

La bagagerie informatique prend des couleurs



En 2009, la tendance est à l'écologie, au design et à la mode sur le marché de la bagagerie informatique. Ces trois tendances animent un marché qui reste en progression, dans le sillage des ventes d'ordinateurs portables et surtout des netbooks. Tandis qu'un nouveau segment se profile, celui de l'équipement scolaire.

La nouvelle gamme Thrio de Fellowes joue la carte du design.

Très dépendant des ventes d'ordinateurs, le marché de la bagagerie informatique souffre-t-il du recul du marché de l'informatique ? Les sociétés d'études annoncent un recul historique du marché de la micro-informatique en 2009, prévoyant une baisse à deux chiffres des ventes d'ordinateurs. Mais c'est surtout à un effondrement des ventes d'ordinateurs de bureau qu'il faut s'attendre, modèrent-ils. Le segment des ordinateurs portables sera épargné par la crise et il va même continuer à progresser grâce notamment aux ultra-portables, également appelés netbooks.

Près de 70 % des achats d'ordinateurs portables déclenchent l'achat d'un bagage spécifique

C'est une bonne nouvelle pour le marché des sacs informatiques dont l'équipement est étroitement lié aux ventes d'ordinateurs portables. Au fil des années, le taux d'attachement des ventes de bagagerie aux ventes de matériels est resté remarquablement constant. Près de 70 % des achats d'ordinateurs portables déclenchent l'achat d'un bagage spécifi-

que. Il n'y a aucune raison que ce comportement d'achat change. Même si la croissance des ventes risque d'être moins rapide en 2009, l'évolution des ventes de sacs informatiques est assurée de suivre la même courbe ascendante que celle des ventes d'ordinateurs portables.

Le parallèle dans l'évolution des marchés des matériels et de leurs accessoires se vérifie également en ce qui concerne les prix. Mais cette fois avec des conséquences plutôt négatives. Si les volumes restent au rendez-vous, les prix en revanche sont tirés vers le bas. A cet égard, si l'explosion des ventes de netbooks, depuis un peu plus d'un an, participe au dynamisme du marché, elle contribue aussi à sa diminution en valeur. «L'arrivée de la nouvelle catégorie des netbooks participe à la croissance unitaire du marché, par contre elle a un effet érosif sur le chiffre d'affaires», indique Yann Le Dantec, directeur de Targus France. «Ce sont des matériels de prix moins élevés que les ordinateurs portables et pour lesquels les produits de bagagerie sont également moins chers car fréquemment les utilisateurs choisissent une housse en néoprène pour les protéger qui est moins onéreuse qu'une sacoche. D'où une incidence négative sur le panier moyen», explique-t-il.

Autre phénomène contribuant à tirer les prix vers le bas, le développement des produits de bagagerie à marque de distributeurs dont l'offre s'accroît d'année en année. En 2008, la catégorie des produits MDD et sans marque est le segment qui a gagné le plus de parts de marché. Et certaines de ces marques de distributeurs ont remporté de beaux succès avec des produits de premier prix.

Les sacs informatiques deviennent écologiques

« Cette préférence donnée aux produits de premier prix est une caractéristique du marché aujourd'hui », estime Thierry Le Bihan, PDG de Paxton. C'est la raison pour laquelle c'est le positionnement qu'il a retenu pour sa nouvelle gamme de bagagerie qui sera commercialisée à partir du mois de septembre 2009. Ce n'est pas le seul argument de cette nouvelle gamme qui comportera quatorze références de sacs pour ordinateurs portables, pour netbooks et pour appareils photo numériques. Baptisée « 100 % éco », marque ombrelle sous laquelle Paxton commercialise déjà des cartouches recyclées, sa principale innovation consiste à utiliser du PET recyclé, une matière issue du recyclage des bouteilles en plastique. « De très gros progrès ont été réalisés par les usines de tissage qui réalisent de véritables prouesses techniques. Nous disposons aujourd'hui de tissus en PET recyclé d'une qualité équivalente aux textiles utilisés habituellement pour la production des produits de bagagerie, sans compromis sur la qualité et l'innovation technique », précise Thierry Le Bihan, PDG de Paxton. Le fait de fabriquer à partir de matière recyclée répond aux attentes environnementales des consommateurs. Mais cela permet-il de répondre aussi à leurs attentes en matière de prix ? « La matière recyclée coûte plus cher

