POSITIONNEMENT COMMERCIAL DE L'ATELIER EMMAÜS POUR L'ACTIVITE D'AGENCEMENT

AGENCEMENT ET MATIERES DE RECUPERATION

Contact :
Service Innovation
Lucie VERDIER
lucie.verdier@valdelia.org

Éco-organisme
agréé par le Ministère de la
Transition écologique et solidaire

ValdeliA
GARANTIR LA SECONDE VIE DES PRODUITS

atelier emaüs

OBJETS SIGNATURES

en partenariat avec

Valdelia

GARANTIR LA SECONDE VIE DES PRODUITS

VISION SOCIALE DE L'ATELIER EMMAÜS : LE PONT

Préambule :

Atelier Emmaüs – projet social : permettre aux plus exclus de notre société d'y trouver une place, par l'initiation aux savoir-faire de menuiserie

Atelier Emmaüs – projet environnemental : intégrer la proportion maximum de matériaux détournés du gisement de déchets dans ses meubles et agencements

Une hiérarchie a été décidée entre le projet social et le projet environnemental de l'Atelier Emmaüs : le projet social prime sur l'environnemental.

Le projet social de l'Atelier Emmaüs est de connecter les plus exclus (qui sont aux *marges* de notre société) avec le monde de l'**artisanat moderne** et du **design contemporain** (le *cœur* de la société). Ce pont se matérialise dans le logo de l'Atelier Emmaüs.

atelier emmaüs

OBJETS SIGNATURES

Le projet social s'impose ainsi comme le premier facteur de positionnement haut de gamme de l'Atelier Emmaüs : l'ambition est d'apporter au artisans-apprenants l'expérience du travail artisanal dans le meilleur contexte possible : **artisanat** soigné, moderne, bien outillé, transmis par un expert et utile à un client + **design** de spécialiste, reconnu nationalement, désirable.

Ce qui **définit** l'Atelier Emmaüs	Ce qui **ne définit pas** l'Atelier Emmaüs
Travail artisanal au niveau ébénisterie professionnelle	Meubles en palettes ou autres finitions peu soignée. DIY, « bricolage ».
Design par des designers ou architectes d'intérieur	Design improvisé
Clients exigeants (qualité et délais)	Client peu exigeants (qualité et délais)

Conséquence sur la chaine de valeur de l'Atelier Emmaüs (présentée au *Livrable 1*) : celle-ci comporte une brique « Design » externalisée, car nécessairement spécialisée.

Projets social et environnemental : Perception par les clients

En 2019, **la grande exclusion** tient une place relativement petite dans les préoccupations du grand public. Celle-ci existe depuis longtemps, n'empire pas de façon exponentielle ou trop visible, ne menace pas le monde économique, et les grandes ONG qui la combattent bénéficient d'un grand capital de confiance (Emmaüs, Restos du Cœur, Secours Populaire, etc.). Ce n'est pas le cas du combat pour la **protection de la planète**, qui fait l'objet d'une attention médiatique et politique bien plus forte : l'écosystème déréglé pèse déjà sur l'économie et les ressources naturelles sont sous pression de façon notable (dont ressources fossiles, mais aussi forestières). Pour ces raisons, l'Atelier Emmaüs est davantage sollicité pour son impact **environnemental** que pour son impact **social**. Les partenaires architectes étant parfois même particulièrement sensibilisés aux poids du secteur du bâtiment dans la production nationale de déchets. Ils attendent de l'Atelier Emmaüs une solution à un problème dont ils se sentent partie prenante.

A noter : les sollicitations des clients vont donc à l'inverse de la hiérarchie établie par l'Atelier Emmaüs entre son projet social (qui prime) et son projet environnemental (qui suit).

Exemple 1 – Agencement Temporaire réalisé pour Ircantec au Salon des Maires de France (2018)

Client : Standiste Stand2B (prescripteur)
Prix : 12 000 €HT
Sollicitation : impact environnemental – vies antérieure et future des matériaux
Mesure d'impact environnementale : oui
Proportion de déchets évités inclus dans la fabrication : 50% en approvisionnement. 100% en fin de salon.
Concurrence : 30% moins cher (aucun impact social ou environnemental)

Exemple 2 – Meuble de salle de bain réalisé sur mesure pour un client particulier (2019)

