

Produits de nettoyage informatique de nouvelles applications

Souvent présenté comme mature, le marché des produits de nettoyage informatique reste en progression. Si des produits «historiques» comme les aérosols de gaz dépoussiérant et les lingettes restent les meilleures ventes, ce marché est dynamisé par des innovations répondant aux besoins des nouveaux matériels nomades et à de nouvelles préoccupations comme l'hygiène.

Après plus d'une décennie de commercialisation, les produits de nettoyage informatique restent un marché en développement, tant en volume qu'en valeur, même si la tendance s'est ralentie au cours des six derniers mois. En période de difficultés économiques, les fournitures sont souvent parmi les premiers produits à subir les conséquences de la crise. Avant celle-ci, la croissance annuelle des ventes se

que les ventes semblent plafonner, il subsiste un potentiel important. En effet, le réflexe du nettoyage informatique n'est pas encore bien installé. Il ne l'est pas non plus dans toutes les entreprises. Les habitudes se prennent progressivement, notamment grâce aux communications et à la mise en avant systématique dont ces produits bénéficient dans les rayons. Mais, encore aucun fabricant n'a réalisé la campagne de grande envergure qui permettrait de populariser plus largement ces consommables.

«Les campagnes de sensibilisation que nous avons montées il y a quelques années incitaient à nettoyer en utilisant comme argument que l'entretien du matériel permettait d'augmenter sa durée de vie et que le fait de travailler avec un écran propre entraînait moins de fatigue. Mais elles n'ont pas porté tous les fruits que nous espérions», rappelle Thierry Mongrelet, chef de produit pour CRC KF.

En France, il semblerait que tous les utilisateurs ne font pas preuve d'une grande éducation à la propreté. S'ils font le ménage chez eux, au bureau ce n'est pas une priorité parmi toutes les tâches plus productives qu'ils ont à effectuer. D'où la nécessité de poursuivre un travail d'information et d'éducation pour soutenir les ventes.

Les ventes de produits de nettoyage restent concentrées sur quelques références, le gaz dépoussiérant, les lingettes pré-imprégnées et le nettoyant multi-usages. Un trio qui reste inchangé depuis l'origine du marché, bien qu'au fil des années les fournisseurs aient décliné leurs gammes avec bien d'autres produits pour des applications plus spécifiques.

En volume comme en valeur, les aérosols de gaz dépoussiérant sont toujours la vente n°1, principalement en Europe du Sud. Le gaz dépoussiérant reste le grand classique des produits de nettoyage informatique et la locomotive de toute la gamme. Il reste de loin le plus demandé et ses ventes restent en croissance car c'est un produit universel qui convient pour nettoyer tous les éléments du poste informatique, de l'imprimante au copieur, en passant par le clavier... ou la plante verte ! C'est également un produit facile d'utilisation, qui n'est pas salissant. C'est aussi un produit ludique, une qualité qui contribue également à son succès. Bien que banalisé, il demeure source d'innovation



Des solutions complètes pour le nettoyage des écrans plats. (CRC KF)

situait autour de 10 %, estiment les principaux acteurs du marché. Un marché qui se chiffrait à environ 20 millions d'euros, hors marché de la maintenance informatique, dont l'importance a attiré les compétiteurs et en particulier les distributeurs qui ont développé leurs propres gammes. Aujourd'hui, la part de marché des MDD est estimée entre 25 et 30 % sur l'ensemble du marché européen et toutes les grandes enseignes de la fourniture de bureau, fournisseurs et véricistes, ont une offre à leur marque.

Le gaz dépoussiérant reste le numéro 1

Face au nettoyage, les mentalités ont évolué comme le prouvent les chiffres du marché. Néanmoins, alors

ue : de nouveaux produits pour

pour les fabricants qui continuent à miser dessus. Ainsi, des améliorations ont été apportées en terme de facilité d'emploi avec les versions «toutes positions» grâce à une valve spéciale qui permet de l'utiliser la tête en bas, et en terme d'efficacité avec des dispositifs comme la triple pression développée par AF qui permet d'augmenter la puissance du jet de gaz pour dépoussiérer des zones difficiles d'accès à l'intérieur d'un mécanisme.

