

Le lien subtil entre l'élégance conviviale et le design industriel



Il y a 4 ans, ils ont créé des tables et des bancs au style intemporel devenus les produits phares de leur toute jeune marque. Mais si la gamme séduit par son design monolithique, elle voit rapidement son atout majeur devenir une faiblesse. Qui le serait peut-être restée sans l'ouverture d'esprit de ses concepteurs : en laissant **iol Strategic Design** challenger leur projet, Thomas et Olivier ont marqué un tournant important dans l'aventure de **BANDI**. Pour Wallonie Design, ça valait bien un (nouveau) récit !

Ils voulaient lui donner une âme, c'est réussi. Depuis 2016, « le mobilier design qui appelle à la convivialité » de BANDI

a séduit de nombreux acquéreurs et attisé la curiosité des médias (Après *Une Brique dans le Ventre* en 2018, *La Maison France 5* leur a consacré un reportage le mois dernier), contribuant à renforcer le positionnement de la marque. Durant les premières années, les ventes se sont concentrées sur la Wallonie pour s'étendre en France et en Suisse (dès mars 2020).

Si l'idée est simple – produire du mobilier de haute qualité sur une base 100% locale – elle n'en est pas moins ambitieuse pour les 2 cousins, respectivement Architecte et Ingénieur Commercial. Au départ, la question du transport n'était pas essentielle mais elle s'est imposée petit à petit avec la renommée grandissante du produit.



Dans sa version XXL, la table pèse près de 100 kg... d'une seule pièce! Un défi de poids pour envisager l'internationalisation des ventes.

Comment distribuer à l'international une pièce entièrement soudée, tout en assurant la protection du produit et en garantissant des délais de livraison raisonnables ?

Ouvrir le débat à un designer, une évidence

« Nous avons fait la connaissance d'iol Strategic design au travers des actions menées par Wallonie Design. Le diagnostic d'orientation qu'ils ont réalisé pour BANDI a permis d'identifier l'opportunité des chèques-entreprises liés à l'export et au design. Grâce à ce mécanisme, nous avons pu dégager un budget et faire appel à l'expertise de l'agence iol », se souvient Thomas.

Michaël Verleyen, Designer, chargé de projet chez iol, était bien conscient du problème : comparé à d'autres produits similaires quasi tous importés d'Asie, le prix de fabrication de la table était excessif du fait de la production locale. Raison pour laquelle, dès le départ, la table a été distribuée presque exclusivement en direct. *« De notre point de vue, c'était une obligation commerciale de repenser le produit pour conquérir d'autres territoires », souligne-t-il.*

La solution devait être gagnante à tous les niveaux : production, stockage, emballage, livraison et suivi. Impensable en effet de repenser un produit qui coûterait plus cher à terme. Il fallait donc rendre la table démontable, tout en diminuant les coûts et en minimisant la main d'œuvre. Ce, malgré de nouvelles interventions dans le processus de production.

Les 3 atouts majeurs d'iol pour cette mission :

- Connaissance des contraintes liées à l'industrialisation de produits
- Expérience de la commercialisation d'un produit « tôle » similaire et des problématiques d'expédition et d'emballage
- Existence d'un réseau fiable qui permet de s'orienter vers des ressources complémentaires



L'expérience de commercialisation et d'expédition d'un produit "tôle" similaire, un atout précieux pour iol.

Efficacité et pragmatisme dans la

collaboration

Ce type de projet qui consiste à « revisiter » le produit est relativement rare pour iol. Nous avons demandé à Michaël de nous décrire les étapes de cette collaboration express : 7 jours d'efficacité et de pragmatisme !

1. Entrer dans le cœur du projet

« Il nous fallait rentrer dans le cœur financier de la production, en ce compris le process et la répartition des coûts », entame-t-il. Pour proposer une solution économiquement avantageuse, les postes les plus lourds devaient être identifiés, de même que la raison de ces excès et les frais cachés.