Client : particulier, sensible au matériau bois massif naturel
Prix : 3 000 €HT
Sollicitation : demande prioritaire de bois massif sans ajout de produits dérivés pétroliers (colles, résines)
Mesure d'impact : non
Proportion de déchets évités inclus dans la fabrication : 0%
Concurrence : non-sollicitée

Exemple 3 – Agencement sur mesure pour un local associatif

Client : association lyonnaise de promotion de déplacement en vélo
Prix : 5 000 €HT
Sollicitation : agencement en matériaux détournés du gisement de déchets
Mesure d'impact : non
Proportion de déchets évités inclus dans la fabrication : 90%
Concurrence : non-sollicitée

Ces trois exemples montrent des clients sollicitant l'Atelier Emmaüs exclusivement pour son impact environnemental. L'impact social constitue alors un bonus, mais ce n'est pas lui qui marque le positionnement commercial.

Définition du positionnement commercial de l'Atelier Emmaüs pour l'activité d'agencement et de meubles sur-mesure

Cible commerciale

- Particuliers de catégories socioprofessionnelles aisées, exigeants sur la qualité et les délais, souhaitant une réponse sur-mesure à un besoin de mobilier ou d'agencement (prescription de l'agencement par un architecte d'intérieur, qui dessine l'agencement).
- Petites entreprises ou petits services de grands groupes souhaitant ajouter du sens dans leurs achats par l'agencement, aimant raconter l'histoire des meubles à leurs collaborateurs et partenaires (réalisation d'une pièce de caractère comme la banque d'accueil ou un meuble « totem »).
- GrandeS structures engagées pour l'intérêt général (ONG, collectivités, entreprises sociales) et solides économiquement dont l'objet social introduit une proximité de valeurs avec l'Atelier Emmaüs.

Hors cible commerciale

- Chaines de magasins, d'hôtels ou de restaurants souhaitant des agencements sur-mesure réalisés en série pour 10 espaces identiques ou plus : marges faibles, concurrence européenne, nécessité de livrer et poser la nuit ou le week-end dans toute la France.

- Acteurs socio-économiques engagés pour l'intérêt général mais sans budget dédié aux meubles (petites associations fragiles économiquement, projets d'aménagement temporaires de lieux en friche …).

- Particuliers en directs, peu avisés sur les coûts liés à la prestation d'agencement sur mesure et pour qui le prix est un critère déterminant.

- Particuliers, professionnels et prescripteurs peu exigeants sur la qualité du meuble et de la prestation globale (délais, suivi, SAV).

Positionnement commercial

- En une phrase, l'Atelier Emmaüs se positionne comme *pleinement* agenceur **et** *pleinement* engagé :

« L'Atelier Emmaüs est une menuiserie d'agencement travaillant prioritairement avec du bois récupéré et portant le projet d'une société plus inclusive. »

#Cohérence : le service de menuiserie d'agencement et sa spécificité environnementale sont en cohérence avec son prix (prix du marché de l'agencement classique et jusqu'à 20% plus cher). Le canal de distribution ciblé est celui de toute menuiserie d'agencement moderne : via des architectes d'intérieur. La communication est ciblée sur les architectes d'intérieur (plaquette, Instagram). Enfin, la chaine de valeur de l'Atelier Emmaüs s'est dotée de briques internalisées « Suivi d'Affaires et Conception technique » et « SAV », qui garantissent aux prescripteurs un service de qualité.

#Pertinence : le positionnement répond concrètement au *besoin d'agencement* associé au *besoin de sens.*

#Crédibilité : afin de ne pas faire de fausses promesses, il est expliqué aux prospects que la proportion de bois de récupération peut varier, selon les contraintes de chaque chantier.

#Différenciation : Il existe des agenceurs concurrents qui ont certains éléments du positionnement de l'Atelier Emmaüs, mais aucun sur notre territoire ne les a tous : impact environnemental et chaine de valeur cohérente avec le marché ciblé (capacité à effectuer un suivi d'affaire et un SAV identique à ceux d'une menuiserie conventionnelle).

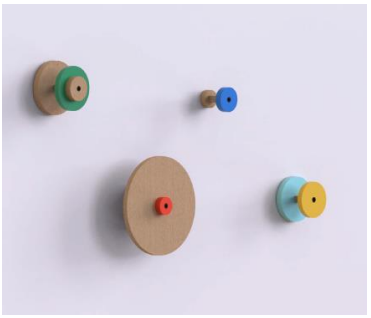
#Sincérité : l'image forte d'Emmaüs permet aux valeurs annoncées par l'Atelier Emmaüs d'être perçues comme sincères.

