

L'Economie de Fonctionnalité

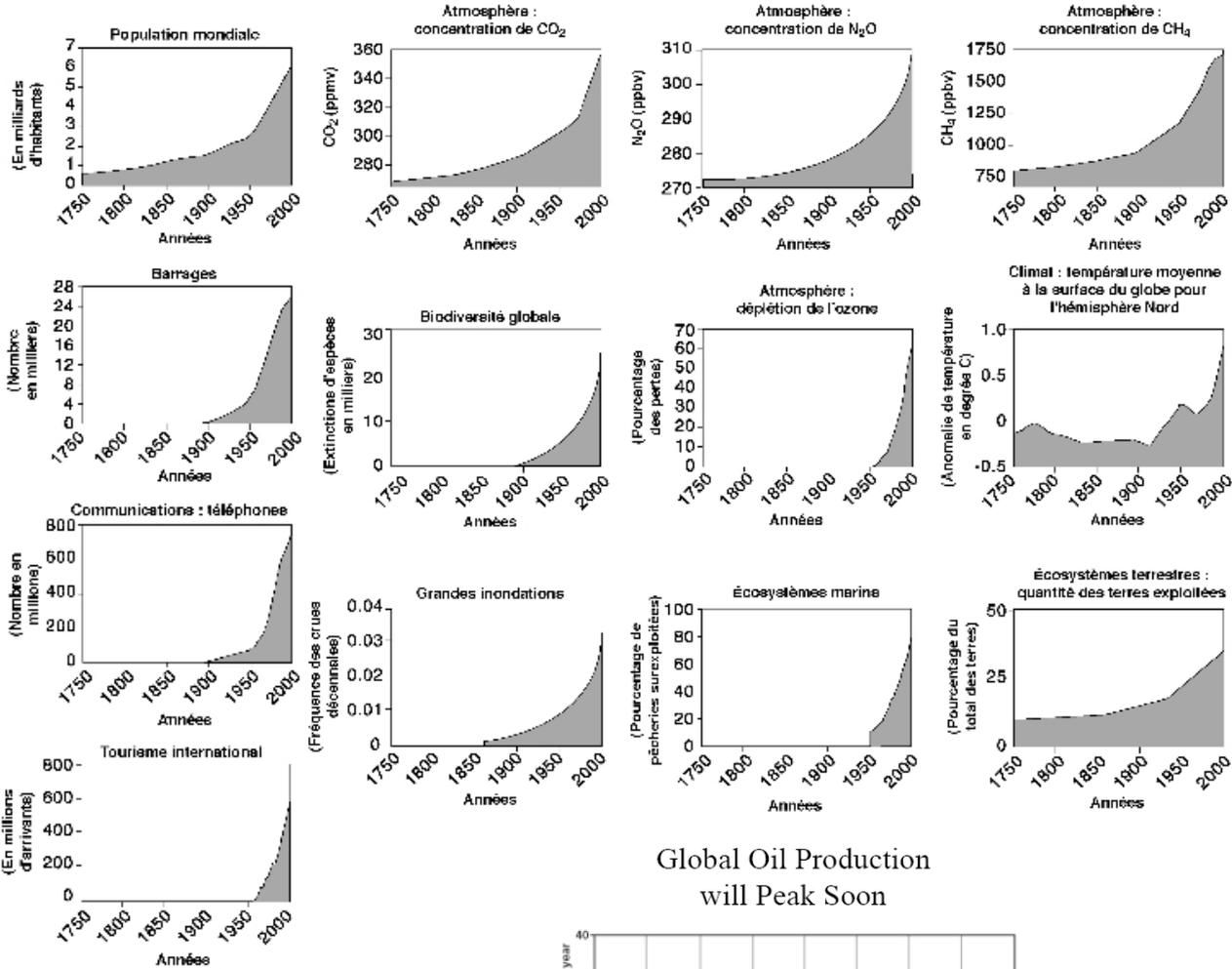
Vers un modèle d'affaires durable ?

