**Toujours le vent en poupe  
La MMFA mise sur des critères de qualité pour les revêtements de sol modulaires multicouches**

**Avec le succès grandissant des revêtements de sol modulaires multicouches (MMF) et le lancement perpétuel de nouvelles structures, le marché international des revêtements de sol a beaucoup changé en très peu de temps. Alors que les chiffres de vente augmentent, la quantité de produits disponibles rend le marché plus complexe et requiert plus savoir-faire technique pour la commercialisation. En tant qu’association européenne, la MMFA souhaite contribuer de manière positive à cette évolution. Elle s’investit donc dans des projets de recherche et collabore au travail de normalisation.**

« En 2018, les chiffres de vente des membres de la MMFA ont encore augmenté. Pour 2019, nous nous attendons à nouveau à une croissance dans toutes les catégories de produits et sur tous les marchés du segment MMF », explique **Carl Ruland, responsable du groupe de travail Évolution du marché de la MMFA.**

Pour les revêtements de sol MMF avec support en HDF, l’association estime la part de marché actuelle de ses membres sur le marché international à plus de 90 %. Dans cette catégorie, les producteurs de la MMFA avaient déjà vendu près de 10 millions de m² dans le monde en 2017, 80 % des revêtements de sol ayant été vendus en Allemagne, en Autriche et en Suisse. En 2018, ce chiffre a encore augmenté avec une quantité totale de 12 millions de m2.

En ce qui concerne les produits modulaires multicouches à base de polymère ou de composite de polymère, les membres de la MMFA en ont vendu près de 62 millions de m2 en 2018 (en 2017: plus de 48 millions de m2 ), dont plus de 31 millions de m2 (contre 23 millions de m2 l’année précédente) en Europe de l’Ouest et près de 26 millions de m2 (contre 21 millions de m2 l’année précédente) en Amérique du Nord. En 2018 en Allemagne, les membres de la MMFA ont vendu près de 20 millions de m2 (contre près de 15 millions de m² l’année précédente) de produits à base de bois *et* de produits à base de polymères - la tendance est donc toujours à la hausse.

« Le succès des revêtements de sol MMF a attiré de nombreux nouveaux fournisseurs sur les marchés ce qui a sensiblement augmenté l’offre de produits », explique le **Président de la MMFA Matthias Windmöller**, « nous devons donc toujours garder les thèmes du contrôle de la qualité et des propriétés des produits à l'œil. L’un des objectifs de notre association est la « transparence ». Elle est absolument nécessaire pour éviter que les clients soient déçus et pour exploiter au maximum tous les potentiels. Cela signifie que la communication entre l’industrie et les commerces et le rythme d’innovation élevé doivent être coordonnés.

Un autre objectif de la MMFA est d’imposer des qualités certifiées pour les produits : pour cela, il faudrait que les normes internationales soient adaptées le plus rapidement possible aux développements des produits. Pour quelques produits mixtes, il n’existe actuellement aucune évaluation ni aucune norme claire. La MMFA souhaite s’attaquer à ce problème. Dès le printemps 2018, les membres ont donc décidé d’augmenter une nouvelle fois le budget de recherche de l’association. Grâce à la recherche fondamentale intensive, la MMFA souhaite contribuer à faire évoluer le contenu des normes internationales. Dans ce cadre, la priorité est donnée à la définition de groupes de produits cohérents et de critères d'évaluation adaptés pour les différents revêtements de sol multicouches. La MMFA cherche ainsi à améliorer la compréhension des produits et de leurs utilisations pour tous les acteurs.

