

Le bureau nomade : un marché de l'ordinateur portable



Désormais, les sacs féminins occupent une place à part entière sur le marché de la bagagerie informatique. (Kensington)

La mobilité change les méthodes de travail. Elle modifie également les besoins et ouvre de nouveaux marchés autour de l'ordinateur portable. Ceux de la bagagerie informatique et du classement ont donné lieu à des développements de produits spécifiques qui figurent aujourd'hui parmi les meilleures ventes de leurs marchés.

Les méthodes de travail changent et ouvrent de nouveaux marchés

La mobilité change les méthodes de travail. Elle modifie également les besoins et ouvre de nouveaux marchés autour de l'ordinateur portable. Celui de la bagagerie informatique est exemplaire de ces nouveaux besoins générés par le nomadisme et de ces nouveaux marchés qui ont en commun leur dynamisme.

Les ventes de sacoches et autres contenants dédiés à l'ordinateur portable sont portées par celles du matériel avec un taux d'attachement qui reste sensiblement le même depuis plusieurs années : près de 70 % des ventes de portables déclenchent l'achat d'un bagage spécifique. Et si, globalement, l'année 2008 a vu une stabilisation, voire une récession des ventes de matériels informatiques, le segment des notebooks reste très dynamique. Leurs ventes vont encore atteindre probablement une croissance proche de 24 % cette année, ce qui assure au marché de la bagagerie des ventes également soutenues,

Ordinateurs portables, téléphones mobiles, PDA, Blackberry, lecteurs MP3..., les équipements nomades se multiplient et la mobilité devient un besoin transversal qui concerne aujourd'hui la plupart des gammes de produits destinées à équiper les professionnels comme les particuliers.

Les utilisateurs de ces appareils n'ont plus seulement le profil du cadre jeune, dynamique et adepte des produits high-tech. L'époque où ces équipements de mobilité concernaient essentiellement un public d'«early adopters», ayant les moyens technologiques et financiers d'accéder à ces équipements, est révolue. Désormais, c'est tout un chacun et notamment un nombre croissant de professionnels exerçant des activités réputées auparavant sédentaires, pour qui le bureau nomade est devenu une réalité quotidienne. Conséquence directe de cette mutation dans le monde du travail, l'équipement d'un ordinateur portable, autrefois réservé aux seuls employés itinérants, s'impose à pratiquement tous les postes de travail comme facteur de productivité. Si on y ajoute le coût de l'immobilier de bureau qui incite les entreprises à réduire la taille des espaces de travail, tous les ingrédients sont réunis pour favoriser le travail nomade en déplacement, à la maison et même au sein de l'entreprise.

Le marché des notebooks explose

Selon une étude du cabinet DisplaySearch, au premier trimestre 2008, Hewlett Packard reste le leader du marché des notebooks avec une part de marché supérieure à 20 %. Dell devance Acer et prend la deuxième place avec des ventes qui se sont élevées à 4 683 millions d'unités, soit une part de marché de 15,1 %. Mais le fabricant qui a enregistré la plus forte progression est Asus qui a réalisé une croissance de 67 % sur l'année grâce au succès de son EeePC. Ses ventes sont passées de 796 millions d'unités au quatrième trimestre 2007 à 1,33 million les trois mois suivants.

porteur dans le sillage

même si la conjoncture actuelle entraîne quelques perturbations. A la recherche d'économies, les entreprises tendent à resserrer leurs budgets et, de ce fait, privilégient le coût du produit plutôt qu'un choix de modèle. En revanche, le marché grand public ne semble pas atteint par ce phénomène et les ventes y restent dynamiques.

«Tant que le marché du notebook enregistrera de la croissance, celui de la sacoche et de la bagagerie en général connaîtra aussi de la croissance», affirme Yann Le Dantec, directeur de Targus France, société à l'origine de la première sacoche pour ordinateur à une époque où celui-ci n'était pas encore vraiment transportable et où le contenant ressemblait davantage à une valise qu'aux saches confortables dont nous disposons aujourd'hui.

Les saches restent les plus demandées

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

Premiers modèles développés, les saches restent aujourd'hui les versions les plus demandées. Dans la mesure où ce système de sac permet de ranger l'ordinateur et ses accessoires ainsi que des documents, il répond en effet à l'éventail le plus large de besoins. La gamme des saches 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. De fait, les fabricants leur destinent des modèles spécifiques arborant un look résolument sportif et décontracté. Mais, dans d'autres versions plus «professionnelles», 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.

