



**MARKETING**

**Réunion du 15 septembre 2023**

# MAILS D'ARNAUD

mai 2023

Roland, ce n'est pas facile de bâtir une stratégie ; nous avons recruté beaucoup de bénévoles avec succès et nous avons aussi de plus en plus de clients : il faut préparer la montée en compétence des bénévoles , gérer les nouveaux clients qui ne sont pas toujours faciles, prévoir de nouveaux repair cafés ...

comment avons nous procédé ? d'abord avec le Repair Café historiquement créé par Jean, Patrick et Agathe autour des 4 objectifs des statuts ; nous avons ensuite travaillé sur un repair café "plus", avec le repair confit pendant le confinement, la création de l'atelier numérique, l'ajout du Proto 204, le SIOM, les extensions à Massy, Palaiseau, Boulogne ..

nous avons aussi du budget : ce n'est pas un problème mais ce sera une opportunité pour gérer notre développement

# Plan de réunion

## 1 APPROCHE DU MARCHÉ

Recherche documentaire simple, pour appréhender l'univers des « Repair Café » :

- Quel est le marché des « Repair Café » ?
- Quel est le contexte économique et social ?
- Potentiels de développement ?
- Etc ...

## 2 DISCUSSION

- Si le « Repair Café » d'Orsay souhaite changer sa stratégie, il va falloir ...

## 3 POUR CONCEVOIR UNE STRATÉGIE ET SON APPLICATION TACTIQUE

- Une démarche ...

# **RECHERCHE DOCUMENTAIRE** *(hors neuf et occasion)*

**Approche rapide des marchés de la réparation et du « reconditionné » des produits électroménagers**

**1**

## **MARCHE DE LA RÉPARATION**

**Le marché de la réparation d'électroménager français représente un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros par an.**

Les Français dépensent en moyenne 100 euros par an pour la réparation de leurs appareils électroménagers.

**75 % des Français sont prêts à réparer leur appareil électroménager s'ils peuvent trouver un artisan de confiance.**

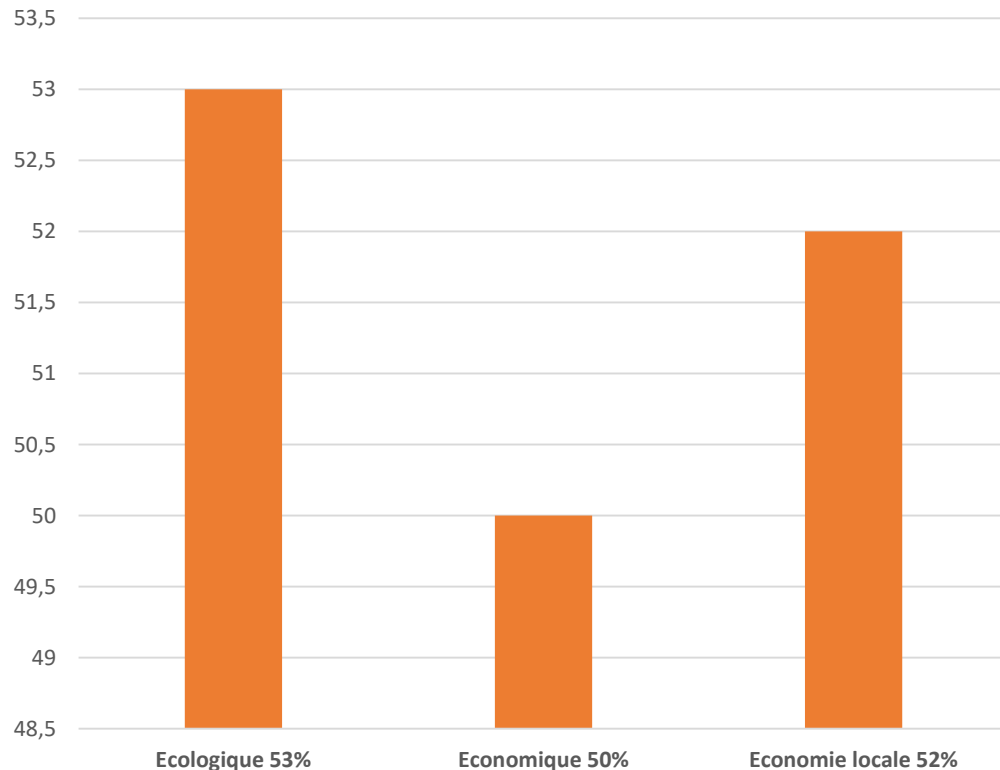
La majorité des ménages français dans l'hexagone, **29,2 millions de ménages** pour 68,0 millions d'habitants disposent désormais d'un lave-linge, d'un téléviseur couleur, d'un congélateur, d'un four à micro-ondes et d'une voiture. En revanche, un peu plus de six ménages sur dix seulement possèdent un lave-vaisselle, produit qui connaît une diffusion plus lente, mais régulière.

équipement de biens durables	Taux d'équipement des ménages
Téléviseur couleur	96,8
Lave-linge	96,0
Congélateur	91,4
Téléphone portable	90,5
Téléphone fixe	90,2
Four à micro-ondes	88,6
Voiture	84,1
Micro-ordinateur	78,9
Connexion à Internet	76,5
Magnétoscope ou lecteur DVD	74,5
Lave-vaisselle	58,4
2 voitures ou plus	35,5

En 2022, le marché de la vente des produits électroménagers est de 9,7 milliards d'euros.  
Cela représente **67,5 millions de produits vendus**.