**Les groupes de produits MMF classés en catégories : Wood - Polymer - Mixed**

En novembre 2018, lors de leur congrès annuel à Cologne, les membres de la MMFA ont décidé de rebaptiser les différents groupes de produits MMF. Dans ce cadre, l’objectif très clair de l’association est également d’harmoniser la grande variété de produits que l’on trouve dans ce segment sous le terme général « MMF ». **Sebastian Wendel, responsable du groupe de travail Technique de la MMFA** résume le résultat de cette décision : « Le système actuel de classification des produits MMF reste inchangé, mais nous avons choisi de renoncer aux termes « classe 1, 2, 3 ». Dorénavant, nous classerons les produits MMF dans les catégories Wood, Polymer et Mixed en fonction de leur structure. »  
  
La catégorie « Wood » (anciennement : classe 1) comprend les produits avec un support à base de bois. La catégorie « Polymer » (anciennement : classe 2) comprend les substrats à base de polymère ou de composite polymère et est subdivisée entre les **produits LVT encliquetables** hétérogènes et (semi-)élastiques (le plus souvent conformes à la norme EN 10582, anciennement : classe 2A) et les **produits Rigid** plus durs (le plus souvent conformes à la norme EN 16511, anciennement : classe 2B). La catégorie « Rigid » comprend les produits en polymère encliquetables à base d’**EPC** (Expanded Polymer Core) ou de **SPC** (Solid Polymer Core). Enfin, la catégorie « Mixed » comprend toutes les autres structures (anciennement : classe 3). Les trois catégories peuvent comprendre des polymères, du PVC ou d’autres matières synthétiques. Ce système de classification constitue toujours la base des statistiques des ventes de la MMFA pour lesquelles les membres ordinaires de la MMFA (fabricants) déclarent chaque trimestre leurs chiffres de vente.

**Nouvelle norme WG 11 au CEN et recherche de la MMFA**

En 2018, la MMFA a atteint des objectifs importants dans le domaine de la technique et de la normalisation : au CEN, l’association a défendu avec succès l'établissement de la nouvelle norme « WG 11 » qui concerne spécialement les revêtements de sol modulaires multicouches.   
  
Sebastian Wendel : « Avec le Dr Rico Emmler de l’IHD Dresden, un responsable très engagé et compétent a été désigné pour la norme WG 11. Cela ne peut qu’être bénéfique au travail de normalisation européen dans notre segment - et nous serions très heureux si la nouvelle norme WG 11 pouvait inciter le niveau ISO a créer un groupe spécifique pour les produits MMF.

Le projet de la MMFA « test des roulettes de chaise » se poursuivra encore jusqu’à l’été 2019 et est centré sur la définition de nouvelles méthodes d’essai et la conception d’appareils de contrôle. Les analyses pour le projet « Hot Spot » qui durera plusieurs années sont très complètes : il s’agit d'étudier l’exposition à la chaleur superficielle et ponctuelle sur les revêtements de sol MMF, par exemple à cause des rayons du soleil qui passent à travers de grandes vitres. Cela n’expose pas seulement les surfaces, mais aussi les raccords à un stress de température. L’objectif est de définir de nouvelles méthodes d’essai pratiques pour les revêtements de sol MMF à pose flottante. Étant donné que l’on doit prendre en compte l’ensemble du système de revêtements de sol, différents systèmes encliquetables ainsi que différentes sous-couches sont examinés.

**Les produits deviennent plus « verts »**

Le secteur MMF investit massivement pour améliorer l’utilisation, la pose et les qualités écologiques des produits MMF. Les produits à base de matières premières renouvelables, biologiques et durables offrent certainement le potentiel le plus intéressant. Le travail actuel porte principalement sur l’élaboration de nouvelles formules pour des revêtements de sol à faibles émissions et écologiques. De nombreux fabricants utilisent déjà des plastifiants alternatifs ou renoncent au PVC et le remplacent par des polymères du groupe des polyoléfines. D’autres en revanche, posent leurs produits rigides sur des supports minéraux. Le marché connaît actuellement une dynamique intéressante avec des concepts et des matériaux innovants et écologiques. La MMFA voit cette évolution d'un très bon œil. Monsieur Windmöller déclare à ce sujet : « Nous nous réjouissons que la réflexion sur la durabilité soit mise en pratique dans notre secteur. Dans ce domaine aussi, nos membres sont des pionniers. »