Il faut désormais ajouter à ces trois catégories une quatrième famille de produits qui aujourd'hui a une place à part entière : les sacs féminins. Ils apparaissent depuis quelques mois dans l'offre des fabricants dans des designs et des décors résolument différents des modèles standard affirmant leur touche féminine.



Le néoprène épouse parfaitement la forme de l'ordinateur. (Xtrium)



Grands classiques de la bagagerie informatique, les sacs à dos suscitent beaucoup de demandes. (Targus)

Les sacs féminins, un segment à part entière

Le succès que ces modèles féminins rencontrent auprès de leur cible incite à poser la question : pourquoi ne pas les avoir proposés plus tôt ?

Question de maturité du marché, répondent les fabricants. «Nos études montrent qu'auparavant, dans le monde du travail, la tendance était plutôt à gommer sa féminité pour mieux s'intégrer dans un univers plutôt masculin», explique Sophie Agulhon, directrice des ventes de Kensington. «Aujourd'hui, les femmes n'ont plus à revendiquer leur place dans le monde du travail. C'est un fait acquis, ce qui leur permet d'assumer davantage leur féminité», ajoute-t-elle, se félicitant du succès remporté par la gamme Balance auprès de la clientèle féminine. Succès qu'elle explique également par la praticité de ces modèles. «Avant, la plupart des femmes se déplaçaient avec à la fois leur sac à main et une sacoche pour leur ordinateur. Ces saches informatiques version féminine ont été conçues pour leur permettre d'y transporter tout ce dont elles ont besoin en déplacement, y compris le contenu de leur sac à main».

Targus a également développé une gamme «Ladies» à l'intention des

utilisatrices d'ordinateurs portables. Une gamme dont le nombre de références augmente régulièrement au fur et à mesure de la croissance de la demande. «Auparavant, les femmes achetaient des saches classiques faute d'une autre alternative. La fonction a créé l'organe», répond Yann Le Dantec. «Avec l'arrivée de modèles de saches qui leur étaient spécialement destinés, les femmes ont privilégié ces produits. Nous le vérifions dans les ventes», poursuit-il. «Si aucun des produits de la gamme Ladies n'est un «top vente», par contre l'augmentation des ventes est constante. Progressivement, ces produits prennent leur place sur le

marché et il n'y aura pas de retour en arrière. Ils correspondent à une réelle demande de la part des consommateurs et de la distribution.»

Le netbook suscite de nouveaux besoins

Si elle sait répondre aux nouveaux besoins, l'évolution de l'offre de bagagerie informatique est également guidée par l'évolution des tailles d'ordinateur ou, plus exactement, par celles de leurs écrans. Cette caractéristique est un critère de segmentation de l'offre dans toutes les catégories.



La gamme Active Nature qui sera lancée à la fin de cette année. (Esselte)

Les netbooks vont-ils faire de l'ombre aux notebooks ?

Un nouvel équipement est apparu cette année dans la panoplie du nomade. C'est le netbook. Pas plus grand qu'un bloc de feuilles A5 et pas très lourd - environ 1 kg -, il permet d'accéder à Internet via les réseaux Wi-Fi ou par le réseau mobile au moyen d'une petite clef USB équipée d'une carte SIM. Mais surtout, et contrairement aux téléphones multifonctions comme le Blackberry ou l'iPhone, les netbooks offrent quasiment le même confort d'utilisation qu'un ordinateur portable classique grâce à un écran de taille raisonnable - au minimum 8,9 pouces et au maximum 10 pouces de diagonale - et un vrai clavier.

Côté performances, ils sont conçus avant tout pour répondre à des besoins bureautiques simples comme rédiger des mails, voire de courts textes, et surtout à des besoins de communication et de connexion, soit la navigation sur Internet, la consultation des pages Web ou pour visionner

et sélectionner ses photos de vacances. Certains modèles sont même dotés d'une petite caméra comme celle qui équipe l'Eee 900 et qui donne accès à la visioconférence.

