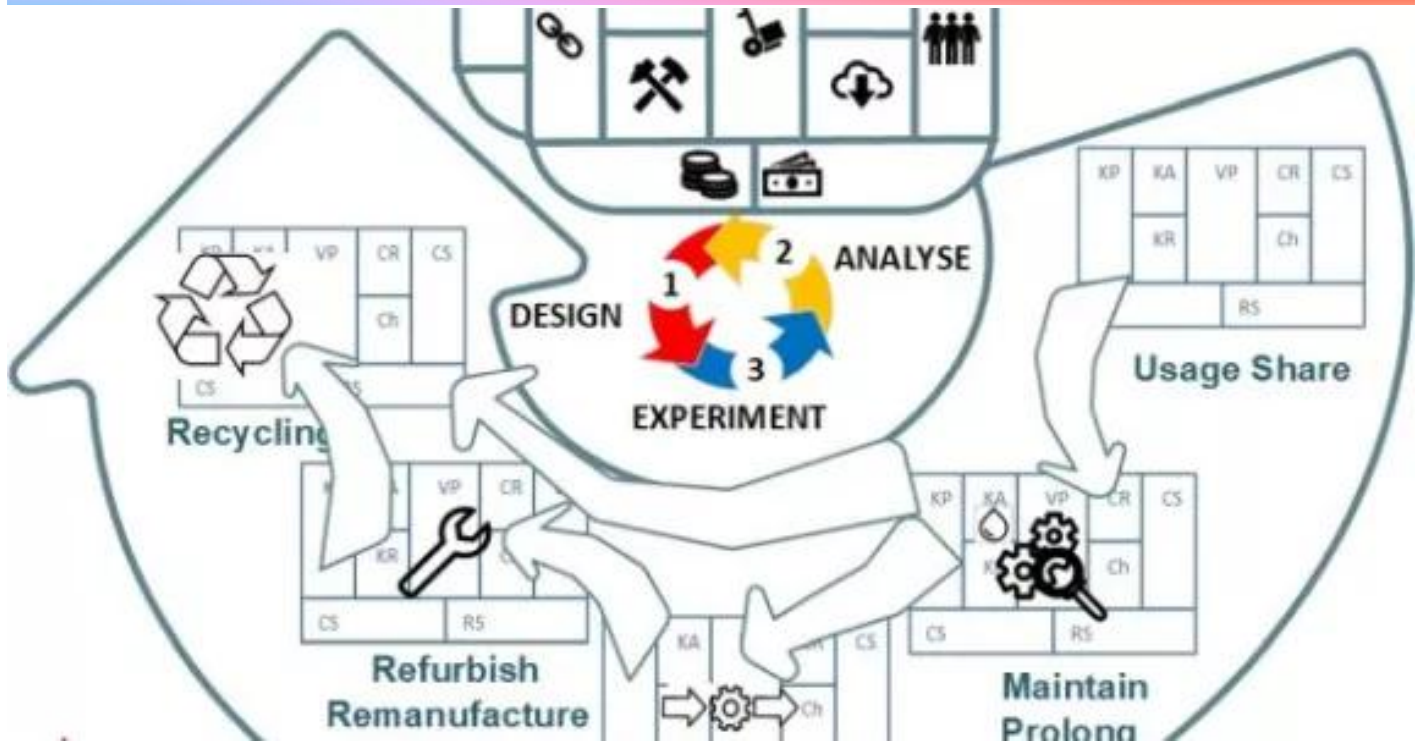




Développez votre activité en prolongeant la durée de vie de vos produits

30 mai 2018, 02:00
Thomas Vandenhaute

D'ici au Circular Economy Day Belgium le 21 novembre, nous allons vous présenter les notions élémentaires de Circular Economy Connect, le réseau apprenant lancé par Sirris et Agoria. Cela prendra la forme d'une série de 'long reads', chacun étant illustré par des cas d'étude belges éloquentes.

Fin 2016, Sirris et Agoria ont lancé Circular Economy Connect, un réseau apprenant où des entreprises technologiques d'avant-garde en économie circulaire échangent leurs expériences et dialoguent avec des experts en la matière.

On pense encore souvent que l'économie circulaire est synonyme de recyclage de matériaux issus de produits en fin de vie. Il ne s'agit là toutefois que d'une infime partie de la solution. La réutilisation, la réparation et le 'remanufacturing' viennent en premier. L'idée, c'est de garder au maximum et le plus longtemps possible la valeur ajoutée initiale du produit.

Dans la plupart des cas, l'allongement de la durée de vie permet de réduire l'impact environnemental total. Il s'agit d'offrir une plus longue fonctionnalité avec la même quantité de matières premières. Pourquoi devriez-vous miser, en tant que producteur, sur la réutilisation, la réparation et la refabrication ? Le prolongement de la durée de vie de vos produits ne risque-t-il

pas d'entraîner une diminution des ventes de vos nouveaux produits ?