**Nouveaux membres à partir de 2019 : Tarkett et Neodecortech**

En 2018/2019, la MMFA grandit encore : à partir de janvier 2019, les sociétés Tarkett France et l’imprimeur italien de décors Neodecortech rejoindront la MMFA et viendront renforcer son réseau. À partir de 2019, les statistiques de l’association reflèteront donc encore mieux le marché. Actuellement l’association MMFA compte 23 membres ordinaires, 26 membres extraordinaires et deux membres donateurs. De plus, la MMFA élargit également l’offre de langues sur son site www.mmfa.ea pour ses principaux marchés. Depuis octobre 2018, tous les contenus techniques sont non seulement disponibles en allemand et en anglais, mais également en français - y compris les fiches techniques de la MMFA téléchargeables gratuitement. En 2019, tous ces documents devraient également être traduits en néerlandais. L’association rend ainsi ses informations techniques directement accessibles à de plus larges cercles internationaux d'utilisateurs et augmente la transparence du marché dans le segment des revêtements multicouches.

En outre, la MMFA continue de travailler avec les associations sectorielles ECRA, ERFMI et EPLF à la création de la nouvelle confédération européenne « EuFCA – European Floor Covering Association ». Cette « super fédération » devrait prochainement représenter de manière permanente et efficace les intérêts du secteur à Bruxelles.

La prochaine assemblée annuelle de la MMFA aura lieu les 2 et 3 avril 2019 à Augsburg et Buttenwiesen (D) et sera organisée par le membre extraordinaire Surteco SE.

[www.mmfa.eu](http://www.mmfa.eu)

**Photos  
Légendes :**

**mfnd1901\_b1:  
‚**

Matthias Windmöller, Président de la MMFA : « Nous devons garder les thèmes du contrôle de la qualité et de l’évolution des prix à l’oeil. L’un des objectifs de notre association est la transparence. Elle est absolument nécessaire pour éviter que les clients soient déçus et pour exploiter au maximum tous les potentiels. » - Photo : MMFA

**mfnd1901\_b2:**

****

Carl Ruland fait partie du comité directeur de la MMFA depuis avril 2018 et est le responsable du groupe de travail Évolution du marché : « En 2018, les chiffres de vente ont continué d’augmenter pour les membres de la MMFA. Pour 2019, nous attendons une nouvelle augmentation dans le segment MMF pour toutes les catégories de produits et sur tous les marchés. » - Photo : MMFA

**mfnd1901\_b3:**

Sebastian Wendel, Vice- Président, dirige le groupe de travail Technique de la MMFA depuis avril 2018 : «  Notre système actuel de classification des produits MMF reste inchangé, mais nous avons choisi de renoncer aux termes « classe 1, 2, 3 ». Dorénavant, nous classerons les produits dans les « catégories » Wood, Polymer et Mixed en fonction de leur structure. - Photo : MMFA

**mfnd1804\_b4 :**

****

Lors de la fabrication de ce revêtement de sol multicouches, le plastifiant biologique utilisé est de l’huile de soja époxydée. – Photo : ter Hürne

**mfnd1804\_b5 :**



Ce revêtement MMF bio est chaud aux pieds, résistant à l’usure, facile à entretenir. – Photo : HARO -Hamberger Flooring GmbH & Co. KG

**mfnd1804\_b6 :**

****

Élégant, résistant à l’usure et doux pour les articulations : des fibres de cuir fabriquées à partir de véritable cuir recyclé et sans chrome, de latex naturel, de graisse naturelle et de tanins naturels forment la base de ce revêtement de sol écologique. – Photo : Li&Co AG

**mfnd1804\_b7 :**



Bois et liège - pure nature : la combinaison entre une sous-couche en liège, un support en HDF et une couche de liège sur le dessus rend ce revêtement de sol MMF particulièrement élastique et silencieux. – Photo : Wicanders/Amorim