

La nouvelle jeunesse de la Marque de certification NF Ameublement

C'est dans le cadre prestigieux de l'Ecole Boulle que la marque de certification NF Ameublement renouvée a été lancée le 11 octobre 2012.

Mais à 60 ans, quelles sont les raisons de ce changement ?

Toute une méthodologie a été appliquée pour arriver à cette rénovation, réussie et appréciée par ce marché pourtant si chahuté actuellement.

Un peu d'histoire

La marque NF Ameublement, tout comme le FCBA a été créée en 1952 et a donc fêté ses 60 ans en 2012.

Fort de cette longévité plutôt rare dans notre société actuelle où tout va très vite, elle bénéficie d'une forte notoriété auprès des consommateurs. En effet, quand on évoque la marque NF, chacun d'entre nous pense à ce logo rencontré sur une gazinière par exemple et qui est instinctivement synonyme de sécurité. Une étude, réalisée auprès de 1000 consommateurs par l'IFOP en 2009, a d'ailleurs montré que la marque NF bénéficie d'un taux de notoriété de près de 85% auprès de nos concitoyens.

Au cours de ces 60 ans d'existence, la marque NF Ameublement est apparue dans les multiples éditions des salons du meuble avec son propre stand mais aussi sur les stands des entreprises titulaires. Les couloirs du métro permettant l'accès à la porte de Versailles ont notamment été recouverts d'affiches NF durant une édition du salon du meuble.



La marque NF Ameublement s'affiche dans le métro

Des invités prestigieux ont été reçus sur le stand de la marque NF, le Premier Ministre Raymond BARRE. Des campagnes radio furent réalisées par notre célèbre André GUIGNARDON, et avec la complicité d'Alain GILLOT-PETRE et d'autres encore...



La satisfaction qu'éprouve visiblement le Premier Ministre à présenter aux photographes le Guide du Négociant NF montre bien l'intérêt que porte le Gouvernement à la promotion des marques de qualité dans l'ameublement.

De g. à dr. : MM. PETETIN — FOURRIER — BARRE — HAYS-NARBONNE — QUIQUANDON — LECOINTE.

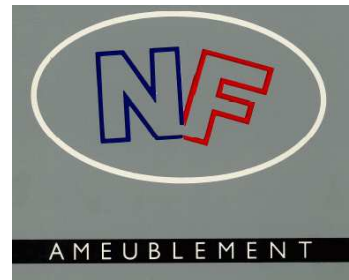
Raymond BARRE en visite sur le stand NF

NF Ameublement, pourquoi rénovée ?

Historiquement, la marque NF, tout comme le marché du mobilier domestique, était segmenté en 3 applications : le mobilier de cuisine et de salle de bain, le siège et les canapés, et le mobilier de chambre à coucher et salons.

Or au fil du temps, cette segmentation a progressivement disparu car de nos jours, le consommateur recherche avant tout une ambiance et non un produit seul. En conséquence, les fabricants de sièges se sont mis à vendre la table basse qui va avec ... Les fabricants de cuisine se sont mis à vendre les sièges et les tables qui vont avec... Bref, les barrières sont progressivement tombées pour ne parler finalement que de l'univers ameublement domestique et la marque NF Ameublement s'est adaptée à cette évolution.

Par ailleurs, en termes de niveaux d'exigence, historiquement la marque NF avait 1 niveau de qualité. Dans les années 2000, 3 niveaux (Référence, Exigence et Prestige). Aujourd'hui on revient à nouveau à 1 seul niveau, pour une meilleure compréhension.



Anciens logos NF Ameublement

Cette décision a été prise dans un souci de simplification du message pour le consommateur final. L'idée étant qu'à prix égal, si le consommateur hésite avant son acte d'achat, le fait d'être NF, c'est-à-dire de qualité cautionnée par un organisme indépendant, peut le rassurer et le faire décider d'acheter un meuble NF.



La mutation de la marque NF Ameublement

La méthodologie utilisée pour rénover la marque

Pour mieux cerner les nouvelles attentes des consommateurs, la marque NF Ameublement a fait réaliser des études sociologiques sur un panel représentatif de personnes ayant récemment acheté un meuble. Le but était de mieux comprendre pourquoi ces consommateurs ont acheté un meuble plutôt qu'un autre et de faire évoluer la marque NF Ameublement afin de coller au plus près à ces nouveaux besoins.

Ainsi, ces études ont montré que les consommateurs d'aujourd'hui souhaitent pouvoir acheter **en toute transparence** :

- **un meuble efficace**

Ex : une étagère doit supporter le poids d'un livre, un siège doit correctement maintenir le poids du corps, une porte de placard doit bien fermer

- **un meuble résistant et qui vieillit bien dans le temps**

Ex : les charnières doivent fonctionner et résister longtemps, les finitions ne doivent pas s'abîmer avec le temps, un couchage doit conserver ses qualités de confort, un meuble doit être démontable et remontable plusieurs fois

- **un meuble respectueux de la santé des utilisateurs**

Ex : les meubles ne doivent pas risquer de blesser les utilisateurs, ne doivent pas comporter de composants dangereux au toucher ou à l'inhalation

Ex : les meubles doivent utiliser des matériaux renouvelables, comme du bois issu de forêts gérées durablement, ou encore issu du recyclage
(Sources : études sociologiques SocioVision 2009, CREDOC 2011)

Tirant les enseignements de ces études, les fabricants titulaires de la marque NF Ameublement, ont lancé en coordination avec le FCBA une nouvelle version de la marque en octobre 2012 avec un discours et une image simplifiée en vue d'apporter une réponse claire et complète à ces nouvelles attentes des consommateurs.