Plus petits et plus légers, les netbooks offrent des fonctionnalités plus limitées que celles des notebooks, soit les ultraportables classiques. Mais leurs prix sont également beaucoup moins chers. Ainsi l'Eee PC d'Asus, arrivé le premier sur le marché français en début d'année, est proposé à moins de 300 euros.

Ce sont les particuliers qui devraient assurer le succès de ces netbooks. Actuellement, ce sont eux qui réaliseraient 70 % des achats. Cible privilégiée, les étudiants attirés par leur mini format et leur mini prix. Mais la cible des clients apparaît très large. Pour beaucoup d'utilisateurs, les netbooks vont servir de deuxième, voire de troisième ordinateur portable, le premier restant leur machine principale.

Après la marque taïwanaise Asus, qui a ouvert le feu en début d'année, tous les grands constructeurs comme HP, Acer, Lenovo, Toshiba..., et récemment Dell, se sont engouffrés dans cette niche du marché qui promet des développements rapides et spectaculaires. En 2008, le marché mondial des netbooks se situerait à 5,2 millions d'unités vendues. Et l'institut Gartner annonce de fortes perspectives de croissance pour ces nouveaux terminaux. Dès 2009, il devrait grimper pour atteindre 8 millions d'unités et 50 millions en 2012. Pourtant, il n'y aurait pas de risque de cannibalisation des PC portables classiques en raison de la différence de fonctionnalités entre les deux segments. Pour le moment du moins. Car, à partir de 2010, les netbooks devraient commencer à attaquer le bas de gamme des notebooks avec des capacités et des performances en mesure de séduire également les entreprises.

Historiquement, le premier standard à s'être imposé dans le domaine des portables est le 15,4 pouces qui représente toujours la majorité des ventes. Ensuite, est arrivé le 17 pouces qui a fait évoluer la bagagerie vers ce nouveau format diversement apprécié selon les pays. En France, les consommateurs l'ont largement adopté et aujourd'hui les ventes de bagages au format 17 pouces tendent à rejoindre celles de format 15 pouces. Dans d'autres pays comme l'Allemagne ou l'Italie, leur proportion dans les ventes est moindre, sans doute parce que s'ils s'équipent d'ordinateurs avec des écrans de 17 pouces, les utilisateurs les emploient plus comme des équipements sédentaires que nomades. La dernière évolution est intervenue dans les formats d'écrans en début d'année avec l'arrivée des netbooks qui, à la fin de cette année, représenteront probablement une part importante des ventes - voir l'encadré. Equipés d'écrans de moins de

Les nomades plus nombreux que les sédentaires ?

Le nomadisme est une tendance lourde grâce à des équipements tels que les ordinateurs et les téléphones portables, les Blackberry... Selon une étude européenne réalisée par Exacompta, 60 % des entreprises estiment que la fin de la sédentarité est annoncée pour les salariés et 42 % d'entre elles planifient une augmentation de la mobilité par souci de rentabilité.

Une autre étude réalisée en 2004 auprès de 2 014 entreprises européennes au sein du groupe Esselte fait le même constat. Parmi les utilisateurs professionnels de produits de classement interrogés, près de 30 % entrent déjà dans la catégorie des travailleurs nomades. Au profil

stéréotypé des premiers travailleurs nomades a succédé une population hétérogène segmentée en quatre catégories. Ceux qui se déplacent à l'intérieur de l'entreprise pour participer à des réunions, pour travailler en équipe également. Ceux liés à la mobilité entre le bureau et la maison, soit les professionnels qui vont terminer un dossier le soir ou le week-end chez eux. Puis la population qui voyage occasionnellement, souvent des cadres qui prennent l'avion ou le train. Et enfin les professionnels itinérants, c'est-à-dire les forces de vente, à qui il faudra proposer des solutions de bureau mobile intégrales.

stylos et le carnet de rendez-vous... Et autant de compléments qui requièrent un contenant de plus grande taille que celle du notebook !

«C'est la raison pour laquelle nous

se développent le plus rapidement pour ce type d'ordinateur, ce qui justifierait cette analyse. «La housse correspond typiquement au besoin de ce produit qui est de le protéger et de le mettre dans un autre contenant pour le transporter», confirme Yann Le Dantec, directeur de Targus France.



