Soutien à la mise en place d’un service de location d’appareils culinaires sur le territoire du Grand Dijon

Cadre de restitution : Territoires zéro déchet

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Dijon Métropole
40 avenue du Drapeau
https://www.metropole-dijon.fr/

JAN
Frédéric
Bourgogne-Franche-Comté
frederic.jan@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé CONSOMMATEURS, , COMMERCE, ECOCONCEPTION, EQUIPEMENTS ELECTRIQUES ET ELECTRONIQUES,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

En Septembre 2015, le groupe SEB, en partenariat avec un réseau d’acteurs privés et publics, a lancé Eurêcook, un nouveau service de location d’appareils culinaires sur l’agglomération de Dijon.

Ce service a été déployé à titre expérimental sur un territoire et une période limités (jusqu’en mars 2017). Le principe était de proposer 5 gammes d'appareils culinaires (28 références, de la pierrade-raclette au robot en passant par la machine à bière) dans 7 points de retraits répartis sur l'Agglomération et définis selon la praticité des habitants. Eurêcook garantit la propreté des appareils : ils sont systématiquement nettoyés, testés et réemballés sous scellé avant chaque nouvelle location.

Dès le démarrage du projet, la Communauté Urbaine Grand Dijon s'est impliquée pour participer aux comités de pilotage réunissant les différents acteurs du territoire. Le service Eurêcook est le fruit d'une réflexion commune menée depuis 2012 à partir d'études de prospectives économiques sur le marché de l'électroménager culinaire.

Depuis plusieurs années, le Grand Dijon se profilait comme territoire durable de référence. Son Plan Climat-Energie Territorial (PCET), appelé "Illico2", a été lancé en mai 2010 et l’année suivante, la collectivité s’engageait dans un programme local de prévention des déchets. Par ailleurs, le Grand Dijon est ‘Territoire Zéro Déchet Zéro Gaspillage’ .

Lors d’une enquête réalisée auprès des ménages (en 2012 et 2015), il apparaissait que la location restait une pratique peu répandue (18% en 2015 et 14% en 2012). Dans le prolongement de son PLP, Grand Dijon a vu dans le projet Eurêcook la possibilité de promouvoir ce type de geste. C’est donc tout naturellement que Grand Dijon soutient le développement du service Eurêcook qui favorise l’économie de la fonctionnalité dans une logique territoriale. Pour la collectivité, cette action a vise à démontrer la faisabilité de telles pratiques.

Commentaires sur la partie Contexte :

Contact Oanez CODET-HACHE OCODET-HACHE@Grand-Dijon.fr Ville de Dijon - Grand Dijon
Contact ADEME Frédéric JAN Frederic.jan@ademe.fr Direction régionale ADEME Bourgogne-Franche-Comté

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

- Objectif environnemental : Le projet a également pour objectif de mesurer les impacts environnementaux de ce nouveau type d'offre aux différentes étapes de cycle de vie du produit/packaging.
- Objectif social : le choix de travailler avec l'entreprise d'insertion ENVIE s'inscrit dans une logique de création d'emplois locaux à destination de publics éloignés de l'emploi.
- Objectif de pérennisation : La collectivité entend apporter son soutien à l'initiative pour assurer une visibilité optimale et sécuriser le projet. Le Grand Dijon souhaite montrer que si ce type de service est possible sur son territoire, d'autres projets pourront être développés dans la même logique de l'économie de la fonctionnalité.

Objectifs quantitatifs :

- Nombre de références proposées : 28
- Prix minimum de la location : 9.99 €
- Objectif d'efficacité : Au terme de l'expérimentation, le groupe SEB espérait toucher 25% des 10 000 foyers cœur de cible de l'agglomération de Dijon, soit 2 500 foyers.

Résultats quantitatifs:

Au bout de 9 mois d'expérimentation (fin juin 2016), les résultats sont encore limités :

- Nombre de locations : 85 locations, d'une durée moyenne de 3 jours (+ 1 j par rapport aux prévisionsà
- Taux de transformation (nombre de réservations / nombre de visiteurs) : 3,67 % ce qui considéré comme très bon pour un site de commerce électronique.
- Panier moyen : 21,97 €, ce qui est plus haut qu'estimé (+7.20€) du fait d'un nombre de locations élevé d'appareils les plus chers
- Emplois créés : 2 emplois (logistique Envie)

Résultats qualitatifs :

Une première évaluation sociologique de l'expérimentation a été réalisée par l'Université de Technologie de Troyes (UTT) auprès d'un nombre limité d'usagers (11).

Les conclusions de l'étude mettent en avant la satisfaction globale des usagers. La note de satisfaction des usagers est de 8/10 (+ 1 point par rapport aux objectifs). Les avantages cités par les consommateurs sont : l'utilisation d'un produit récent et occasionnel sans avoir à le stocket et l'entretenir ; la participation à l'émergence de modes de consommations alternatifs et plus respectueux de l'environnement mais aussi le test d'un produit avant achat (ce qui n'est pas l'objectif initial)

Le service Eurêcook apparaît comme une solution de location ponctuelle. Le recrutement de nouvelles personnes et la fidélisation ne sont pas acquis.

MISE EN OEUVRE

Description de l'action :

Le projet s'est mis en place par la sollicitation de Seb des différents acteurs opérationnels (Envie) et institutionnels (ADEME, CA Grand Dijon), mais aussi techniques (UTT).

- Des comités de pilotage ont permis de définir : les produits à louer, les secteurs et clients à cibler et les indicateurs à suivre.
- Des emballages spécifiques liés à la location ont été définis, ainsi que des processus de vérification post location avec Envie. Des partenariats se sont également constitués avec les lieux de locations (formation des agents…).
- Les rôles ont été définis, le Grand Dijon ayant apporté son soutien en termes de communication.