**Près de 60 % des appareils électroménagers tombent en panne dans les 5 premières années d'utilisation (ou plus selon les produits : 70 % des pannes de grille-pain sont causées par des miettes accumulées dans l'appareil).**

Pour quelles raisons les ménages Français  
sont-ils prêts à davantage réparer ?



Avant de changer un équipement en panne,

- ♦ **85% des Français déclarent avoir envisagé de le réparer.** Cependant, **la panne reste pour 63% d'entre eux un motif suffisant pour le remplacer. Seule la moitié des Français a demandé un devis de réparation** au cours des deux dernières années.
- ♦ **Pour 25% des personnes interrogées, le manque d'information et de visibilité des réparateurs est invoqué.** La réparation est encore une pratique peu ancrée dans les habitudes des Français. Pour un produit tombé en panne toutes catégories confondues, **seuls 36% des Français le réparent contre 54% qui le remplacent.**

## Les principaux freins à la réparation sont le manque d'information sur les produits et de visibilité des réparateurs.

Le site internet <https://longuevieauxobjets.gouv.fr> met à disposition de nombreuses informations, conseils et outils sur la réparation et l'indice de réparabilité.

En complément de l'annuaire des réparateurs, de [l'outil de diagnostic des pannes](#) et [des nombreux tutoriels de réparation](#) déjà en ligne sur le site, [une nouvelle rubrique est dédiée à l'indice de réparabilité](#).

Enfin, [un kit d'outils](#) à l'attention des professionnels est téléchargeable sur le site pour promouvoir l'indice de réparabilité auprès de leurs clients.



## LES ENTREPRISES DE RÉPARATION PEINENT À RÉPONDRE À LA DEMANDE.

Électroménager, téléphonie, vélo, informatique : la tendance dans ces secteurs est à la réparation. Le phénomène, porté par les nouveaux modes de consommation, a pris de l'ampleur ces derniers temps si bien que l'offre peine à répondre à la demande. Dans le secteur de l'électroménager notamment, les entreprises se plaignent d'une pénurie de main-d'œuvre.

**15 000 ARTISANS :** Selon l'enquête annuelle de l'Union des Professionnels de l'Électroménager (UPE), il y avait en France en 2022, un peu plus de **15 000 artisans en réparation d'électroménager**. Ce chiffre est en baisse constante depuis plusieurs années, en raison de **la concurrence des grandes enseignes d'électroménager** qui proposent elles-mêmes des services de réparation.

**La tendance à la réparation est si forte qu'elle met sous tension le métier de réparateur. 2 exemples :**

**Murfy**, une start-up qui s'est spécialisée dans la réparation et le reconditionnement d'électroménager réalise 3,5 millions de chiffres d'affaires et table sur le triple tous les ans, avec une croissance de 30 à 40% des interventions à domicile.

**Les opérateurs recrutent à tour de bras des réparateurs.**

**Le groupe Fnac-Darty**, qui emploie déjà **2 500 techniciens de réparation**, a annoncé en **recruter 500 supplémentaires** pour "développer" sa "filière de réparation d'appareils"

**2**

## **LE MARCHE DU RECONDITIONNEMENT**

Le marché mondial du reconditionné est estimé à plus de 50 milliards d'euros par an, dont 22 milliards uniquement pour les smartphones, témoignant du poids important du numérique.

**En France, le marché de l'occasion pèse 1,2 milliard d'€ dont 1 milliard d'€ pour le reconditionné qui a augmenté de 15 % en 2021, et de 20 % en 2022,**

Plébiscité pour des prix plus accessibles mais également pour son impact écologique positif, le secteur a connu une croissance fulgurante ces dernières années.