Solutions complètes et ventes associées

Autre best-seller, les lingettes pré-imprégnées qui rencontrent un succès croissant en raison de leur praticité. C'est également un conditionnement très pratique et apprécié dans le cadre de la mobilité. Parmi les différentes références de lingettes, ce sont les produits multi-usages, convenant pour le nettoyage de toutes les surfaces, qui réalisent les meilleures ventes. Elles se déclinent également par type d'application, comme les solutions pour écrans qui sont également très demandées. Elles sont souvent proposées en duo, associant lingette humide imprégnée du produit actif et lingette sèche absorbante pour essuyer la surface après le nettoyage.

Et désormais, les vaporisateurs de produit pour nettoyer les plastiques, pour désinfecter ou pour nettoyer les écrans fragiles, un conditionnement de plus en plus apprécié en raison de ses qualités environnementales. L'offre des fabricants s'oriente de plus en plus vers des solutions complètes pour chaque type d'application qui ont l'avantage d'apporter la garantie aux utilisateurs qu'ils utilisent le bon produit en fonction de la surface ou du matériel qu'ils veulent nettoyer. Proposées sous forme de kits, ces solutions complètes constituent une bonne réponse pour s'initier au nettoyage. Mais de plus en plus, les fournisseurs préfèrent privilégier les ventes associées réunissant le vaporisateur de produit actif et le chiffon pour l'appliquer dédiés à un type d'application. «Les utilisateurs achètent le vaporisateur mais ils ont tendance à oublier le chiffon», explique Mathieu Frappier, directeur de la division bureautique informatique de ITW Jelt. «L'association de ces deux produits nous permet de les mettre en avant, c'est-à-dire le bon vaporisateur avec le bon chiffon non pelucheux ou



Des améliorations ont été apportées aux aérosols de gaz dépoussiérant en terme de facilité d'emploi avec les versions «toutes positions». (Jelt)

microfibre permettant de nettoyer une surface fragile et d'obtenir un résultat optimal. Ces ventes associées qui incitent l'utilisateur à utiliser les bons produits fonctionnent très bien.»

Cette formule de ventes associées permettant d'offrir des solutions complètes est particulièrement adaptée aux produits de nettoyage pour écran. Il s'agit d'un marché suscitant une forte demande pour l'entretien des écrans de nouvelles générations, principalement LCD, TFT et plasma qui équipent les écrans plats, mais aussi les GPS ou les PDA. La nature de leur surface pose des problèmes particuliers en terme de nettoyage. Si les anciens écrans en verre des moniteurs pouvaient supporter même un nettoyage multi-usages, les nouveaux écrans nécessitent de prendre un certain nombre de précautions. Ainsi, parce qu'ils ne sont pas étanches, les vaporisateurs ne doivent pas être directement utilisés sur les écrans d'ordinateurs portables, mais la solution appliquée à l'aide d'un chiffon pour qu'elle ne coule pas. De même, la fragilité des écrans de nouvelles générations nécessite des formulations spécifiques et des conditionnements particuliers tenant compte des pro-



Des recharges pour les tubes distributeurs de lingettes afin d'éviter de jeter les coques plastiques. (AF)

blèmes de compatibilité, de reflet et d'électricité statique.

«Nous portons une attention particulière à ce type de produits pour lesquels nous avons sorti de nouvelles références apportant des solutions innovantes», explique Philippe Courtois, directeur du marketing et des ventes de AF France. «L'un est un gel pour écran qui a l'avantage de ne pas couler comme une formulation liquide et qui peut ainsi être directement appliqué sur l'écran. Dans son emballage, nous l'avons accompagné de chiffons non pelucheux de grand format pour retirer les traces d'humidité. L'autre nouveauté est un concentré spécial pour écrans plasma que nous avons associé à un chiffon microfibre qui est inséré dans le capuchon du vaporisateur.»