#Durabilité économique : la durabilité économique du positionnement repose pour l'instant sur des hypothèses économiques qui doivent être vérifiées dans le courant 2019-2020.

Mix « 4P »

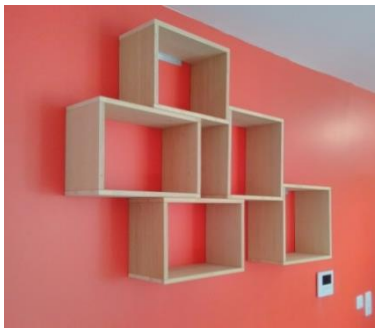
Produit : le produit central est le meuble ou l'agencement. Celui-ci est d'une qualité « ébénisterie professionnelle » (assemblages sans jeu ni jour, parties mobiles ajustées et montées sur charnières et quincailleries haut de gamme). Autour de l'agencement en lui-même, plusieurs autres éléments sont soignés pour compléter la prestation : recueil des besoins (prise de mesures etc.), suivi des délais et information du client au fil de l'avancée du chantier, SAV.

Des produits d'appel permettent de faire connaître l'Atelier Emmaüs et d'amener les clients à commander des agencements. C'est le cas de notre gamme de meubles et objets de décoration fabriqués en série :



Deux concepts d'appel sont également présentés aux prescripteurs : le *parement mural* et le meuble *Boris*. Ceux-ci sont simples à commander (car ils s'adaptent à des projets existants, déjà dessinés) et permettent de « gouter » à l'agencement de l'Atelier Emmaüs, sans demander une étude et un devis.

Parement mural en chutes de bois



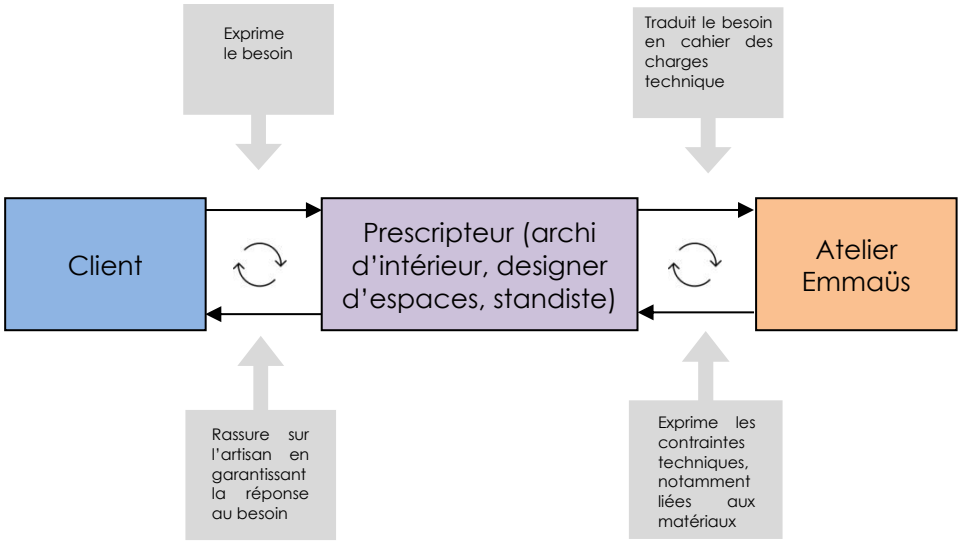
Meuble « Boris » : le meuble le plus simple pouvant exister. Se module en grappes.

Prix : les agencements et meubles sur mesure de l'Atelier Emmaüs sont vendus à partir du même prix et jusqu'à 20% au-dessus de ce que propose la concurrence sans impact environnemental ni social. Les conditions de paiements sont aux standards de l'agencement (paiement d'un acompte de 30% à signature et du solde à livraison). En règle générale, aucune remise n'est accordée : les devis sont calculés au plus juste. Si un client a moins de budget que prévu, la prestation est revue à la baisse.

Place / distribution : les prescripteurs de l'Atelier Emmaüs sont architectes, architectes d'intérieur, designers d'espace ou standistes. Idéalement, tout client passe par un de ces prescripteurs pour favoriser la bonne compréhension de son besoin, traduire ce besoin en cahier des charges techniques et lui traduire les contraintes techniques émanant de l'Atelier Emmaüs, notamment sur les matériaux de réemploi.