2. Se mettre à l'écoute des sous-traitants

Le cœur de la stratégie de BANDI, c'est une collaboration de proximité avec des sous-traitants locaux dont le savoir-faire garantit un produit de haute qualité. L'impasse ne pouvait être faite sur l'implication des entreprises RG GEORIS et WALHIN CUTTING and COATING – respectivement chargées de la précision du pliage et de la continuité de la soudure et du poudrage. *« Leur apport a été déterminant pour garantir la capacité technique de mise en œuvre de la solution proposée et le maintien de la qualité »,* souligne Michaël.

3. Confronter les idées, itérer, aboutir

Après le brainstorming, un 1^{er} proto a vu le jour, puis de nouvelles réflexions pour le confronter à la réalité. Un travail d'optimisation des plans a ensuite été réalisé pour arriver au livrable attendu : un nouveau cahier de charges, facilement gérable pour les partenaires.



La prise en compte de toutes les parties prenantes de la chaîne de production existante est indispensable à la réflexion du designer. Le savoir-faire des sous-traitants et leur capacité d'intégration de la démarche ne peuvent être ignorés.

Des changements déterminants

Des hypothèses à première vue inenvisageables peuvent s'avérer être des solutions payantes.

À titre d'exemple, l'épaisseur de la table : en lui ajoutant 1 millimètre, on a pu souder les pièces sans marquer l'ensemble, tout en renforçant la structure. *« Le risque de voir l'objet dénaturé a clairement orienté les discussions, il a fallu passer outre les craintes, faire confiance et se laisser surprendre »*, souligne Olivier.

La plus-value du designer... invisible mais substantielle !

« Le fait de travailler sur un produit existant, avec une chaîne de production déjà en place, a représenté une contrainte supplémentaire », relève Michaël. La solution est donc sortie de multiples confrontations d'idées : elle consiste à meuler puis souder aux 4 extrémités du plateau de table un petit « talon » qui fait office « d'enjoliveur ». Il donne ainsi l'impression que le plateau et les pieds sont soudés, comme c'est le cas dans la version initiale du produit. Un élément mécanique vient ensuite maintenir le pied sur la traverse de la table qui porte les talons.

Résultat : sans se coucher sous la table, impossible de distinguer l'ancienne et la nouvelle version de la table ! Ce qui rejoint parfaitement l'exigence de départ. Malgré un budget limité et des échanges finaux rendus difficiles par la période de confinement, il va sans dire que l'intervention d'iol, bien qu'imperceptible, génère une petite révolution dans l'industrialisation artisanale de la fameuse table.

Pour un produit à l'esthétique fondamentale, paradoxalement,
tout le mérite du designer
réside dans le fait que son intervention ne se voit pas...



D'une pièce unique (près de 100kg dans son format XXL), on passe donc à 3 pièces distinctes produites indépendamment, ce qui permet :

- De créer un stock avec un nombre restreint de références (formats et couleurs standards), auquel on ajoute, à la demande, les formats et couleurs « sur mesure »
- De répartir la production sur une année complète, et d'ainsi éviter les ruschs
- De raccourcir les délais de production / livraison et de pouvoir satisfaire les achats plus « impulsifs » de fin