### **« Usagé et reconditionné » est une tendance croissante**

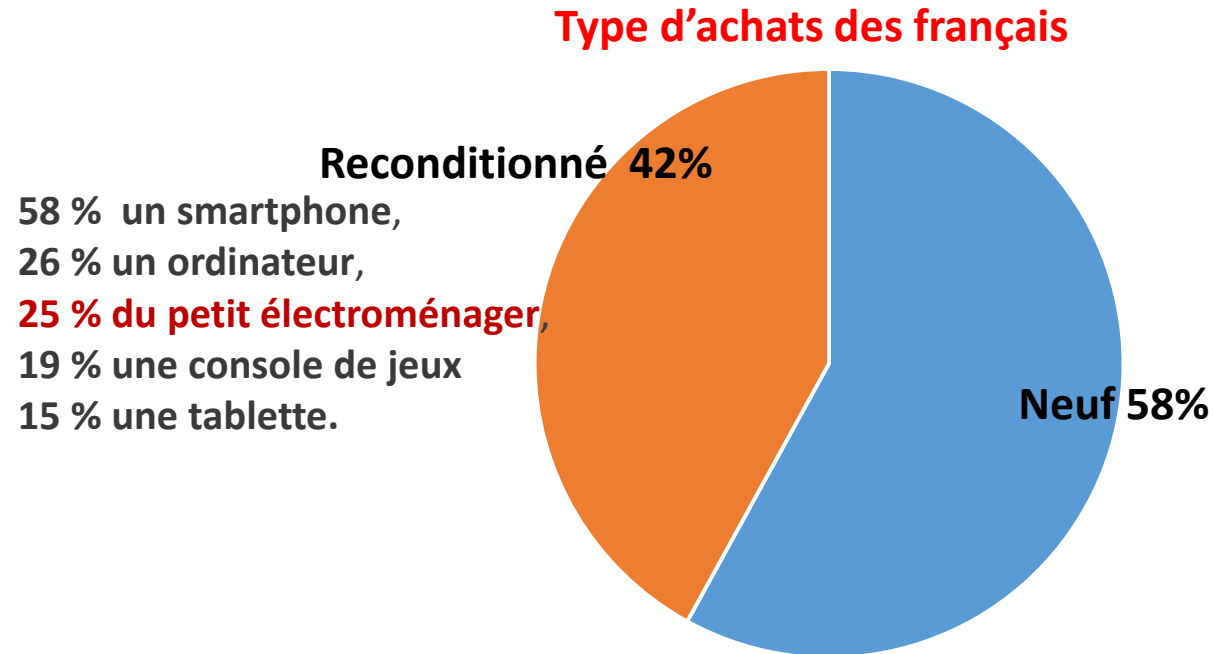
Les articles remis à neuf sont des biens d'occasion auxquels un nouveau souffle a été donné en les **nettoyant, réparant et en les améliorant**. Ils sont **disponibles à des prix nettement inférieurs à ceux des articles neufs, avec une garantie.**

### **LaCollecte.tech, un dispositif vertueux**

Emmaüs Connect, l'Atelier du Bocage, l'Atelier Sans Frontières et la Coopérative TRI Rhône-Alpes ont lancé en 2020 les filières de LaCollecte.tech.

**L'ambition** : faire changer d'échelle le réemploi solidaire en facilitant la création de filières locales, autour d'une plateforme en ligne. **LaCollecte.tech réunit les donateurs, les reconditionneurs solidaires et les structures accueillant des acheteurs en précarité.** **Trois étapes : Collecter. Reconditionner. Distribuer.**

# Le reconditionné, un marché en plein boom et qui se diversifie



Le prix reste la première motivation, devant la question écologique



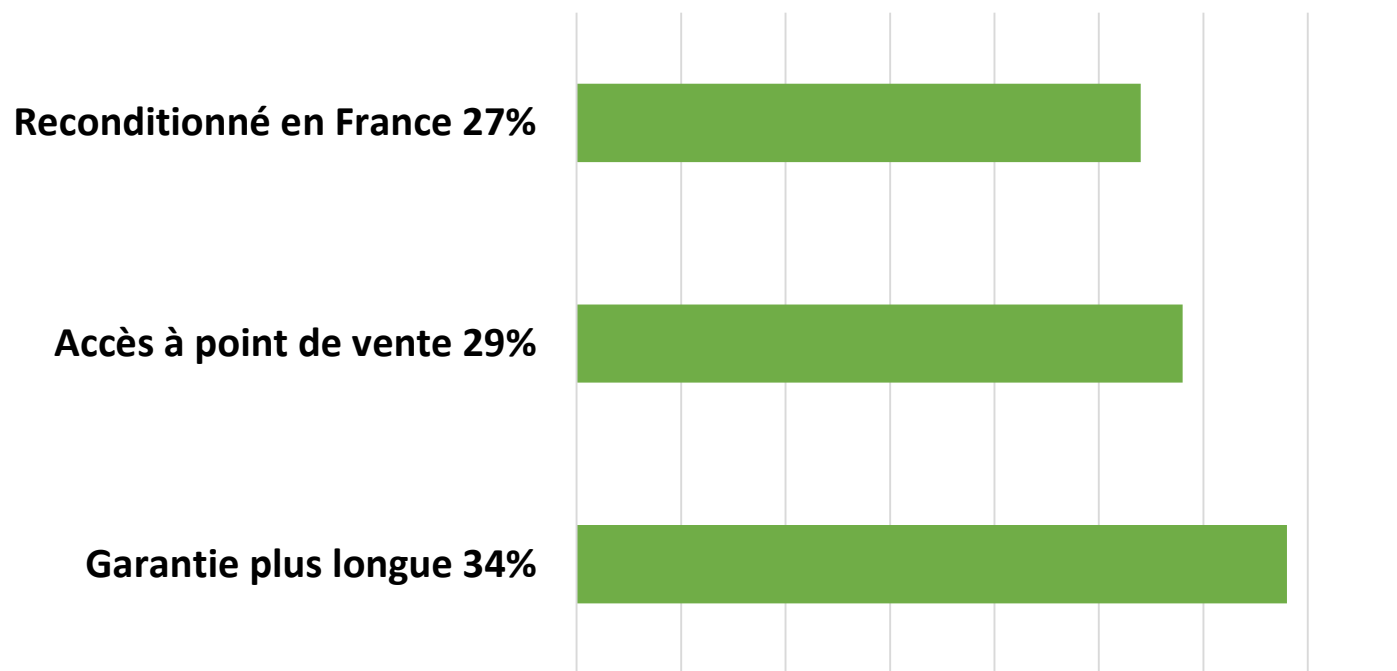
59 % déclarent avoir fait 1 achat reconditionné et 41 % à plusieurs reprises.