Planning:

- 2012 / 2013 : mise en place d'un Comité de pilotage avec les différents acteurs locaux (Ademe Bourgogne, Grand Dijon, Envie Dijon, UTT)
- 2014/2015 :
    - Intégration du groupe Casino et de l'atelier culinaire Avec ou sans Toque en tant que points de retrait Eurêcook.
    - Développements du fonctionnement du service :
        - séquençage de la boucle logistique
        - protocole de vérification/ nettoyage des appareils
        - logiciel de réservation en ligne
        - conception et fabrication d'emballages éco-conçus
- 19/09/15 :
    - conférence de presse de lancement d'Eurêcook / communication de lancement
    - Affichage bus (1 semaine) : financée par Grand Dijon
- Depuis 2016 :
    - Relations presse
    - Campagnes radios (2 radios, 3 semaines, 180 spots / jour)
    - Communication digitale (Newsletter, bannière web, ouverture d'une page Facebook, test avec Bloggeuses Dijonnaises, etc.)
    - Bilans de l'expérimentation (suivi des indicateurs)
    - Analyse clients
    - Analyse socio-économique

Année principale de réalisation:

2016

Moyens humains :

- Pour le Grand Dijon, les moyens humains se sont limités à la présence lors des comités de pilotage et au temps dédié à la communication (ex : articles dans DijonMag, Le Grand Dijon).
- Chez SEB : 15 collaborateurs des départements Développement durable, Marketing, et SAV ont collaboré activement au montage de projet.
- chez Casino : 6 magasins impliqués (avec 1 personne formée dans chaque magasin)
- une personne à l'Atelier "Avec ou Sans Toque"
- chez Envie : 2 personnes à temps plein

Moyens financiers :

Grand Dijon a financé une campagne d'affichage (format A3) dans les bus sur 1/3 du réseau dijonnais.

Moyens techniques :

- un logiciel de réservation

- des véhicules (Envie) pour la boucle logistique

- une procédure de nettoyage

- des emballages éco-conçus

- des supports de communications

Partenaires moblisés :

- ADEME Bourgogne : soutien méthodologique (expertise dans la constitution des indicateurs et critères de l'évaluation du projet) et financier (le service Eurêcook est lauréat d'un appel à projet de l'ADEME nationale sur l'éco-conception).
- GROUPE CASINO : 6 magasins dijonnais (hypermarché et magasins de proximité), points retrait des appareil(s) loué(s).
- AVEC OU SANS TOQUE, ateliers culinaires : un des lieux de retrait des appareils
- ENVIE DIJON, en charge des aspects logistiques (enlèvement process de nettoyage optimisés, garantissant une propreté sans faille.
- SYNERGENCE : agence d'ingénierie et de communication qui accompagne le Groupe SEB dans toutes les étapes du déploiement du service Eurêcook.
- UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE TROYES (UTT) : accompagne le projet Eurêcook dans son évaluation multicritères, autant économique que sociale et environnementale

VALORISATION

Facteurs de réussite :

A priori, le projet est reproductible sur d'autres territoires dans la mesure où les aspects logistiques, les plus complexes à mettre en œuvre (logiciel de réservation, boîtage spécifique) ont déjà été développés par le groupe SEB.

Envie qui assure les aspects logistiques du service, est présent sur tout le territoire national.

Difficultés rencontrées :

- Le service porte sur des biens qui relèvent davantage de la vie privée et qui nécessitent des changements de comportements importants. Il va à l'encontre de pratiques bien ancrées dans les habitudes des consommateurs qui recourent généralement à l'achat plutôt qu'à la location pour ce type de produits. Les appareils culinaires font partie de la sphère privée, de l'intimité de l'individu et nécessitent un niveau de confiance très important dans le chef des usagers. L'acceptation de tels changements permettrait d'ouvrir la porte à d'autres initiatives relevant de l'économie de la fonctionnalité. Le retour d'expérience montre que beaucoup de personnes

utilisent ce service comme test pour un achat futur, ce qui va à l'encontre du projet initial (consommation collaborative).
- il est difficile d'avoir un bon maillage pour permettre la montée en puissance et la visibilité de ce nouveau mode de consommation.
- L'une des difficulté est de mettre au point le modèle économique et la répartition de la valeur créée entre les différents partenaires du projets (fabricant, distributeurs et points relais, remise en état et vérificateur, logisticien).

Recommandations éventuelles:

- Les enjeux logistiques sont capitaux : la prise en compte d'une boucle logistique complète prenant en compte et le flux aller (vers le consommateur) et le flux retour (prise en charge dun matériel usager) est rare.
- Le défaut de proximité constitue un facteur limitant pour ce type de service. Un maillage territorial serré est donc nécessaire pour favoriser son expansion. Le fonctionnement en réseau est à privilégier en s’appuyant sur :
    - des grandes surfaces qui seraient intéressées d’offrir ce service à leurs clients ;
    - des points retraits ou commerces non alimentaires qui disposeraient d’un espace de stockage suffisant.
- La communication variée (Internet et classique) et régulière est nécessaire.

  Comme le recours à la location d’appareils culinaires est très ponctuel, il convient de se questionner en permanence sur le mode de communication le plus adéquat pour recruter de nouveaux usagers. Au-delà d’une communication classique, la promotion de ce type de service doit également être pensée en fonction d’une dynamique de réseau. Une collectivité peut apporter son soutien à ce type d’initiative à caractère commercial mais elle risque d’être confrontée à des limites d’ordre juridique. Elle ne peut afficher de manière trop affirmée son soutien à une marque ou une entreprise en particulier quand bien même celle-ci serait locale.

Type de programme :
Territoires zéro déchet

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **septembre 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.