Pour cela, un référentiel unique « Ameublement Domestique » avec un seul niveau d'exigence a été créé. **La marque a conservé les critères fondamentaux relatifs à la résistance, à la sécurité, et à la durabilité** auxquels les produits doivent répondre en subissant un programme d'essais.

	<p>Par rapport à la solidité</p> <p>Surcharge d'un meuble de rangement : simulation d'un meuble de cuisine surchargé de piles de verres et d'assiettes</p>
	<p>Par rapport à la sécurité</p> <p>Essai de choc de verre en partie basse : simulation d'un enfant venant frapper en partie basse</p>
	<p>Par rapport à la résistance à l'usage</p> <p>Essai de vérification du collage d'une porte polymère à 70°C : simulation d'une porte située proche d'un four</p>
	<p>Par rapport à la résistance à l'usage</p> <p>Essai sur les accotoirs d'un siège : simulation d'une personne qui se relève en s'appuyant sur les accotoirs</p>

Exemple d'essais effectués

Et cinq nouveaux critères liés à la santé et à l'environnement ont été intégrés :

1. interdiction d'utiliser des essences de bois provenant de sources illégales
2. utilisation de panneaux à teneur en formaldéhyde limité
3. emploi d'emballage utilisant des matériaux facilement recyclables et/ou issus de ressources renouvelables
4. informations à fournir à l'utilisateur (aptitude à l'emploi, l'entretien du mobilier, la fin de vie du meuble...)
5. teneur limitée en métaux lourds (plomb, cadmium, mercure, cuivre, arsenic ...)

Quelle est la différence entre NF Ameublement et NF Environnement ?

NF Environnement-Ameublement est une marque jeune (1998 - 15 ans d'existence) prouvant l'excellence d'un produit en termes d'environnement. Elle prend en compte l'ensemble de cycle de vie du produit (la fabrication, les matériaux utilisés)

NF Ameublement est une marque plus ancienne (1952 - 60 ans d'existence) et également d'excellence, mais en termes de caractéristiques produit. Elle vise à répondre au mieux à toutes les attentes des consommateurs comme l'environnement, la santé, voir d'autres critères qui pourront être introduits par la suite (le sociétal ... etc.)

Chacune de ces deux marques a un positionnement spécifique : NF Ameublement est plus généraliste alors que NF Environnement-Ameublement est spécialisée dans l'environnement.

Il y a pour l'heure deux positionnements marketing, mais une fusion ou une hiérarchisation ne sont pas exclues dans les années à venir.

Quelle charte graphique ?

Bénéficiant d'une telle notoriété, il a été convenu de ne pas modifier fondamentalement le logo, mais de le faire évoluer dans la continuité.

Celui-ci est basé sur la nouvelle charte graphique de l'AFNOR, il se veut épuré et plus simple. On note le « certifié par FCBA » qui se porte garant du message transmis, en réponse à tous les labels maisons ou auto-déclarations de qualité.

C'est pourquoi, la symbolique du sceau a été retenue pour mettre en avant le leitmotiv de la marque NF Ameublement : « Ce qui est dit, est vrai ! ».

Le logo rénové retenu est le suivant :



Intérêts portés par les fabricants

L'intérêt porté à cette marque est important, puisqu'à ce jour elle comporte 22 titulaires, et on compte une quinzaine de prospects potentiels. Les prescripteurs et distributeurs s'y intéressent également. La dynamique est créée et demande à être soutenue en multipliant les actions collectives de communication, les rencontres pour rendre encore plus visible la marque. Il est à noter qu'en vue de toucher le

consommateur final, le site internet de la marque www.nf-ameublement.com va être complètement rénové pour une mise en ligne durant l'été 2013.

ALLIA	
BLOC MIROIR	
DELPHI, DELPHA UNIQUE, DOMACTIS, MOBALPA, PERENE, SOCOO'C, EMPREINTE, INFLUENCES	
JANDRI	
SANIJURA, JACOB DELAFON	
JACQUES LELEU COLLECTION, BUROV, WHO WHY	
NEOVA, PYRAM	
SCHMIDT, CUISINELLA	
SCIAE	
GIRARDEAU	
WM88	

Exemples de Marques commerciales ayant des produits certifiés NF Ameublement à ce jour.

Et après ?

Si à 60 ans NF Ameublement est toujours jeune, c'est parce qu'elle est bien dans cette dynamique : elle doit évoluer en permanence. Les révisions se font en fonction de l'évolution des usages des consommateurs, de la mise à jour des normes, et par anticipation de contraintes qui pourraient être réglementaires demain.

C'est tout le travail au quotidien d'une équipe...



L'équipe Evaluation - Certification Ameublement Domestique
du FCBA

Pour en savoir plus

www.nf-ameublement.com

Contact :

Pierre CORLOSQUET

Responsable de la marque NF Ameublement

Tél. 01 40 19 80 95

pierre.corlosquet.@fcba.fr

FCBA – Pôle AMEUBLEMENT

10 avenue de St Mandé, 75012 Paris



INSTITUT TECHNOLOGIQUE