

**vma :** Pouvez-vous nous citer un exemple de contraintes techniques qui impacte votre travail ?

**BL :** Je travaille en tant que designer indépendant pour le groupe Rideau. Une des contraintes émane du choix de l'intégration du volet roulant à l'intérieur ou à l'extérieur. Le groupe Rideau a opté pour un volet extérieur, ma contribution est directement impactée par ce choix.

équipée d'un double vitrage bombé en façade et d'un double vitrage en toiture. La véranda produite sur-mesure est personnalisable avec un choix d'intégration de vitrage et bicolouration possible des profils. Elle s'adresse à la fois aux bâtiments très contemporains et aux maisons rustiques. Les partenaires travaillent déjà aux prochaines déclinaisons du produit et prévoient la fabrication de modèles à 90° (sur un angle fermé de bâtiment), 270° (sur un angle ouvert) et enfin 360° pour des ateliers d'artistes ou des salles de réunion, des projets de grande envergure. ■

### Un nouveau concept en acier

L'entreprise KDI fabrique et commercialise un nouveau concept d'orangerie en acier baptisée "Authentic", à l'architecture contemporaine (avec une gamme de profil de 36 mm), mais rappelant le style des jardins d'hiver, tout en privilégiant un haut niveau de confort grâce à des vitrages à isolation et protection solaire renforcées et une bonne performance thermique. Simple à assembler, à partir d'une gamme de châssis aux dimensions standards (trame de 900 et 1 800 mm),

permettant de bâtir des vérandas de 14 à plus de 30 m<sup>2</sup>, le concept s'adapte à toutes les configurations. La toiture plate peut recevoir un dôme vitré ou des panneaux photovoltaïques.



Authentic, sur les toits de Paris