Prof. Joelle Mastelic

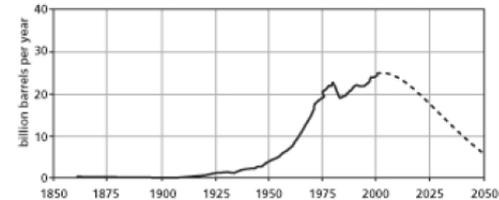
19 Mai 2011

Etat des lieux

Le taux de croissance des activités humaines depuis le commencement de la révolution industrielle est impressionnant. Ce taux devient à proprement parler exponentiel à compter des années 1950 dans quasiment tous les domaines. Cet état de choses permet d'illustrer à quel point les cinquante dernières années constituent une période de changement dramatique et sans précédent dans l'histoire humaine.



Global Oil Production will Peak Soon



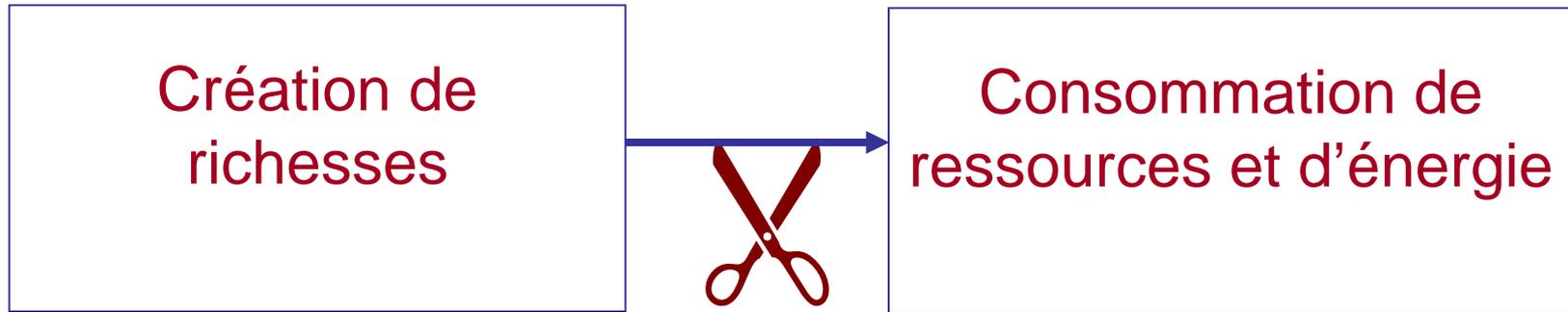
The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence:



It is to act with **yesterday's logic.**

(Peter F. Drucker)

Contexte : recherche d'un découplage entre



L'Economie de Fonctionnalité

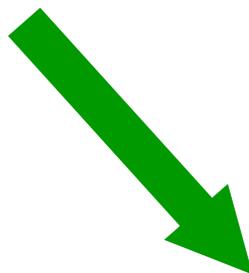
"La substitution de la mise à disposition d'un **bien**
par une prestation de **service**
pour laquelle le **chiffre d'affaires** est lié à

l'intensité d'usage

de ces biens par les clients."

Une piste de solution

D'un modèle d'affaires basé sur un volume de produits...



... vers un modèle d'affaires basé sur un taux de services

Mobility®

CarSharing
Schweiz • Suisse • Svizzera • Svizra



Best Price
For Lease



Fleet Solutions





HomeLink Est 1953
The home exchange people





ACCUEIL



PRODUIT



BLOG



SHOP

Pseudonyme

Mot de Passe

connectez-vous

Nouveau sur Ecowizz?

[Inscrivez-vous](#)

[Mot de passe oublié?](#)

soyez branché,
économisez!



COMMANDEZ MAINTENANT

PLUS D'INFO

Qu'est-ce que les consommateurs achètent ?