Des pochettes soudées à l'intérieur des classeurs permettent de transporter également des feuilles non perforées, des CD, des cartes de visite... (Exacompta)

10 pouces, ils génèrent des besoins de bagagerie sensiblement équivalents à ceux des notebooks, mais peut-être un peu simplifiés dans la mesure où ils n'ont pas la même vocation ni les mêmes applications.

Aujourd'hui, deux concepts de bagages ont été développés pour des ordinateurs portables de petit format. D'une part les housses qui sont simplement des protections pour l'ordinateur. D'autre part la sacoche proprement dite qui est le remplacement de la mallette traditionnelle et destinée à transporter l'ordinateur mais aussi un certain nombre de ses accessoires, y compris le cahier, les

n'avons pas sorti de sacoche au format 10 pouces pour les netbooks», explique Sophie Agulhon, directrice des ventes de Kensington. «Nous pensons que les utilisateurs, lorsqu'ils se déplacent avec leur ordinateur, transportent également des documents de format plus grand que leur netbook et donc qu'ils vont privilégier un sac de taille traditionnelle.» De fait, actuellement, l'on constate que ce sont les ventes de housses qui

La housse, première peau pour transporter un ordinateur portable. (Fellowes)

Solidité, protection et design

Chacune de ces familles de produits se décline en différents modèles aux fonctionnalités différentes. Ces différences portent d'abord sur le type d'ouverture. Elle peut être soit totale ou bien limitée au haut du sac pour y glisser l'ordinateur sans être obligé d'ouvrir le sac en entier. Autre fonctionnalité qui a donné lieu à un



segment à part entière, les modèles à roller très prisés 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. Ces fonctionnalités font également partie des critères de qualité attachés à la bagagerie informatique. 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 trois éléments principaux dont dépend la qualité d'un bagage informatique sont sa solidité, sa capacité à

protéger un ordinateur et son design. La solidité repose sur la qualité de fabrication de tous les composants, mais aussi sur la conception même du produit. «Sa fonctionnalité est facteur de qualité», affirme Sophie Agulhon, directrice des ventes de Kensington. «Selon que les petites poches sont placées à un endroit plutôt qu'à un autre, s'il est équipé d'une bandoulière bien épaisse, d'un dos un peu incurvé... La recherche ergonomique est aussi à la base de la qualité d'un sac informatique.»

Quand les produits de classement deviennent nomades

Si l'ordinateur portable est l'équipement de base du travailleur nomade, celui-ci est rarement utilisé seul. Les documents en papier restent omniprésents autour de l'ordinateur et ces supports restent indispensables pour la plupart des tâches. D'où le besoin d'outils de transport, mais aussi d'organisation et de présentation de ces documents qui soient également adaptés au nomadisme de leurs utilisateurs.

Jusqu'à ces dernières années, les nomades n'avaient pas d'autre choix que d'utiliser des produits de classement standard qui ne satisfaisaient pas entièrement leurs besoins, faute de produits adaptés, avec le risque que leurs documents tombent d'un classeur ou d'une chemise pendant leur transport.

Mais aujourd'hui, il existe des gammes de produits spécifiquement conçus pour les utilisateurs nomades, développés à la suite d'études sur les attentes et les comportements de cette cible de consommateurs. Ces gammes constituent désormais un des segments les plus porteurs du marché du classement. Elles font partie des meilleures ventes et remportent un bon succès auprès des utilisateurs.

Légèreté, résistance et polyvalence

«Nous sommes partis du principe que les outils de classement devaient évoluer en même temps que les méthodes de travail», explique Stéphanie Charles, directrice marketing d'Exacompta, qui a lancé cette année le concept Exactive, une gamme de produits nomades et écologiques.

«En tant que fabricant d'articles de classement, le nomadisme est un des axes que nous travaillons à côté de l'axe écologique. C'est un axe porteur», confirme Vincent Gonzalez, directeur marketing d'Esselte France, qui pour cette cible décline le concept Active dans trois gammes : Active Plus,

Active Pro et Active Nature qui sera lancée à la fin de cette année.

Comment se définit et se différencie un produit de classement nomade ?

Sa première qualité doit d'être léger et résistant puisqu'il sera davantage manipulé qu'un produit sédentaire.

«Mais la portabilité ne doit pas être développée au détriment d'autres qualités», précise-t-il. La légèreté des produits tient à la matière utilisée, en l'occurrence le polypropylène, de préférence 100 % recyclé, qui est privilégié pour les applications nomades.