Comment gagner de l'argent avec des produits qui durent plus longtemps ?

Voici trois exemples qui vont vous montrer comment gagner de l'argent (directement ou indirectement) avec des produits qui durent plus longtemps.

Chez **Originair**, une filiale d'**Atlas Copco**, les anciens compresseurs d'air sont refabriqués en nouveaux produits dotés de la même fonctionnalité et se voient ainsi offrir une seconde vie. Pourquoi Atlas Copco a-t-elle décidé, par l'intermédiaire d'Originair, de miser sur le 'remanufacturing' ? Parce que cela lui permet de s'adresser à une clientèle plus large, de grignoter quelques parts du marché d'occasion des compresseurs, mais aussi de protéger la réputation de la marque en veillant au maintien des standards élevés d'Atlas Copco en matière de qualité, de délais de livraison et de service sur ce marché.

La vente de compresseurs remis à neuf ne freine pas celle de nouveaux produits. Les deux séries sont complémentaires. Les clients d'Originair sont, d'une part, des entreprises disposant d'un budget plus limité, mais souhaitant bénéficier de la qualité d'une marque reconnue et, d'autre part, des entreprises, très nombreuses, faisant le choix de combiner du neuf et du reconditionné. Ce peut être pour réduire les coûts, mais également parce que cette combinaison répond parfaitement à leurs besoins. Les machines reconditionnées fonctionnent alors, par exemple, comme équipement de secours dans leur salle de compresseurs. À ce sujet, Agoria a déjà donné [la parole](#) à Kwinten Simoens, Buy Back Engineer chez Originair.

SEB choisit délibérément de prolonger la durée de vie de ses produits. Le programme « [SEB s'engage pour la réparabilité](#) » a pour devise : « Tous les produits doivent être réparables et être réparés ».

SEB procède de la sorte :

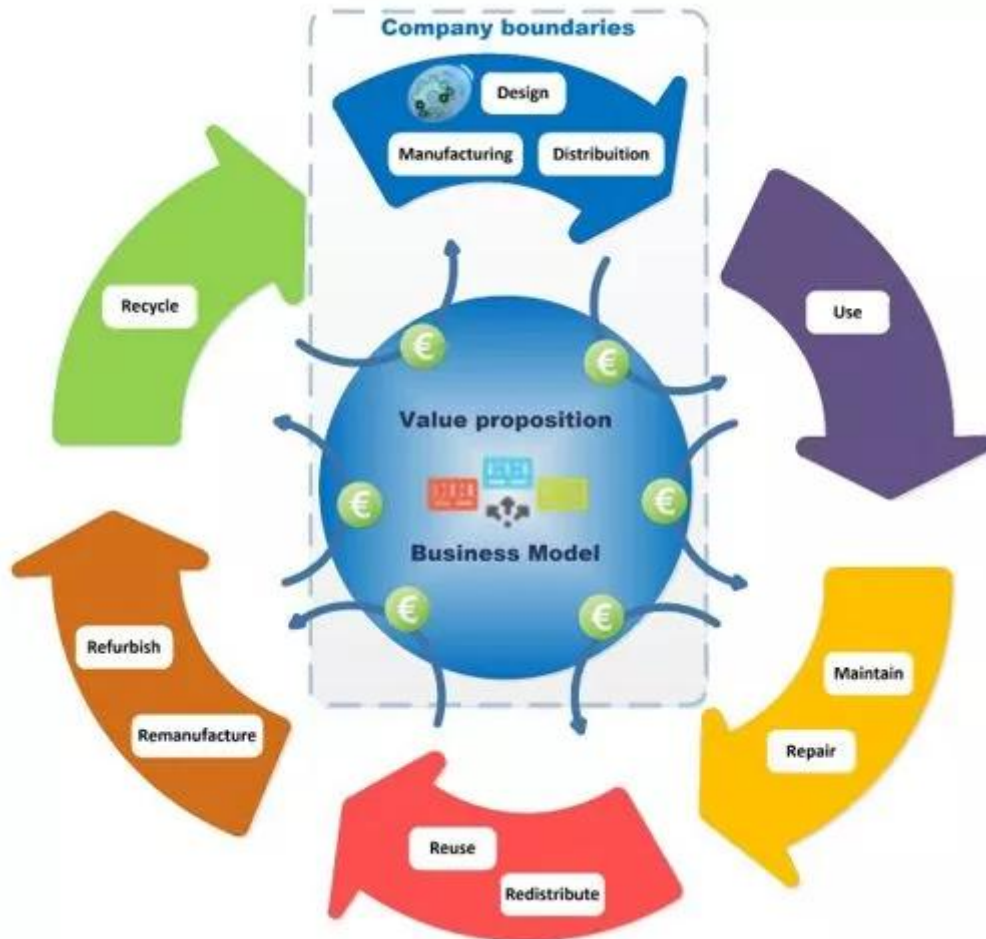
- intégration de critères de réparabilité dès la conception des produits et mesurage de leur degré de réparabilité
- constitution d'un stock de pièces de rechange (5,7 millions de pièces détachées)
- organisation d'un réseau international de réparateurs-partenaires formés (6.500 réparateurs).