Le scolaire, un marché en devenir

Un nouveau marché est en train de s'ouvrir, celui de la bagagerie informatique à destination scolaire. Les conseils généraux sont de plus en plus nombreux à équiper leurs collégiens d'ordinateurs portables et la bagagerie est une des composantes de ces marchés pour les transporter. A côté de ces achats qui sont le fait des collectivités, le marché scolaire, au titre des achats individuels, n'est pas encore réellement développé aujourd'hui. Mais l'ordinateur prend de plus en plus de place à l'école avec des retombées pour tous les accessoires dont font parties les sacs. Les choses évoluent rapidement et il ne fait nul doute que, dans quelques années, l'ordinateur sera

une composante obligatoire de l'équipement scolaire. Déjà, l'on note un regain des achats de sacs à dos informatiques au moment de la rentrée qui sont sans doute, pour la plupart, le fait d'étudiants. Mais, progressivement, l'offre se déploie vers les plus jeunes. C'est ainsi que Paxton propose une gamme de sacs aux licences OM et PSG. Et, à la prochaine rentrée, apparaîtront dans les rayons les deux premiers modèles à la marque B@g.y by Ferrania ciblant clairement la clientèle scolaire, dans un style jeune et urbain, et dans un format permettant d'y ranger aussi bien un ordinateur portable de 15" qu'un classeur A4.

que la matière neuve avec un différentiel de l'ordre de 15 à 20 % », répond Thierry Le Bihan. « Ensuite, le prix de revient des produits est fonction des volumes fabriqués, mais aussi de leur conception. Nous avons travaillé en amont afin d'élaborer des produits très simples dans leur conception, mais cependant conçus pour remplir la fonction première d'une sacoche informatique, c'est-à-dire protéger l'ordinateur. Cette démarche nous permet de positionner cette nouvelle gamme à des prix d'entrée



Une sacoche 100 % éco en PET recyclé. (Paxton)



La marque B@g.y by Ferrania cible clairement la clientèle scolaire avec un style jeune et urbain.

de gamme et ainsi de répondre aux attentes des consommateurs », explique-t-il.

Le PET est également le matériau retenu par Targus pour concevoir sa gamme Ecogreen pour laquelle le fabricant a veillé à ce que la totalité des composants soient recyclés ou recyclables. « Cette gamme écologique illustre la volonté marquée de l'entreprise de prendre en compte le respect de l'environnement dans son activité », indique Yann Le Dantec, directeur de Targus France. « La gamme Ecogreen est le résultat d'une véritable démarche d'éco-conception. Si l'information la plus marquante est

l'utilisation du PET en tant que matière textile dans la composition des produits, c'est toute leur conception qui a été étudiée afin de réduire au minimum leurs impacts sur l'environnement, de leur fabrication à leur fin de vie. Ils sont fabriqués avec du PET, mais aussi avec des métaux dépourvus de nickel, la préférence donnée aux aimants sur les fermetures éclair, chaque fois que cela est possible, parce que les aimants présentent l'avantage d'être recyclables.» La gamme Ecogreen est commercialisée depuis novembre 2008. «*Cette nouvelle gamme suscite l'intérêt des consommateurs, mais les ventes n'enregistrent pas de poussée spectaculaire car ce sont des produits qui coûtent cher à fabriquer. Ils sont donc chers à la vente et ne concernent aujourd'hui qu'une clientèle sensibilisée à la protection de l'environnement*», ajoute Yann Le Dantec. «*Dans l'immédiat, notre objectif est d'en faire accepter le concept pour ensuite pouvoir réaliser des économies d'échelle qui nous permettront d'en abaisser le prix*». Le fabricant cible en particulier les administrations qui ont des politiques d'éco-responsabilité.



Quand le sac informatique devient un accessoire de mode. (Agrodolce)

Place au design

Autre tendance marquée, l'importance prise par le design dans les nouvelles offres commercialisées cette année. Ce souci du design est présent dans toutes les nouvelles collections lancées en 2009 révélant une volonté de se démarquer d'une offre trop banalisée et de rompre avec l'austérité qui a prévalu dans la bagagerie informatique jusqu'à

ces dernières années. «*Le développement des produits à marque de distributeurs et de premiers prix nous a incité à nous différencier avec des innovations allant dans le sens de plus de design*», explique Delphine Roca, chef de produits chez Fellowes, société qui commercialise à partir du mois de mai une nouvelle gamme de bagagerie informatique sous sa propre marque, qui vient compléter la gamme en néoprène commercialisée sous la marque Bodyglove. «*Avec cette nouvelle gamme qui s'appelle Thrio nous jouons la carte du design*», précise Delphine Roca. Et plus précisément du design italien, pays où cette collection a été réalisée et où elle connaît un grand succès, affirme-t-elle. «*Il s'agit d'une gamme en nylon qui comprend onze modèles de sacoches dans les formats 15 et 17", ainsi qu'un trolley et une sacoche pour netbook en 10". Ces sacs sont bicolores à l'intérieur et en fonction des modèles, ils sont équipés de différentes pochettes. Chacun de ces modèles est proposé en plusieurs couleurs : rouge, kaki et noir.*»

Une offre très segmentée

L'offre de bagagerie informatique recouvre trois grandes familles de produits : les sacoches, les sacs à dos et les housses.