L'essor des produits bactéricides

Au-delà des écrans, le champ d'utilisation des produits de nettoyage s'étend aujourd'hui aux nouveaux matériels qui apparaissent dans l'environnement de l'ordinateur. Ce sont par exemple les CD et DVD avec des produits pour nettoyer leur surface mais aussi les lecteurs, la téléphonie pour nettoyer et désinfecter les combinés et les mobiles, la photographie pour nettoyer les objectifs



Quel avenir pour les aérosols ?

Interdits par des directives du 1/1/1995 et du 1/1/1996, les CFC et les HCFC, détruisant la couche d'ozone, ont été remplacés dans les aérosols de gaz dépoussiérant par du tétrafluoréthane, plus couramment appelé le 134 A. Ce gaz est ODP, c'est-à-dire que son potentiel de destruction de la couche d'ozone est égal à zéro, mais il contribue à l'effet de serre. Conscients de ce problème, les fabricants proposent l'alternative en développant les produits conditionnés en vaporisateurs pour diminuer les émissions de gaz à effet de serre. Mais les aérosols ont des avantages techniques permettant notamment une vaporisation en continu sur les grandes surfaces. Et il n'y a pas d'alternative pour les dépoussiérants, un problème qui se pose particulièrement sur le marché français, gros consommateur d'aérosols de gaz dépoussiérant, alors que les pays d'Europe du Nord privilégient des solutions plus écologiques comme le vaporisateur et les lingettes.

Le 134 A ou HFC est généralement employé en Europe dans les aérosols professionnels. Les Américains préfèrent utiliser le 152 A et ses dérivés, des difluoréthanes de la famille des HFA. Ces gaz n'émettent pas de CO₂, en revanche ils sont

classés dans la catégorie des composants légèrement inflammables. Les tenants du 134 A avancent l'argument sécuritaire. Nous considérons que le danger pour l'utilisateur prime sur le risque pour l'environnement, expliquent-ils. Tandis que les fabricants proposant des aérosols à base de gaz inflammables répondent que leurs produits ne présentent aucun risque dans des conditions d'utilisation normales, c'est-à-dire sur des appareils électriques placés hors tension. En outre, ils minimisent le risque encouru, celui d'un court-circuit ou d'une étincelle pouvant provoquer une petite flamme. D'ailleurs, les incidents sont très rares, ajoutent-ils.

Entre risque d'inflammabilité et effet de serre, quel est l'avenir des aérosols ?

Le protocole de Kyoto proscrit l'utilisation des gaz à effet de serre et donc le 134 A. Selon un accord européen, il sera interdit en 2012 dans l'industrie automobile et notamment dans les systèmes de climatisation. Mais les aérosols techniques, comme les gaz dépoussiérants, font l'objet d'une dérogation.

Actuellement, des gaz de substitution sont à l'étude, mais aucun encore qui puisse supporter la pression existant dans un aérosol.

et les écrans des appareils, jusqu'aux tableaux blancs qui donnent lieu à des gammes spécifiques de nettoyage dans l'offre des fabricants. Autre niche porteuse, les produits et les packagings développés pour l'entretien des appareils à utilisation nomade. Telles les lingettes pour nettoyer les écrans de GPS embarqués. «Nous avons développé une référence associant lingettes humides et lingettes sèches dans un format pratique pour se déplacer», indique Mathieu Frappier, directeur de la division bureautique informatique de ITW Jelt. Ce sont également des conditionnements sous forme de vaporisateurs de petits formats. «Ces petits systèmes de pulvérisation présentent l'avantage d'être beaucoup plus logeables dans une sacoche d'ordinateur et aussi de ne pas contenir de gaz propulseur, c'est-à-dire de pouvoir

passer sans problème les postes de contrôles aériens», explique Laurent Chodkiewicz, directeur des ventes de SystemCare.

Répondre aux besoins des utilisateurs nomades est également la vocation de la dernière gamme présentée par Durable. «Les professionnels sont de plus en plus nomades et sont fréquemment amenés à se déplacer à l'extérieur de leur bureau. C'est la raison pour laquelle nous avons développé une gamme complète de produits de nettoyage informatique «nomade», idéale pour l'entretien régulier des équipements informatiques et multimédia», déclare Amandine Counoy, chargée des produits et des marques. «Cette gamme comprend des produits pour le nettoyage des ordinateurs portables conditionnés en sachets de deux lingettes humides et sèches ou en kit contenant un vaporisateur, un chiffon en microfibres et des lingettes nettoyantes.»