SEB a développé le logo « réparable 10 ans » afin d'informer les consommateurs sur la réparabilité des produits. Les services de réparation ne sont en soi pas destinés à être rentables, mais ils aident à renforcer l'image de marque de SEB. La réparabilité des produits permet de fidéliser les clients et d'éviter l'achat chez une marque concurrente.

BSH Home Appliances donne une seconde vie à ses produits en collaborant étroitement avec le secteur de l'économie circulaire. Les appareils ménagers utilisés sont collectés et triés en fonction de l'état dans lequel ils se trouvent. Les appareils réutilisables sont remis en vente dans un magasin de récupération. BSH Home Appliances met tout en œuvre pour faciliter la tâche des réparateurs de ces magasins : l'entreprise met à disposition des manuels de réparation, veille à la disponibilité des pièces de rechange et donne des formations. En quoi est-il intéressant pour BSH Home Appliances de faciliter la réutilisation de ses produits ? Il s'agit d'une belle manière d'élargir le portefeuille de clients. Un étudiant trouvera par exemple son premier lave-vaisselle Bosch ou Siemens dans un magasin de récupération. Il apprendra ainsi à connaître la marque et l'achètera plus tard à l'état neuf.

De nouvelles opportunités voient donc le jour là où les intérêts du producteur coïncident avec ceux du client. En achetant des produits d'occasion de qualité 'refurbished', 'remanufactured', 'pre-owned' ou 'nearly new', le client peut toujours bénéficier des garanties, de la qualité et du service après-vente offerts par le fabricant d'équipement d'origine (OEM), tout en réduisant le coût d'investissement. En tant que producteur, vous pouvez atteindre de nouveaux segments de clients, accroître la fidélité de votre clientèle, améliorer votre image de marque et gagner vous-même (et non quelqu'un d'autre) de l'argent en vendant vos produits en seconde main.

Pensez en termes de business models hybrides et complémentaires qui n'entrent pas en conflit avec votre cœur de métier. Il convient d'élargir pas à pas le modèle de profit actuel, généralement de nouvelles sources de



Qui gagne de l'argent avec vos produits une fois qu'ils ont été vendus ?

Afin d'identifier de nouveaux revenus potentiels, posez-vous la simple question suivante : « Qui gagne de l'argent avec mes produits une fois qu'ils ont été vendus ? » Il y a de grandes chances que vos produits connaissent une deuxième, voire une troisième vie. Pratiquement tous les produits de qualité sont entretenus, réparés, upgradés, vendus en seconde main (parfois plusieurs fois), démantelés pour en réutiliser les pièces, etc.

Conseil : effectuez une **rapide recherche sur Internet** pour voir où vos produits sont réparés, entretenus ou revendus. Certaines pièces sont peut-être très prisées. La récolte de pièces ('parts harvesting') représente pour certains produits un marché très lucratif.

Dans de nombreux cas, un réseau de valeurs s'est créé autour de vos produits. D'autres acteurs tirent probablement profit de la vente de ceux-ci. Or, en tant qu'entreprise manufacturière, c'est souvent vous qui détenez la meilleure connaissance de vos produits et pièces (matériaux utilisés, conception, etc.). Vous êtes donc le mieux placé pour les entretenir, réparer, upgrader et revendre. Ce sont des services qui peuvent vous rapporter à la fois de l'argent et des informations supplémentaires (sur les modèles d'utilisation, l'usure, etc.) pouvant s'avérer utiles pour la conception de nouveaux produits et la gestion de votre portefeuille de produits.

Quelques clés pour créer de la valeur en prolongeant la durée de vie de vos produits

Vous devez vérifier si vous disposez des connaissances et compétences nécessaires pour organiser et proposer les services. Quelle expérience votre entreprise possède-t-elle avec les techniciens de maintenance, les installateurs et le service après-vente ?

L'une des principales clés consiste à avoir accès au consommateur final. Vous devrez probablement utiliser de nouveaux moyens de communication à cet effet : par exemple, développer ou revoir des partenariats, mettre en place un système de traçabilité, faire enregistrer votre produit par les utilisateurs afin de pouvoir offrir des services supplémentaires, etc.

Il faut dès lors adopter le point de vue du client et de l'utilisateur. Dans un prochain article, nous vous dirons tout sur les business models circulaires, notamment l'approche 'produit en tant que service' (product as a service), la formule de location ou de leasing, le paiement à l'utilisation (pay per use), le partage de produits entre différents utilisateurs, et comment les axer sur le client (final).

Vous souhaitez vous lancer et voir ce que l'économie circulaire peut apporter à votre entreprise ? [Contactez-nous](#) et nous vous guiderons !

Co-auteur: Helen Versluys (Agoria)

]]>

Auteurs



Thomas Vandenhoute