## Un besoin d'être rassuré pour sauter le pas

**29 % avouent un manque de confiance dans la qualité des produits**, pour ceux qui n'ont pas encore sauté le pas.

**40 % expliquent qu'ils n'ont pas eu l'occasion** mais sont intéressés.

Le marché devrait poursuivre sa croissance sur les prochaines années. Les garanties et le SAV proposés aideraient à faire pencher la balance pour **43 % des personnes interrogées qui souhaitent :**



**Et un cadre législatif formel pour la majorité**

## Des start-up françaises se lancent sur le marché du reconditionné

Des jeunes pousses tricolores se lancent de plus en plus dans le marché du reconditionné. Certaines atteignent même des sommets.

**La start-up Back Market** créée en novembre 2014, par Thibaud Hug de Larauze, Vianney Vaute et Quentin Le Brouster propose ainsi plusieurs produits électroniques reconditionnés, du téléphone portable à l'ordinateur en passant par les télévisions et l'électroménager. Elle a réalisé un CA de 96 millions d'euros.

**RemadeGroup**, lancée par Mathieu Millet en 2013, est l'une des entreprises leaders des smartphones reconditionnés sur le marché européen. Avec plus de 850 salariés et deux sites de production basés en Normandie, la société a réalisé plus de 130 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017. La jeune pousse a effectué une levée de fonds en août 2018, de 125 millions d'euros. Objectif : étendre son activité à l'international, notamment au Maroc, en Inde, en Chine ou encore en Australie.

## Produits reconditionnés : les habitudes des Français



**1/3** des Français recyclent leurs appareils électroniques



**19 %** des Français conservent chez eux les appareils électroniques qu'ils n'utilisent plus



**31 %** des Français ont déjà acheté un produit électronique reconditionné

### LES FRANÇAIS SONT SUSCEPTIBLES DE REVENDRE :

**32 %**

Téléphone mobile



**22 %**

Petit électroménager



**20 %**

Console de jeux



### LES FRANÇAIS SONT SUSCEPTIBLES D'ACHETER EN RECONDITIONNÉ :

**29 %**

Téléphone mobile



**20 %**

Petit électroménager



**17 %**

Ordinateur portable



MOTIVATIONS

FREINS

à l'achat d'un produit reconditionné

**80 %**

un prix plus attractif

**47 %**

une garantie plus longue

**37 %**

un achat dans un point de vente plutôt que sur internet

**22 %**

n'y pensent pas

**23 %**

inquiets de la garantie

**33 %**

peur de la qualité

**3**

## **INDICATIONS SUR LES TYPES D'ACTEURS EN PRÉSENCE**



## **1. LES RECONDITIONNEURS ET/OU RÉPARATEURS PROFESSIONNELS**

*Compte tenu du marché*

**Électro-ménager : Réfrigérateurs, machines à laver, aspirateurs, machines à café, ...**

- ✓ 170 millions de produits neufs chaque année sont mis sur le marché.
- ✓ 23 millions de produits partent à la benne.
- ✓ 1 produit sur 2 est collecté (broyé, incinéré, ...)
- ✓ 1 produit sur 2 disparaît dans la nature

**Pourtant : 60% ne sont pas hors d'usage (en état de fonctionnement ou réparables)**

## ÉMERGENCE D'UNE TENDANCE DE FOND → L' ACHAT DES PRODUITS RECONDITIONNÉS

**RECONOMIA** → Donner une seconde vie aux appareils électroménagers

Cette plateforme met en relation des artisans et des produits à reconditionner, ce qui est pour les artisans une opportunité de passer de réparateurs à reconditionneurs !

**Plateforme en ligne pour 3400 artisans et TPE** (*réparateurs et reconditionneurs d'électro ménager*)

**1. Créer du lien entre les consommateurs et les artisans** pour donner une nouvelle vie aux produits.

**2. Permettre**

- Aux enseignes de distribution de **collecter les produits en panne** et de les **mettre à disposition des artisans** via la plateforme Reconomia.
- Au public **d'acheter sur la plateforme Reconomia des produits reconditionnés, moins chers, garantis 1 an.**
- Au public **de faire réparer ou reconditionner ses équipement pour un prix bas.**

[Electroménager reconditionné - Reconomia](#)

[RECONOMIA - Économisez sur tout, sauf sur ce qui compte - YouTube](#)

**L'ETABLYCLETTE** → propose à ses adhérents un espace convivial pour entretenir, réparer ou améliorer leurs vélos grâce à des conseils de professionnels de la mécanique vélos et un outillage de qualité mis à leur disposition.

- Adhésion annuelle à l'association de 10 à 45€/ an pour avoir accès à l'auto-réparation
- Un tarif préférentiel pour tous les types de réparations, avec l'assistance et conseil d'un professionnel.