La gamme des sacoches se décline elle-même en deux catégories de produits en fonction de leur type d'ouverture. D'une part les modèles qui s'ouvrent complètement et qui permettent de travailler en laissant l'ordinateur dans la sacoche ouverte, d'autre part les «toploaders» qui se chargent par le haut comme un sac traditionnel. Autre grand classique de la bagagerie informatique, les sacs à dos qui suscitent également beaucoup de demandes. A priori, la cible naturelle de ces produits paraît être les jeunes utilisateurs. Mais le sac à dos s'adresse aussi à une cible plus large, notamment d'utilisateurs urbains - transporter son ordinateur dans un sac à dos est plus pratique dans les transports en commun - et d'adeptes des deux roues pour lesquels cette solution s'avère également la plus pratique. Pour satisfaire cette clientèle plus mature, il existe des modèles de forme

relativement carrée qui ressemblent davantage au format d'une mallette qu'à celui d'un sac de sport, y compris des produits hybrides transformables en sac à dos par l'utilisation des bretelles.

La troisième famille de produits est celle des housses. Également qualifiées de première peau pour transporter un PC, elles permettent de le protéger, mais doivent être mises dans un autre contenant, valise ou sac pour le transporter, dans la mesure où ce sont plus des produits de protection que de transport.

Chacune de ces familles de produits se décline en différents modèles aux fonctionnalités différentes. Une de ces fonctionnalités, qui a donné lieu à un segment à part entière, est le modèle à roller, également appelé trolley, très prisé chaque fois qu'il s'agit de transporter plusieurs équipements informatiques, un ordinateur accompagné d'une imprimante ou de beaucoup de documents. La version roller de la sacoche est également préférée par les utilisateurs voyageant fréquemment

et qui choisissent un modèle proposant un compartiment informatique doublé d'un compartiment valise pour leurs affaires personnelles. Ces modèles sont également de format cabine pour ne pas avoir la contrainte d'enregistrer son bagage.

Transportabilité oblige, le premier de ces critères de qualité, peu mentionné tant il est évident, est la légèreté. Celle-ci dépend des matériaux utilisés, principalement le nylon, le polyester, le tissu, la toile et aussi maintenant le néoprène.

Les éléments principaux sur lesquels repose la qualité d'un bagage informatique sont sa solidité et sa capacité à protéger un ordinateur. La solidité dépend de la qualité de fabrication de tous les composants, mais aussi de la conception même du produit et de la qualité de ses finitions comme la présence de doubles coutures ou de pièces d'attache en métal plutôt qu'en plastique. Quant à la qualité de la protection, elle dépend de la qualité des renforts et de la qualité des mousses.

Les ventes de mini-PC continuent à progresser

Selon le cabinet Gartner, les ventes d'ordinateurs continuent à bien résister sur le marché français. Au quatrième trimestre 2008, elles ont progressé de 13 %, s'élevant à 3,2 millions d'unités.

La demande a été particulièrement soutenue au moment de Noël se portant surtout sur les PC portables et les netbooks dont les ventes ont augmenté de 40 % par rapport au troisième trimestre et qui représentent désormais 18 % des ventes de portables.

Au niveau mondial, le cabinet Gartner prévoit une baisse à deux chiffres des ventes d'ordinateurs en 2009. Elles devraient reculer de 11,9 % en volume cette année par rapport à 2008 et atteindre 257 millions d'unités. Le cabinet d'études s'attend notamment à un effondrement des ventes d'ordinateurs de bureau tandis que celles des ordinateurs portables devraient rester en croissance de 9 % grâce aux ultraportables. Ceux-ci devraient progresser de près de 80 % en 2009, soit 21 millions d'unités.

plus souvent de sacoches. Alors qu'un homme n'achète un sac que lorsqu'il remplace son ordinateur, les femmes sont sujettes à changer plus souvent de sacs en fonction de leurs envies dans la mesure où elles le considèrent davantage comme un accessoire de mode que comme un contenant utilitaire», explique Delphine Roca, chef de produit chez Fellowes. Mais si la tendance est aux sacs plus esthétiques qui jouent sur le look, leurs aspects fonctionnels et qualitatifs n'en sont pas pour autant sacrifiés.