«Nous avons opté pour un matériau 100 % en polypropylène», poursuit Vincent Gonzalez. «Le plat du classeur est en mousse de propylène 100 % recyclée et recouvert ensuite de film de la même matière pour avoir le côté design et coloré. Cette matière en elle-même est beaucoup plus résistante et durable.»

«Le polypropylène 100 % recyclé participe également aux qualités écologiques des produits», ajoute Stéphanie Charles, directrice marketing d'Exacompta. Le polypropylène transparent est également la matière utilisée dans la gamme Mobile Office de Biella, à la fois pour sa légèreté et sa robustesse ainsi que pour ses qualités esthétiques.

Autres qualités intrinsèques aux produits de classement nomades, la transportabilité et la praticité. Ces qualités se traduisent par des aménagements fonctionnels tels que des systèmes de fermeture par élastique appliqués aux classeurs. Les anneaux qui bloquent les documents dans les classeurs à levier se révèlent en effet insuffisants pour les maintenir lorsque le classeur est transporté. En empruntant aux chemises à rabats leurs élastiques, les classeurs à levier comme à anneaux assurent une fermeture parfaite et un très bon maintien des documents, la couverture et le dos ne pouvant pas s'ouvrir.

Autres exemples avec les pochettes. Biella a sorti la Backfip, une chemise

équipée d'un clip dans son coin supérieur gauche qui maintient les documents et qui peut être ouverte à 360°. La pochette Combifile de Leitz répond également aux exigences spécifiques aux nomades. «Il s'agit d'un produit hybride entre la chemise coin et la pochette perforée», précise Vincent Gonzalez, directeur marketing d'Esselte France. «Le produit est équipé d'une bande perforée rétractable pour le ranger dans un classeur, qui simplement en la pliant vient se loger dans une petite encoche lorsque l'on veut le transporter. En outre, cette pochette est équipée d'une ouverture sur deux côtés, facilitant l'insertion et l'extraction des documents.»

Autres aménagements dédiés aux nomades, des pochettes soudées à l'intérieur des classeurs et des chemises qui permettent de transporter également des feuilles non perforées, des CD, des cartes de visite... La plupart de ces produits prévoient également un porte-bloc.

Ces pochettes, de même que les logements prévus pour les stylos et autres accessoires, participent à une troisième caractéristique requise pour les produits nomades : la polyvalence. «Le but est de limiter le nombre d'accessoires à transporter en regroupant plusieurs fonctionnalités dans le même produit», explique Stéphanie Charles.

Enfin les produits de classement nomade peuvent se définir comme des produits de classement temporaire et personnel par opposition à des produits d'archivage collectif. En effet, par définition, un produit de classement nomade est un produit personnel. D'où l'importance de son esthétique. «Un produit de classement nomade doit plaire à son utilisateur, mais c'est également un vecteur d'image personnelle et professionnelle vis-à-vis de l'extérieur», estime Stéphane Reeb, directeur de comptes-clients chez Biella.



En toute logique,
vous préférerez
des instruments
ergonomiques.

© Mapped Plus Suisse - © Corbis

Nouvelle gamme d'instruments de bureau ergonomiques **Maped ergoLOGIC**

Fiable



Agrafez vite et bien,
les agrafes en réserve
restent à portée de main.

Efficace



Perforation précise,
avec ou sans réglette.

Facile



Besoin d'un trombone ?
Attrapez-le les yeux fermés.

Ingénieux



S'utilise d'une seule main.

C'est grâce à une **démarche scientifique approfondie** que Maped vous propose aujourd'hui des produits **véritablement ergonomiques**, à l'utilisation intuitive et dont **le bénéfice est immédiatement perceptible.**



Autre composante de la solidité, la qualité des finitions comme la présence de doubles coutures ou de pièces d'attache en métal plutôt qu'en plastique, sont autant de détails qui entrent pour beaucoup dans le coût du produit et dans sa qualité finale. Pour l'utilisateur, une sacoche se définit aussi et surtout par sa capacité à protéger l'ordinateur. Si certains n'y voient qu'un produit uniquement destiné au transport et d'autres une signature en terme de design, il n'en reste pas moins que la fonction fondamentale d'un bagage informatique est de mettre l'ordinateur à l'abri. La qualité de la protection dépend de la qualité des renforts, de la qualité des mousses..., autant d'éléments qui suscitent l'attention des acheteurs des entreprises et qui sont souvent leur premier critère de choix. «La protection est vraiment l'élément moteur du choix d'un produit», explique Yann Le Dantec, directeur de Targus France. «La première préoccupation des directeurs informatiques est de protéger leur flotte d'ordinateurs afin qu'ils ne tombent pas en panne trop souvent. En ce sens, la sacoche participe à la

durée de vie de l'ordinateur. C'est pourquoi la qualité de la protection doit être l'élément essentiel dans la conception d'une sacoche.»