[Etablyclette – Atelier associatif & professionnel d'auto-réparation de vélos](#)

**ECODAIR** → Entreprise solidaire

[Entreprise sociale et solidaire – Reconditionnement informatique solidaire \(ecodair.org\)](#)

L'équipe se compose de travailleurs et de salariés travaillant en ESAT (80% en situation de handicap). Elle comprend également la Direction, les équipes commerciales, digitales et de production et les fonctions supports (équipes sociales, développement, communication, ressources humaines, informatique, administratif et finances). L'équipe assure [la collecte de parcs informatiques, le reconditionnement du matériel](#)

**L'ASSOCIATION REJOUETS →** Pour trier, contrôler, réparer, nettoyer des jeux et jouets récupérés dans différents lieux de collecte. 60 à 70 % d'entre eux sont revalorisés grâce à l'équipe de l'atelier de réparation. Ces jouets sont ensuite revendus en boutiques. [À Cérences, ces réparateurs bénévoles sont au service de l'association Rejouets \(ouest-france.fr\)](#)

**RÉSEAU ENVIE →** Grâce à ses salariés en parcours d'insertion professionnelle, le réseau Envie a développé de nombreuses activités dont le dénominateur commun est l'économie circulaire. À travers la collecte et la valorisation des déchets, ainsi que la rénovation et la réutilisation des équipements électriques et électroniques, Envie participe depuis 1984 à la limitation des déchets et contribue à faire changer les modes de consommation.

- ♦ **2 187 salariés** en insertion dont plus de 68% d'entre eux retrouvent un emploi ou une formation chaque année.
- ♦ **52 entreprises** d'insertion implantées dans toute la France, et qui favorisent les activités économiques locales.
- ♦ **+ de 108 000 appareils rénovés** chaque année, remis en vente avec une extension de garantie.
- ♦ **+ de 164 000 tonnes de déchets** électriques et électroniques collectés, soit près d'un tiers du marché français.

## 2. LES REPARATEURS BÉNÉVOLES

**Donner une seconde vie aux équipements ménagers, électroniques, de jardin, ...**

**Associations qui permettent :**

- **De réparer gratuitement** : vêtements, meubles, appareils électriques, bicyclettes, vaisselle, objets utiles, jouets, etc.
- **D'apporter une assistance avec des experts bénévoles** (électriciens, couturières, menuisiers, réparateurs de bicyclettes, réparateurs d'ordinateurs, de tél portables, etc. ...) à tous publics.

**ECOSYSTEM** → est un éco-organisme, (entreprise d'intérêt général à but non lucratif), agréé par les pouvoirs publics. Ecosystem oeuvre à l'allongement de la durée de vie des équipements ménagers électriques et électroniques en soutenant la réparation et le réemploi. Ecosystem assure leur recyclage quand ils sont devenus des déchets, ainsi que celui des équipements professionnels, des ampoules et des petits extincteurs usagers, ...

[Donner une seconde vie à mes équipements électriques | ecosystem](#)

**BENEVOLT** → facilite la rencontre des bénévoles et des associations.

1 Benevolt s'adresse à toute personne majeure, diplômée ou non, active, [retraîtée](#), au foyer, [étudiante](#) qui a envie de vivre une expérience utile par le bénévolat.

2 Benevolt s'adresse à toute association qui considère le bénévolat comme une expérience humaine enrichissante, désireuse de s'ouvrir à de nouveaux bénévoles.

[Faire du bénévolat en Bricolage et Réparation \(benevolt.fr\)](#)

**LA DÉPANNETTE** → propose des après-midis “ateliers café-réparation”. Cette démarche alternative accompagnée par l'association [REJOUETS](#), permet de lutter contre l'obsolescence programmée des équipements d'aujourd'hui. A travers des ateliers gratuits et grand public, *La Dépannette* vise à réduire les déchets, préserver l'art de réparer des objets et transmettre des connaissances en bricolage. Les ateliers sont ouverts aux adultes et enfants, ils réunissent 30 à 40 personnes par session.

[La Dépannette recherche des réparateurs bénévoles – Ville de Granville \(ville-granville.fr\)](#)

**« REPAIR CAFE » ➔** En plus des Pays-Bas, il existe des « Repair Café » en Belgique, en Allemagne, en France, au Royaume-Uni, aux États-Unis et dans des dizaines d'autres pays à travers le monde. Le Repair Café est même arrivé en Inde et au Japon !

En France : Andernos-les-Bains, Antibes, Nice, Paris, Saint-Egrève, Valbonne, Vauréal ...Orsay, ...

- ✓ **2 822 « Repair Café » dans le monde, dont 2442 en Europe, 351 en France, plus de 60 en RP**
- ✓ **42 330 Estimations du nombre de bénévoles impliqués (15 bénévoles en moyenne par « Repair Café »)**
- ✓ **420 000 kilos de déchets ont pu être évités avec 2 000 « Repair Café »** (lors d'1 réunion par mois, environ 25 objets sont examinés avec un taux de réparation effective de 70 %).
- ✓ **10 000 tonnes d'émissions de CO2 sont évités.**

**« Repair Café » : ne jetez plus ! Réparons ensemble !**

Appareils électroménagers, meubles et autres équipements du quotidien... Dans notre société d'hyperconsommation, l'habitude de réparer les objets endommagés s'est perdue. Il y a très peu d'objets totalement irréparables. C'est là que les « Repair Café » entrent en jeu. Jeter ? Pas question ! Des bénévoles aux compétences multiples vous aident à démonter, trouver la panne et remonter vos appareils.

