



VAL'RENOV

Approche Marché et
Marketing

Synthèse

25 novembre 2019

Contexte

Les détenteurs de mobilier professionnel usagé, clients des fabricants et des distributeurs, sont de plus en plus en attente de solutions pour la réduction du gaspillage, l'augmentation de la durée de vie des équipements, la réponse aux engagements RSE et la réalisation d'économies.

Dans ce contexte, le projet VAL'RENOV propose de mener une étude d'opportunité en vue de développer une offre de service de rénovation esthétique et fonctionnelle inscrite sur une économie responsable, durable, et partenariale. En priorisant l'allongement de la durée de vie et les collaborations avec le secteur de la distribution et de l'Économie Sociale et Solidaire via les recycleries, Val'Renov se distingue par une approche de design de marque. De plus, ce projet s'adapte aux marchés et aux tendances actuelles. Il s'inscrit sur l'innovation de nouvelles matières upcyclées et technologies industrielles, sur de nouvelles économies responsables et circulaires (modularité, évolutivité, recyclabilité, industrialisation et transports durables) ainsi que sur les collaborations avec l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) et les distributeurs.

Marché

Dans un contexte de perspectives favorables pour le marché du mobilier de bureau (croissance estimée à + 5 % en 2018), la modularité, l'ergonomie et le confort sont des critères importants pour le mobilier de bureau, liés à la croissance des espaces de travail collaboratif et à la recherche du bien-être de leur salarié par les entreprises.

Des marques françaises fortes sont présentes sur le marché français et ont tendance à l'éco conception.

Enquête sur les achats de mobilier et d'accessoires en entreprise

Sur la base des premières pistes établies à partir de l'analyse du marché et de l'analyse du gisement (Tables et bureaux en panneaux de particules) a été proposée une première approche Design, reposant sur les éléments suivants : les séparateurs, qui permettent d'envisager les différents scénarii vécus dans un espace de bureau, les cloisons de bureau, qui permettent d'isoler un bureau individuel, les objets de confort, notamment via l'accoudoir pour y reposer l'avant-bras, les accessoires de rangement, tels que l'organiseur de bureau qui doit permettre de se sentir à l'aise sur son espace de travail, de pouvoir l'organiser à sa guise. La première approche design a permis de constituer une offre-support à la première enquête marketing, dont les principaux résultats sont présentés ci-après.

Sur l'offre Mobilier

Les perturbations sonores, le confort et la modularité sont les problématiques majeures des entreprises et des employés. Les enseignes spécialisées dans le mobilier professionnel sont encore dominantes sur le marché mais d'autres créneaux de distribution sont aujourd'hui possibles. La livraison est très importante. Le montage peut être géré en interne dans la plupart des cas. Les priorités en termes d'achat sont le confort, le prix et la praticité.

Sur l'écoconception,

Des efforts de pédagogie sont à prévoir sur la notion même d'éco-conception. L'usage de mobilier et d'accessoires éco-conçu suscite l'intérêt mais des doutes persistent notamment sur le prix, la solidité et la réalité des faits. Avoir du mobilier éco conçu en entreprise intéressent les personnes mais le critère éco conception ne fait pas partie des principaux critères de choix dans l'achat. Les raisons pour lesquelles une entreprise achèterait du mobilier éco-conçu sont les suivantes : engager une consommation durable et respectueuse en interne, communiquer sur des valeurs auprès des collaborateurs internes et externes ou encore un choix de

préférence pour l'acheteur, selon des convictions personnelles (attention arrive en 3^{ème} position)

Sur la RSE

Les entreprises semblent motivées par l'image positive renvoyée en externe et en interne et par l'idée d'engager encore plus l'entreprise sur la RSE. Bien que le prix reste un critère important dans les achats en entreprise, les répondants semblent être plutôt d'accord pour payer plus cher (environ 10 à 20% plus cher) un mobilier éco conçu mais cela doit pouvoir se justifier, se prouver, dans le discours, la qualité, le design.

Le mobilier et accessoires de bureau devant d'abord répondre de façon très qualitative à des besoins d'usage (confort et praticité), le design d'une offre éco-conçue est donc indispensable.

Enquête ciblée sur une offre d'accessoires modulables

Sur la base de ses résultats, une seconde offre design a été conçue plus cohérente avec une économie responsable et circulaire grâce à des accessoires légers, à la modularité, à l'évolutivité et la recyclabilité. Pour cette nouvelle offre, il s'agit de renouveler l'esthétique et le fonctionnel de l'environnement de travail dans sa globalité, grâce à une offre de séparateurs majoritairement autoportant (cloison autoportante droite ou « cocon », Cloison de bureau, Cloison suspendue), d'objet de confort (tablette d'appoint) et d'accessoire de rangement (organiseur de bureau). L'offre a servi de support à la seconde enquête marketing ciblée sur des accessoires modulables.

L'enquête vient valider le fait que des produits autoportants seront plus simples à commercialiser car ils répondent à des besoins de modularité, d'évolutivité et de recyclabilité. Ces produits viennent modifier l'ambiance du lieu dans sa globalité. Les espaces de travail sont pensés pour le confort, la collaboration mais aussi pour valoriser la marque employeur : il est donc nécessaire de proposer une esthétique valorisante, une personnalisation possible dans les couleurs et la forme (modulable) et des produits ultra fonctionnels. Les produits proposés doivent être pensés en bonne intelligence pour faire des économies sur le long terme : possibilité de changer des parties du produit (réparabilité par le fabricant), possibilité de le reprendre pour le recycler (recyclage facile). Le service est tout aussi important que les produits.