Un matériau tendance : le néoprène

La protection est également un champ constant d'innovation avec des améliorations comme des systèmes de dôme de protection des écrans. L'innovation en matière de bagagerie informatique consiste aussi à travailler sur la recherche ergonomique. «Nous faisons des études auprès des consommateurs pour déceler quels sont les freins à l'utilisation de certains produits», explique Sophie Agulhon, directrice des ventes de Kensington. «Par exemple, l'idée de la poche courte sur la gamme Contour est née de la difficulté que nous ont décrite des consommateurs à aller chercher au fond du sac les clés, le téléphone ou un billet d'avion. Nous avons raccourci la poche et elle devient ainsi très accessible. De même, l'idée de mettre un passant au dos du sac informatique pour pouvoir l'attacher sur une valise a été intégrée très tôt à notre gamme de produits ainsi que les poignées emboîtables.»

Le design appartient également de plus en plus au champ de l'innovation des fabricants. Innovation dans le domaine des couleurs : même si le noir reste le leader absolu des ventes, la couleur est de plus en plus présente dans l'offre des fabricants de bagages informatiques. Leurs recherches portent également sur l'adaptation aux nouveaux besoins liés à l'utilisation de nouveaux périphériques. C'est ainsi que les derniers modèles sortis intègrent un compartiment pour le transport des disques durs externes par exemple, un accessoire de plus en plus fréquemment utilisé par les nomades.

Composants essentiels de ces produits, les matériaux utilisés participent tout à la fois à la qualité du design, au confort d'utilisation et à la protection de l'ordinateur. Nylon, polyester, toile

sont aujourd'hui parmi les matériaux le plus souvent utilisés avec un nouveau venu : le néoprène, un matériau qui offre une bonne résistance et qui est connu pour être utilisé pour fabriquer les combinaisons de plongée. Le néoprène est apprécié pour sa solidité, son élasticité extrême qui lui permet d'épouser la forme de l'ordinateur ainsi que pour sa résistance aux projections d'eau et aux chocs.

C'est ce matériau qui est exclusivement utilisé dans la gamme Bodyglove de Fellowes, une gamme complète qui va de la sacoche pour ordinateur au sac à dos, en passant par les housses, le portefeuille pour CD et DVD et les étuis pour appareil photo, lecteur MP3, GPS, et lecteurs de DVD pour la voiture.

Une nouvelle gamme qui vient d'être introduite sur le marché français par son distributeur exclusif, la société Xtrium, utilise également les qualités du néoprène. Elle s'appelle Electric et est conçue par le fabricant américain Built NY. «Il s'agit d'une gamme totalement réalisée en néoprène, qui utilise les propriétés de ce matériau pour concevoir des produits fonctionnels et au design soigné. Ainsi, la housse est en forme de sablier ce qui lui permet d'épouser parfaitement la forme de l'ordinateur. Il est ainsi calé en son centre et mieux tenu que dans un contenant de format rectangulaire», explique Aurida Soltani, chef de produit de Xtrium. «Le néoprène permet aussi de jouer sur les couleurs. Tous les produits de la gamme ont un intérieur coloré ce qui facilite la recherche des objets que vous mettez dedans. Ces couleurs ont été étudiées pour réfléchir la lumière.»

Dernière innovation en date, des saches réalisées à base de PET, soit du plastique recyclé, qui en fait la première gamme de bagagerie informatique écologique. Développée par Targus, elle est commercialisée à partir du mois d'octobre et est labellisée Ecogreen, la totalité de ses composants étant soit recyclés, soit recyclables.



Une chemise équipée d'un clip dans son coin supérieur gauche qui maintient les documents et qui peut être ouverte à 360°. (Biella)