Différents niveaux

- **Orienté produit**



- **Orienté usage**



- **Orienté résultat**



Economie traditionnelle vs fonctionnalité



Economie traditionnelle

- Entreprise = créatrice de valeur
- Client = **destructeur** de valeur

- ↑ le nombre de produits vendus

- Propriété cédée au client :
Obsolescence programmée

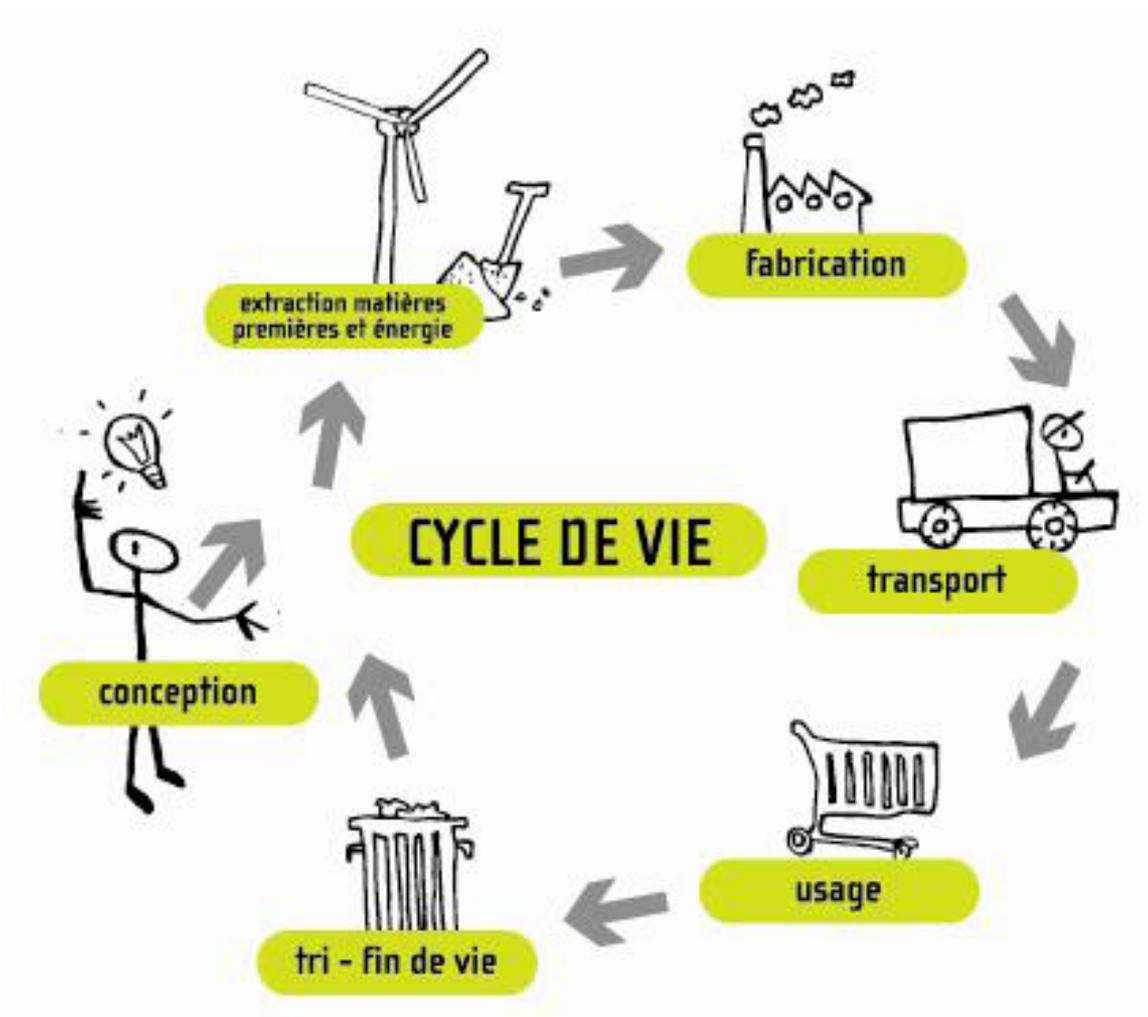
Economie de fonctionnalité

- Entreprise = fournisseurs de valeur
- Client = **utilisateur** de valeur

- ↑ le nombre de fonctions livrées

- Propriété reste au producteur :
Optimisation de la durée de vie

Fortes incitations à éco-concevoir les produits:

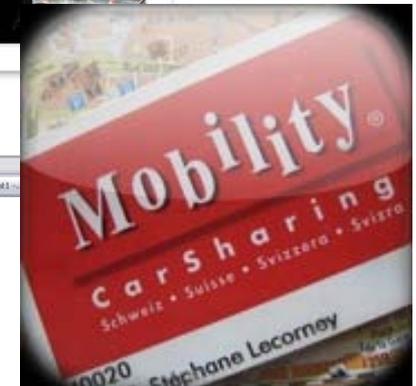
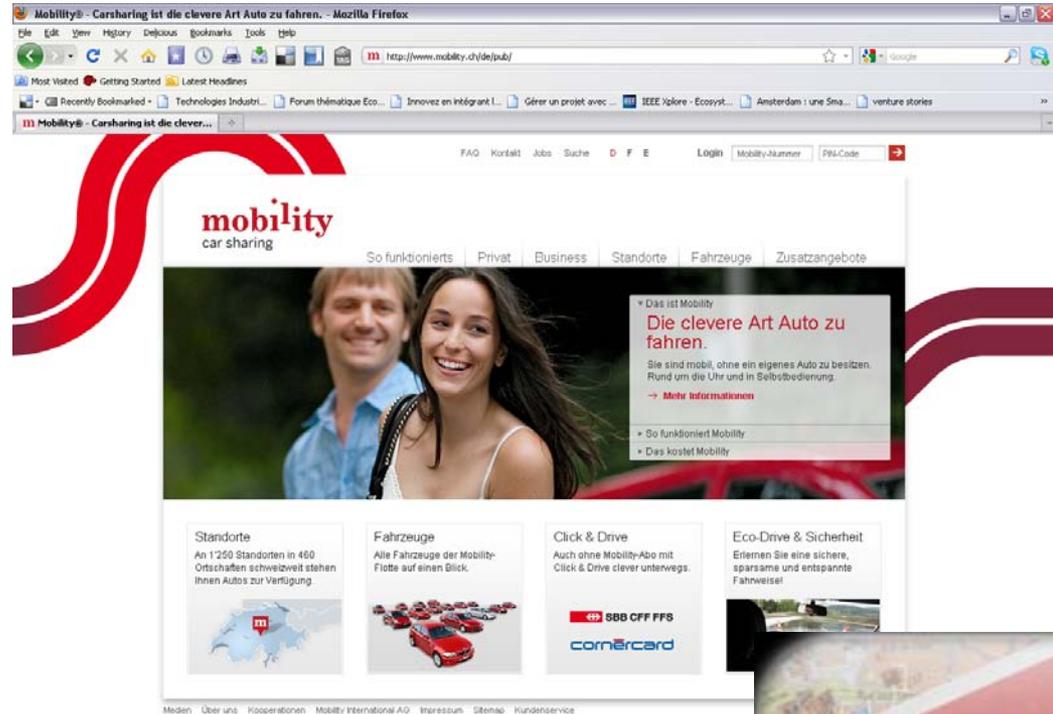
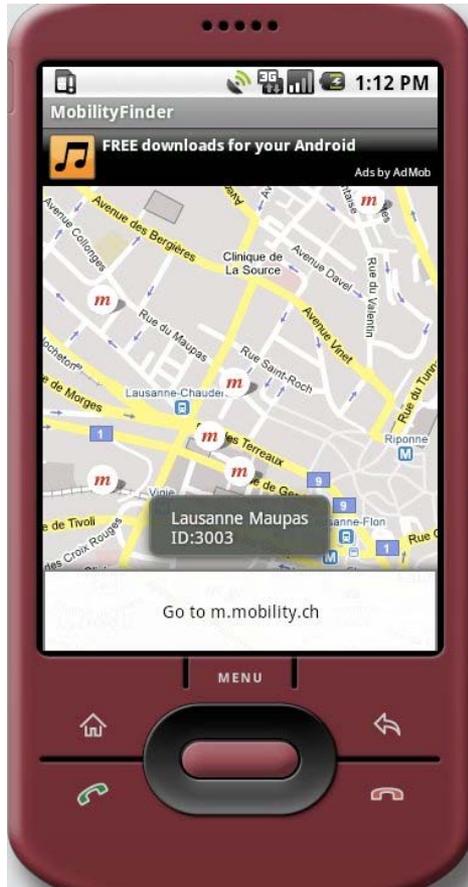


Implications

La confiance et le partage au centre du modèle.



Le rôle des technologies de l'information



27 mai 2011

Formation Continue d'une journée « Marketing Durable : La Boite à Outils du Manager »

- COMMENT CIBLER SES ACTIVITES MARKETING ?
- COMMENT DEVELOPPER DE NOUVEAUX PRODUITS ?
- QUELLE VALEUR TRANSMETTRE A SES CLIENTS ?
- COMMENT FACILITER SA DISTRIBUTION ?
- COMMENT COMMUNIQUER AU MIEUX SON OFFRE ?

CHF580.- la journée