Même si le sac informatique devient un accessoire de mode pour les femmes, sa fonction première reste de protéger l'ordinateur. «Nous avons dotés nos sacs féminins de renforts intérieurs pour protéger l'ordinateur. Ils sont également équipés de fermetures éclair robustes, de poignées renforcées et d'une sangle transversale qui permet de mieux répartir le poids sur l'épaule», ajoute Delphine Roca. Le souci de la qualité est le même

Chez Targus aussi, les nouveautés sont placées sous le signe du design. «A côté de notre offre de grands standards de la bagagerie traditionnelle, noirs et très classiques, nous sortirons à la fin de l'année une gamme relookée avec une trentaine de nouvelles références dont un certain nombre de sacoches informatiques au design plus élaboré», indique Yann Le Dantec, directeur de Targus France, qui développe également son offre vers l'environnement Apple. «Le succès d'Apple sur le segment des notebooks nous a incité à lancer une gamme de bagagerie en accord avec l'esthétique des produits de ce fabricant et dans des formats spécifiques à ses matériels. En France c'est un marché important qui, de plus, se développe très bien», explique-t-il.

numériques et des étuis pour les téléphones portables. «Une nouvelle gamme a été présentée cette année au Cebit qui comprend deux références en 17" ainsi que quatre nouveaux sacs pour les netbooks de formats 7 et 10", qui ciblent clairement la clientèle



La gamme Contour Balance pour les femmes se décline en noir et en chocolat. (Kensington)

Un nouveau segment : le sac féminin

C'est aussi sur le design italien que mise Agrodolce, fabricant... italien dont les produits sont distribués par Ferrania. Basée à Milan, capitale de la mode italienne, la société veut «apporter une touche d'élégance à des objets qui sont encore aujourd'hui très utilitaires en utilisant des matériaux nobles et plus qualitatifs que le nylon, comme le canvas, le coton ou le jean», explique Stéphane Douville, directeur de Ferrania France. Agrodolce a lancé sa première gamme d'accessoires informatiques en 2008 avec des sacs ordinateurs de format 15", des étuis pour les appareils photo

féminine. L'idée est de positionner le sac informatique comme un accessoire de mode», poursuit-il. Le marché féminin est un nouveau segment sur le marché de la bagagerie informatique qui s'est ouvert l'année dernière avec leur apparition dans les gammes de plusieurs fabricants, notamment Targus et Kensington. C'est également une clientèle que vise Fellowes avec sa nouvelle gamme. «La cible féminine est plus réceptive aux innovations en matière de design. Les femmes changent aussi

dans la gamme Agrodolce «dont les crochets des anses sont en métal et non en plastique», indique Stéphane Douville, directeur de Ferrania France. Quant à Yann Le Dantec, directeur de Targus France, il précise : «Nous avons toujours les mêmes exigences de qualité en sortie d'usine pour toutes nos gammes de produits. Plus d'esthétique ne signifie pas moins de qualité et de fonctionnalités. Au contraire, nos sacoches restent des produits techniques avant tout.»

Les classiques demeurent les best-sellers

Le fait que l'éclosion de ce nouveau segment ait coïncidé avec l'avènement et le succès des netbooks n'est peut-être pas un hasard. «*J'ai tendance à croire que les utilisateurs majoritaires du netbook sont des femmes*», estime Yann Le Dantec, directeur de Targus France. Autre raison qui peut inciter à plus de fantaisie dans les sacoches destinées aux netbooks, le design de ces matériels qui lui aussi rompt avec l'esthétique traditionnelle des ordinateurs portables et y introduit la couleur.

Mais si la tendance au design et à la couleur prédomine cette année dans les nouvelles collections de bagagerie informatique, il est encore trop tôt pour que l'attraction de ces nouveaux produits se traduise dans les ventes. En l'occurrence, les best-sellers sont aussi et de très loin les produits les plus classiques de l'assortiment. Parmi ces classiques figurent les sacoches. Ce sont les premiers modèles à avoir été développés pour répondre aux

besoins de transport et de protection des ordinateurs portables. Ce sont aussi les versions qui restent les plus demandées. L'évolution de la demande se traduit plutôt dans les formats suivant en cela l'évolution de la taille des ordinateurs, ou plus exactement celle de leurs écrans. Le 15", format historique des portables, a été un temps détrôné et dépassé sur le marché français par le 17". «*Depuis que nous avons introduit la double compatibilité dans notre gamme en transformant les modèles 15" en 15/16", et les modèles 17" en 17/18", on revient à un équilibre des ventes entre les deux formats*», constate Yann Le Dantec, directeur de Targus France. Seuls les netbooks sont venus bousculer un peu cet équilibre. Bien



Une gamme dédiée au MacBook Pro d'Apple. (Targus)

qu'ils ne soient commercialisés que depuis le début de l'année 2008, ces matériels génèrent une demande de sacoches en formats 8/9" et 10/12" qui représente déjà près de 15 % des ventes, voire davantage selon les magasins.

le papetier[®]
DE FRANCE
PAPETIERS FOURNITURISTES GRANDS MAGASINS ET GRANDES SURFACES

En un click :

toute l'information
au quotidien sur



www.papetierdefrance.com

une dose
de vitamine
sur votre bureau



COLOP Printer
Special Edition

COLOP
marking solutions

www.colop.fr