**Pour se lancer dans l'aventure, un kit de démarrage contient l'essentiel des informations et des supports de communication nécessaires :**

- *Un dossier d'information*
- *Le logo officiel sous différents formats pour faire la promotion de votre rencontre*
- *Des affiches et prospectus à compléter*
- *Des formulaires d'inscription et d'évaluation*
- *Des écriteaux et des affiches pour l'organisation matérielle le jour J*
- *Une proposition de souscription à l'assurance partenaire du réseau Repair Café*
- *Le référencement de votre évènement sur le site officiel international*

**L'initiative doit être solidaire et non commerciale pour pouvoir utiliser l'appellation officielle Repair Café.**

Les évènements Repair Cafés mettent en valeur l'ensemble de la filière, **y compris les réparateurs professionnels**, puisqu'ils éveillent une attention nouvelle sur la réparabilité des objets et des équipements divers du quotidien.



## **DISCUSSION : QUESTIONS POUR UNE STRATEGIE**

1. **Marché est-il très important en volume, en valeur et en forte progression ?**
2. **« Repair Café » d'Orsay repose-t-il sur très peu de personnes actives ?**
3. **Est-il vécu comme un club d'amis par la majorité ?**
3. **Ses Adhérents sont-ils satisfaits de leur(s) association(s), lesquelles ?**
4. **Ses adhérents ont-ils la volonté d'évoluer ?**
5. **Sont-ils motivés pour participer au développement du « Repair Café » d'Orsay ?**
6. **« Repair Café » a-t-il des contraintes (associatives, structurelles, économiques, d'équipement, financières, ...) ?**

## 7. Au regard du marché potentiel, « Repair Café » ne devrait-il pas :

### Trouver des ressources tout en préservant l'éthique du bénévolat ?

- Pour mieux s'équiper (matériels outils, ...)
- Pour trouver des locaux mieux adaptés (superficie, disponibilité, situation géographique, ...)
- Pour permettre aux Adhérents réparateurs de recevoir des frais
- Pour trouver de nouveaux réparateurs bénévoles
- Pour former les réparateurs bénévoles et par extension les jeunes
- Pour mieux communiquer (campagnes auprès du public)
- ...

### Réorganiser, structurer l'association ?

- En fonction de ses ressources (compétences, disponibilités, moyens, ...)
- En fonction de la demande (types de services, présences géographique, profil des demandeurs...)
- ...

### 3 Adapter l'offre des services aux attentes du public ?

- Segmentation plus rigoureuse (recentrer les compétences sur les cœurs de cibles)
- Services associés (ex : déplacements sur site, ...)
- Une charte de qualité pour rassurer le public (profil des intervenants, moyens et méthodes de travail, ...)
- Un coût minime selon la réparation et le profil des usagers
- ...

## Des réparations réalisées par des bénévoles peuvent-elles faire l'objet d'un coût à payer par les bénéficiaires ?

**Services gratuits :** Certaines organisations à but non lucratif ou bénévoles offrent ces services gratuitement aux membres de la communauté, en particulier aux personnes âgées, aux personnes à faible revenu ou aux personnes ayant des besoins particuliers. Dans ce cas, les bénévoles offrent leur temps et leurs compétences de manière entièrement bénévole, et les bénéficiaires ne paient rien.

**Services à tarif réduit :** Dans d'autres cas, l'organisation peut demander aux bénéficiaires de contribuer financièrement, mais à un tarif réduit par rapport à ce qu'ils paieraient normalement pour des services professionnels. Cela peut aider à couvrir les coûts des matériaux et de l'organisation elle-même.

**Services à tarif complet :** Il existe également des organisations où les bénéficiaires paient le coût complet des matériaux et des services, mais les travailleurs sont toujours des bénévoles. Cette approche peut être utilisée pour financer l'organisation et garantir la disponibilité continue des services.

**Combinaison des options :** Parfois, une organisation peut offrir une gamme d'options en fonction des ressources financières des bénéficiaires. Par exemple, ceux qui peuvent se permettre de payer le feront, tandis que ceux qui ne le peuvent pas recevront les services gratuitement ou à un tarif réduit.

*Lors de la mise en place de tels services, il est essentiel de définir une politique claire de tarification, transparente et équitable. Les facteurs tels que le budget de l'organisation, les besoins de la communauté et les ressources disponibles devraient tous être pris en compte dans la prise de décision. Il est également important de tenir compte des réglementations locales et des lois sur la fiscalité des organisations à but non lucratif lors de la fixation des tarifs, le cas échéant.*

## Comment financer une association de services de réparation réalisée par des bénévoles ?

**Dons privés :** Sollicitez des dons financiers de la part de particuliers, d'entreprises locales et d'autres organisations.

**Subventions gouvernementales :** Subventions disponibles auprès des gouvernements locaux, régionaux ou nationaux.

**Fondations et organismes de bienfaisance :** Fondations privées ou organismes de bienfaisance qui financent des initiatives communautaires.

**Dons en nature :** Dons en nature, tels que des outils, équipements, etc., de la part d'entreprises locales ou de particuliers.

