

LE PARCOURS D'INNOVATION DE WOOLCONCEPT EN BREF

ENTREPRISE

Nom

Paul Zanzen SA - marque
Woolconcept

Domaine d'activités

Construction - isolation de
toiture, production de pan-
neaux biosourcés

Localisation

Liège

Site web

woolconcept.be

Représentant

William Zanzen

ÉQUIPE PROJET DE L'ACCOMPAGNEMENT

Coordination

Zoé Drion, Wallonie Design

Expertise design

Studio HIER

Expertise business

Pauline Pötgens, EKLO

Expertise technique

Walotex

Situation de départ de l'entreprise

PAUL ZANZEN S.A. est une entreprise qui réalise des toitures et charpentes, des constructions en ossature bois et la pose de châssis. Sous la marque Woolconcept, l'entreprise commercialise des produits isolants (sols, murs et toitures) en laine de mouton régionale.

Ambition de l'entreprise

Développer des produits à plus haute valeur ajoutée, en s'appuyant sur les différentes caractéristiques de la laine : isolation thermique et acoustique, filtration de l'air, régulation de l'humidité, biodégradabilité...

Freins

La laine est un isolant thermique alternatif plus cher les isolants pétrosourcés. Pour pouvoir rendre la laine rigide et en faire des panneaux, il faut la mélanger avec une autre matière - le polystère. De plus, la marge est faible pour des produits d'isolation thermique en laine.

Apports des expert-es

- Analyse du marché et la concurrence pour les produits à base de laine de mouton ;
- Analyse des techniques de fabrication utilisées pour produire ces produits ;
- Recherches d'applications possibles pour ces produits dans le secteur de l'aménagement intérieur et de la construction ;
- Étude de marché des tendances pour les panneaux d'isolation biosourcés visibles ;
- Exploration des techniques de rigidification du produit ;
- Exploration des aspects de personnalisation pour l'appropriation par les clients (techniques de coloration, nuancier, travail sur la surface et l'assemblage) ;
- Prétotypage et tests acoustiques.

Plus-value de l'accompagnement pour l'entreprise

L'accompagnement lui a permis de prétyper des panneaux acoustiques visibles et de sonder le marché. L'entreprise a pu ainsi aller plus loin dans sa démarche de repositionnement de produits en laine à plus haute valeur ajoutée (passer d'un produit avec laine invisible à un produit où elle est visible).