Exemple : le secteur de l'événementiel est particulièrement générateur de déchets car les besoins sont très souvent spécifiques à un événement donné. Les standistes sont donc de très bons relais pour vendre l'impact environnemental de l'Atelier Emmaüs aux clients de leur portefeuille qu'ils jugent les plus sensibles à ces valeurs. Cet impact se situe principalement en amont : l'Atelier Emmaüs propose un agencement en matière déclassée, permettant au client de peser moins lourd sur les ressources naturelles. Lorsque cela est possible, l'Atelier Emmaüs travaille sur l'aval en proposant

une solution de reprise de certains éléments d'agencement qui intègrent à nouveau sa production.

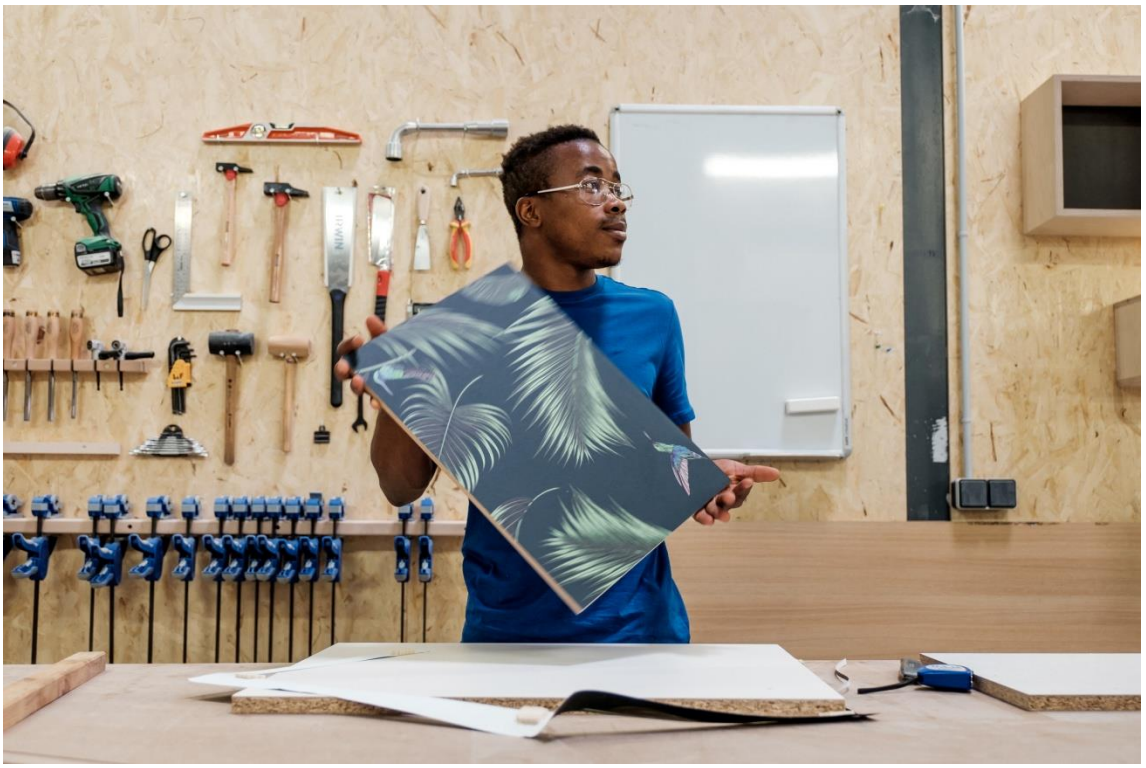


Promotion : démarche de prospection commerciale auprès d'architectes d'intérieur lyonnais. Une plaquette commerciale leur est dédiée.

De plus, les réseaux sociaux, notamment Instagram jouent un rôle déterminant : une présence régulière, respectant une charte établie, avec des images de qualité est primordiale pour afficher une activité crédible.

Le post Facebook le plus performant
de l'Atelier Emmaüs au 10/03/2019

Enfin, l'intervention régulière de **photographes (ou vidéastes) professionnels** est déterminante pour obtenir puis diffuser des clichés de qualité, qui reflètent la qualité des agencements réalisés en atelier. Ordre de prix en groupant les shootings par 4 minimum : 150 €HT par shooting, à intégrer dans le prix de la prestation payée par le client.



Photos : Jérôme Pantalacci