**Parrainages d'entreprises :** Collaboration avec des entreprises locales pour obtenir des parrainages.

**Collectes de fonds :** Organisation d'événements de collecte de fonds, tels que des ventes de garage, des loteries, des dîners-bénéfice, des courses caritatives.

**Services payants :** Proposez des services de réparation payants pour ceux qui ont les moyens de payer. Les fonds générés à partir de ces services peuvent contribuer à financer les réparations gratuites pour les personnes dans le besoin.

**Partenariats communautaires :** Établissez des partenariats avec d'autres organisations communautaires, des églises, des centres communautaires ou des écoles pour obtenir un soutien financier ou logistique.

**Crowdfunding en ligne :** Utilisez des plateformes de financement participatif en ligne pour collecter des fonds auprès d'un large public. Présentez votre projet de manière convaincante et offrez des récompenses aux contributeurs.

**Adhésions et cotisations :** Invitez les bénévoles et les membres de la communauté à adhérer à l'association en payant des cotisations annuelles.

**Fonds de développement durable :** Créez un fonds de développement durable où une partie des dons ou des revenus générés est investie pour générer un revenu à long terme pour l'association.

# DEMARCHE POUR UNE STRATEGIE

## Si le « Repair Café » d'Orsay souhaite changer sa stratégie, il va falloir :

### 1. Choisir un ou plusieurs modèles économiques, relevant :

- ✓ de l'économie de la fonctionnalité (*exemple : substituer la valeur d'usage à celle de la propriété, ...*)
- ✓ de l'économie circulaire (*optimiser l'utilisation des ressources à toutes les étapes du cycle de vie*)
- ✓ de l'économie collaborative (*mode de consommation basé sur le partage, l'échange et la mutualisation de biens et de services*)
- ✓ de l'économie contributive (locale) en open source (*création de valeur dédiée au bien commun*)
- ✓ des modèles inclusifs (*modèle qui crée de la valeur pour les communautés à faible revenu en les intégrant dans la chaîne de valeur*)
- ✓ de l'entrepreneuriat social (*consiste à résoudre un problème social et créer un changement positif.*)

### 2. Élaborer un modèle économique structuré autour de 3 gros blocs :

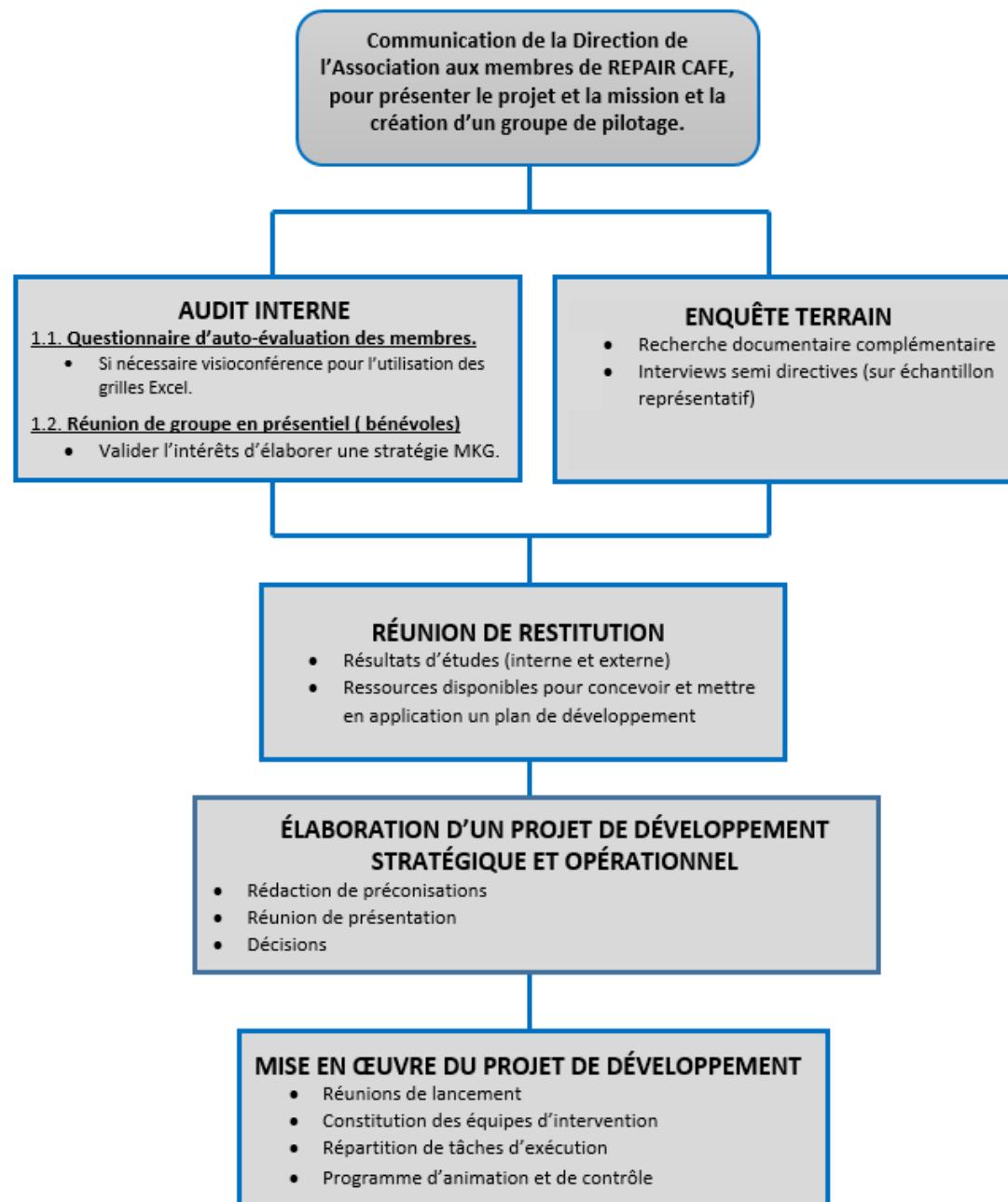
#### 2.1. la création de valeur = quelle est la valeur que je crée ? (matérielle ou immatérielle)