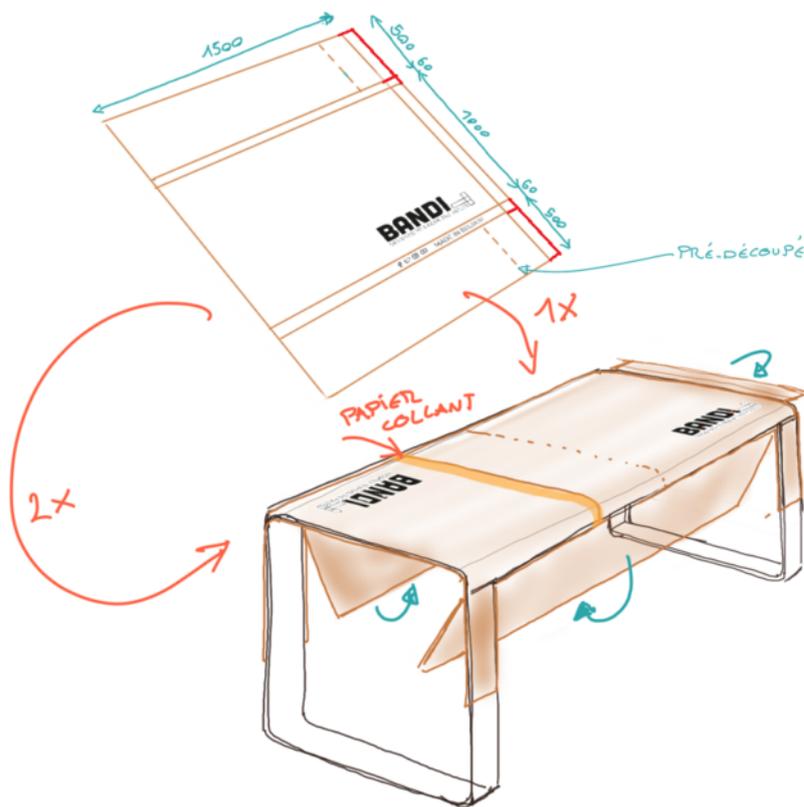
de saison (pour les standards, une livraison dans les 7 jours est rendue possible)

- De diminuer et rationaliser l'espace de stockage nécessaire et les coûts liés à l'encombrement
- De limiter les dégâts potentiels dus à la manipulation de pièces lourdes et encombrantes
- De diviser jusqu'à 2x les coûts du transport, grâce à un volume moindre et une manutention nécessitant moins de bras
- De développer et d'optimiser le packaging pour éviter les dégâts potentiels liés aux déplacements
- De limiter les coûts du service AV, en ne reproduisant que la pièce abîmée en cas de dégât
- De maintenir une marge bénéficiaire satisfaisante en cas de retour produit
- De supprimer les limites géographiques de la distribution, en rendant plus aisée la recherche des transporteurs

Une démarche intégrée, au-delà du produit

Dès qu'un stock est constitué, le produit ne peut se passer d'un emballage dédié. C'est pourquoi le packaging a fait partie intégrante de la réflexion. Ici aussi, on a fait un retour en arrière et *in fine* opté, comme proposé par le designer, pour plusieurs formats d'emballage et non pour une solution unique « qui peut tout emballer ».

« *Nos clients se sont aperçus que, comparé au prix de l'emballage, celui de la main d'œuvre qui doit plier, découper et adapter le packaging à chaque pièce est très lourd* », détaille Michaël. Pour cet aspect, c'est aux Cartonneries de Wallonie que l'équipe a fait appel. L'emploi de papier recyclable a été privilégié et les chutes ont été limitées en travaillant avec des demi-feuilles qui sont, soit recoupées, soit doublées selon le format de la pièce.



Quelques leçons de ce Récit...

- **Oser un regard extérieur** permet d'améliorer le produit mais aussi d'envisager la suite de l'histoire, en ce compris le développement de nouveaux produits, forts de l'expérience vécue. On expérimente, on gagne en connaissances et on sait quelles erreurs on ne doit plus faire.
- **L'existence d'aide publiques** est un vrai coup de pouce ; elles permettent de passer un cap important dans le développement de l'activité. En cela, la Wallonie regorge d'opportunités.
- **Il est essentiel de ne jamais oublier « pourquoi » on est arrivé à un résultat** et pourquoi on a pris certaines décisions. Chacune d'elles est une étape importante qui permet de se remettre en question.

Carte d'identité

<p>WADD sprl Z.I. d'Awans Rue de la Chaudronnerie, 2 4340 – Awans TEL : +32 (0)4 290 29 30 info@bandi.design thomas@bandi.design +32 (0)498 40 02 29</p>	<p>iol Strategic Design Avenue du Pré-Aily, 20 4031 – Angleur TEL : +32 (0)4 246 75 70 info@iol.be michael@iol.be +32 (0)495 46 43 51</p>
---	--

Cet article a été rédigé par Emilie Parthoens,
avec le soutien du Fonds européen de développement régional.



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL
ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR