

66 ... co-crédation de valeur

Perruchoud Antoine, prof. HES-SO Valais, Responsable Institut Entrepreneuriat & Management

Comment passer d'un client simple consommateur à un client actif, co-crédateur d'un produit ou d'un service ? Prenons le cas de la « pomme bio » pour illustrer la relation qui existe entre un client et son produit.

Depuis plusieurs années, le bio a le vent en poupe. Le nombre de nouvelles entreprises agricoles qui ont rejoint Bio Suisse a doublé par rapport à l'année précédente. Le Valais est très présent dans ce secteur. En effet, BioFruits à Conthey produit les 2/3 des fruits bios indigènes consommés en Suisse (66%).

Analysons le comportement d'un client face à l'achat d'une pomme. Si l'on parle de sa relation avec son produit, on peut se poser cette question : Est-ce l'offre qui crée la demande ou la demande qui crée l'offre ?

Dans ce contexte on identifie 3 types de comportements client :

- 1) le client « consom'acteur » qui fait pression pour trouver une pomme bio, de proximité dans les étals des grandes surfaces.
- 2) le client qui souhaite personnaliser sa pomme. C'est désormais possible grâce au nouveau procédé de gravure de logos et autres slogans sur une pomme, proposé par BioFruits.
- 3) le client qui souhaite « co-crédé » sa pomme. Comment ? En devenant co-

propriétaire d'un jardin fruitier et en acceptant de participer à certaines étapes clés du processus comme la taille ou la cueillette.

Ces concepts de fruits bios de proximité (www.raslafraise.com), de co-crédation de produits comme des montres (www.121time.com), des PC (www.Dell.com) ou encore des T-Shirts (www.Inkonito.ch) surfent avec la tendance de la communauté sur internet. On assiste aussi à l'émergence de sites de « Crowdsourcing » (littéralement « l'approvisionnement par la foule ») comme Innocentive.com au niveau international ou encore Atizo.com, une start-up bernoise. L'objectif est d'impliquer la foule, qui peut être représentée par des clients, des partenaires, voire même des employés, afin d'innover ou au moins de générer de nouvelles idées, tous ensemble.

Quels sont les profils de ces consommateurs co-crédateurs ?

- le co-crédateur malgré lui: le modèle IKEA, à vous de terminer le montage de vos meubles.
- le co-crédateur fan: le modèle Lego, les fans proposent des innovations à Lego.
- le co-crédateur investisseur: le modèle MyMajorCompany, devenez co-producteur de musique ! Le chanteur français Grégoire fut le premier artiste produit par le public en France grâce à ses 347 producteurs sur MyMajorCompany.

Pour terminer, l'Institut Entrepreneurship & Management de la HES-SO Valais, en collaboration avec la Marque Valais, vous propose un challenge pratique de co-création sur i-Brain, une plateforme web favorisant l'innovation par la génération d'idées en mode « communautaire » et qui compte déjà plus de 1'200 membres.

Pour proposer un maximum d'idées, rendez-vous sur www.hevs.ch/iem. L'objectif est d'impliquer une région dans la création d'objets à l'effigie du Valais. Vos idées seront ensuite évaluées et récompensées dans le courant de l'été. Les objets sélectionnés au final seront commercialisés à large échelle, et leurs auteurs se partageront une prime de CHF 1'000.- en cash.

Ancré dans la HES-SO Valais, l'Institut Entrepreneurship & Management (IEM) est un institut de recherche reconnu pour ses compétences dans le développement d'outils de management novateurs. L'institut agit comme un catalyseur régional pour renforcer la capacité d'innovation, stimuler l'entrepreneuriat et améliorer la compétitivité du tissu économique et institutionnel.

Vous avez la possibilité de poursuivre cette discussion sur notre blog à l'adresse suivante :

www.hevs.ch/iem