Exemple : déterminer une offre de services par rapport :

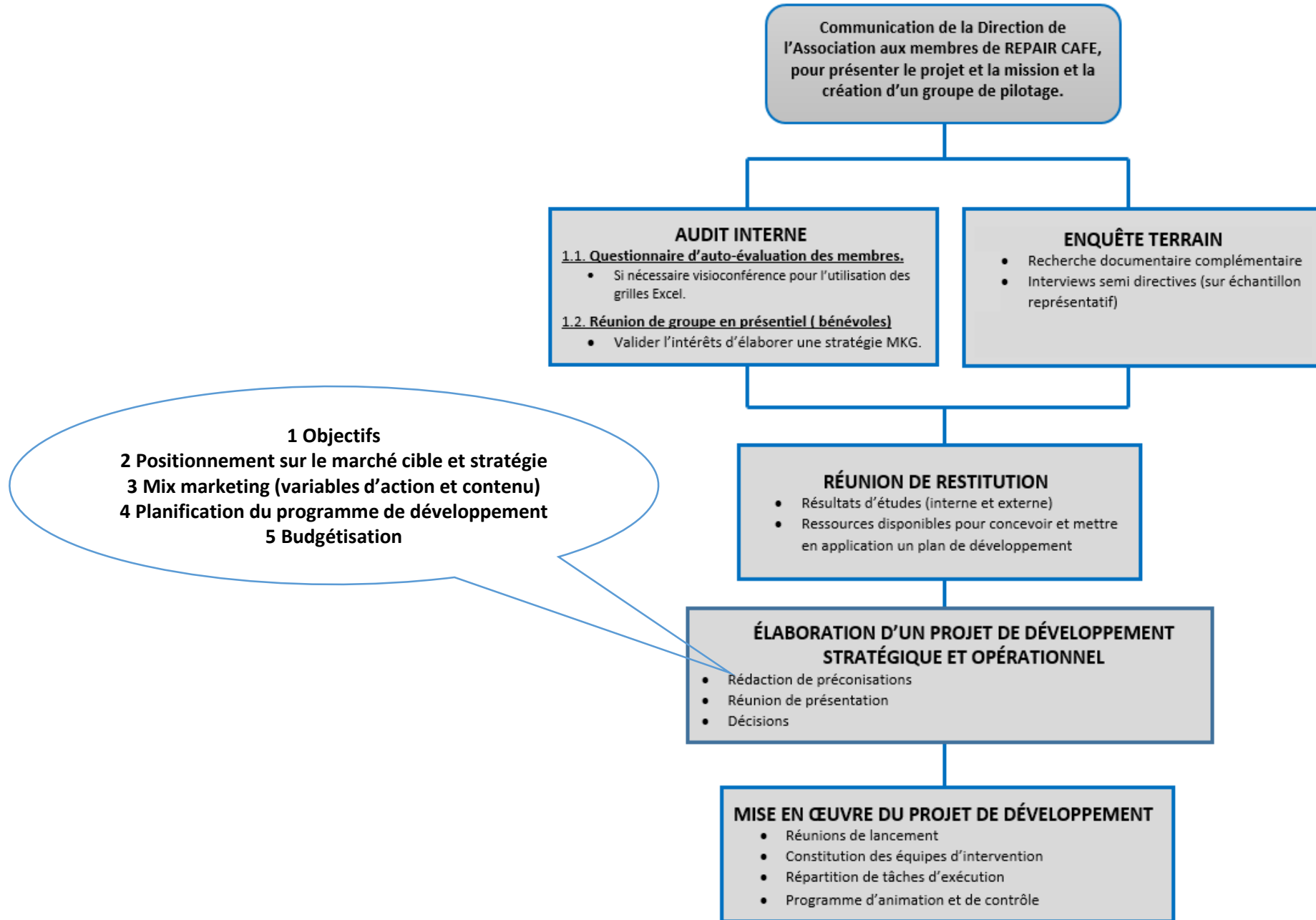
- aux demandes des utilisateurs locaux,
- aux moyens structurels, financiers, humains...,
- aux objectifs du « Repair Café » d'Orsay,

#### 2.2. la distribution de la valeur = comment je la rend disponible pour mes bénéficiaires ? (*produits, services*)

#### 2.3. la capture de la valeur = comment je paye, je rémunère, j'investis ? (modèle de revenus)







Réunion marketing du 15 septembre 2023