De même que le nettoyage des écrans est un segment en fort développement, l'hygiène est aujourd'hui

Une gamme complète de produits de nettoyage informatique «nomade». (Durable)



La fragilité des écrans de nouvelles générations nécessite des formulations spécifiques. (SystemCare)

l'autre pôle très porteur du marché du nettoyage informatique avec l'apparition des produits bactéricides et désinfectants.

«Une étude réalisée en Grande-Bretagne a montré que dans les entreprises il y a mille fois plus de bactéries sur un téléphone que sur la cuvette des toilettes», rapporte Delphine Roca, chef de produits pour Fellowes qui a lancé la gamme Virashield dédiée à l'aseptisation du poste de travail. «Cette gamme est anti-bactéries et anti-virus grâce à son principe actif, le Byotrol. Testé et utilisé dans le milieu médical, il élimine 99,9 % des bactéries et des virus et est efficace contre le virus de la grippe, celui du rhume, contre les gastro-entérites, les salmonelles et les maladies nosocomiales. Autre avantage, le Byotrol offre une protection continue jusqu'à sept jours», indique-t-elle.

L'apport préventif de ces produits bactéricides constitue leur principal argument de vente, notamment dans les bureaux organisés en open space où les utilisateurs se révèlent les plus sensibilisés à la pollution des téléphones et des claviers. Compte tenu du coût et des perturbations occasionnés par les arrêts maladie, les entreprises devraient prêter une oreille attentive à l'action préventive de ces produits de nettoyage et

d'aseptisation. Le message est déjà passé auprès des distributeurs. «La demande de nouvelles formulations intégrant des biocides désinfectants et des produits nettoyants plus puissants apparaît de plus en plus dans les cahiers des charges de nos clients revendeurs qui s'adressent à nous pour fabriquer leurs produits à marque de distributeur», souligne Laurent Chodkiewicz, directeur des ventes de SystemCare.

Une autre tendance est apparue dernièrement sur le marché des produits de nettoyage informatique, la protection de l'environnement. Les fabricants développent des formulations biodégradables et des conditionnements recyclables, notamment des blisters en carton comme dans la gamme «retail» de AF. Ce fabricant commence également à commercialiser des recharges pour ses tubes distributeurs de lingettes afin d'éviter de jeter les coques plastiques de ces distributeurs.

Plus généralement, les fabricants de produits de nettoyage informatique sont tenus de respecter un certain nombre de réglementations. La plus ancienne est celle qui proscrie l'utilisation des CFC et des HCFC dans les aérosols. Cette disposition qui date de 1995 a été prise afin

de protéger la couche d'ozone. La principale évolution en terme de législation intervenue dernièrement est la réglementation chimique européenne REACH - pour enregistrement, Evaluation et Autorisation des substances Chimiques - entrée en vigueur le 1^{er} juin 2007, qui fait obligation aux industries chimiques de fournir les données de sûreté sanitaire et environnementale sur toutes les substances qu'elles produisent et utilisent. Dans la pratique, cette réglementation se traduit pour les distributeurs par la fourniture de fiches de sécurité accompagnant les produits et leur permettant notamment de répondre aux demandes des appels d'offres de leurs clients. Mais d'autres directives moins connues du grand public ont été mises en place, comme la directive européenne détergent 648/2004/CE et l'article 10 de l'arrêté de 19 mai 2004 sur les biocides qui imposent aux fabricants d'apporter un certain nombre de modifications et d'informations sur les packagings de leurs produits. S'y ajoutent des mesures mises en place par l'INRS et le ministère de l'écologie dont l'application et l'étiquetage sont de plus en plus surveillés par la DGCCRF.



Une gamme dédiée à l'aseptisation du poste de travail. (Fellowes)