



NIKIN

LE MARKETING À LA BASE DE LA PYRAMIDE

Plan

1) Introduction au concept BOP

2) Choix de l'entreprise

3) Présentation de Nikin

4) La durabilité chez Nikin

5) BOP : Analyse de la chaîne de production de Nikin

6) BOP : Analyse de la collaboration avec OneTreePlanted

7) Discussion



Introduction au concept BOP (1/3)

Annual Per Capita Income*	Tiers	Population in Millions
More Than \$20,000	1	75-100
\$1,500-\$20,000	2 & 3	1,500-1,750
Less Than \$1,500	4	4,000

(Prahalad & Hart, 2002)

1) En visant **la base de la pyramide** en tant que **clients**.

Le but est d'augmenter le niveau de vie en proposant des produits et services à prix abordables (une approche qui peut être critiquée pour plusieurs raisons).

2) En visant **la base de la pyramide** en tant que **producteurs**.

Le but est de créer des emplois et d'augmenter les revenus.

La littérature BOP propose d'améliorer la situation pour la base de la pyramide (tiers 4) avec **deux approches simultanées**:



Introduction au concept BOP (2/3)

Le tiers 4 en tant que nouveau marché cible:

(Prahalad & Hart, 2002; Schuster & Holtbrügge, 2012)

La base de la pyramide est un marché qui est **difficile à aborder:**



Les barrières les plus importantes sont;

- le **pouvoir d'achat** limité,
- le manque de **services financiers**,
- des **cadres institutionnels** inadéquats,
- une **infrastructure** insuffisante
- un manque d'**éducation**.

Critiques:
(Karnani, 2007)

1) **La taille de marché est discutables!**
*Combien y a-t-il de personnes au BOP?
Quel est leur pouvoir d'achat?
Quelle est la taille du marché?*

2) **Marché peu profitable!**
Marché de petite taille avec une forte sensibilité aux prix et des coûts d'approvisionnement très hauts.

3) Une augmentation de la consommation **ne change rien au problème!**
"Getting the poor to consume more will not solve their problem. Their problem is that they cannot afford to consume more."

4) Les **exemples donnés par Prahalad (2004) sont trop optimistes.**
Illusion d'une diminution des prix
Effets négatifs sur l'environnement
Effets négatifs pour le BOP



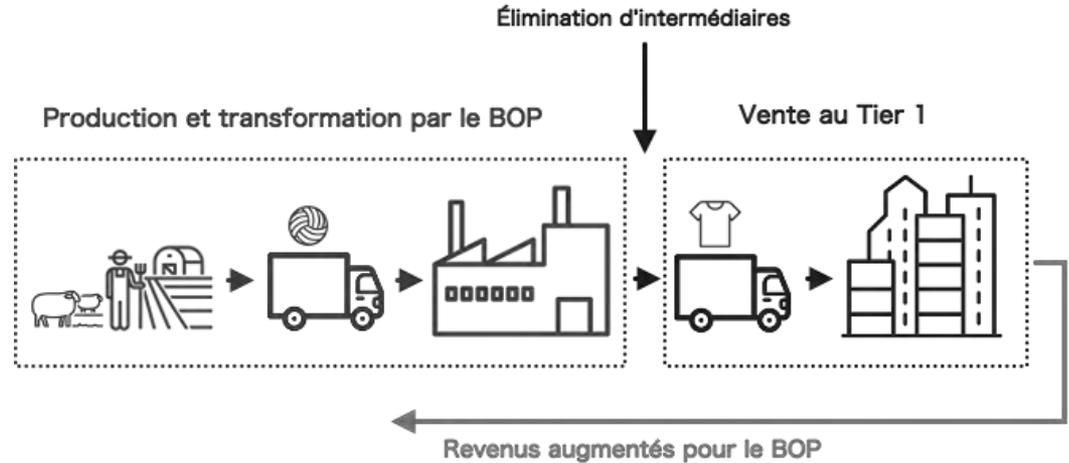
Introduction au concept BOP (3/3)

Le tiers 4 en tant que producteurs:
(Prahalad & Hart, 2002; Karnani, 2007)

"The poor often sell their products and services into inefficient markets and do not capture the full value of their output."

(Karnani, 2007)

Il faut donc créer des marchés efficients et davantage **inclure le BOP dans la chaîne de production** entière.



"secteurs intensifs en main d'oeuvre qui nécessitent peu de formation"
(trad. libre. Karnani, 2007)



Choix de l'entreprise



- **Intérêt suscité par les publicités** de Nikin qui ont mis en avant leur impact positif sur la nature.
- **Petite entreprise helvétique qui opère dans l'industrie du textile**
 - a) Une des industries les plus polluantes au monde
 - b) D'un point de vue social, l'industrie du textile profite de la misère sociale en imposant des heures supplémentaires obligatoires impayées, emploi d'enfants, humiliations, conditions insalubres, bas salaires, privations et violences.
- **Analyse des activités** qui semblaient pertinentes dans le cadre du cours et le concept BOP en particulier.



Présentation de Nikin

Nikin a été lancé à **Lenzburg, en Argovie**. L'entreprise a été fondée par Nicolas Hänni, un étudiant en business innovation et Robin Gnehm, un étudiant en design industriel.

Leur vision était d'élaborer une **marque de mode durable**.

Leur slogan **"Tree by Tree"** symbolise leur objectif et leur idée. NIKIN lutte contre la déforestation durable en plantant un arbre pour chaque produit vendu.

Depuis le début du concept, NIKIN a permis de planter plus de **500'000 arbres** en collaboration avec avec l'organisation environnementale renommée One Tree Planted.

Les projets de OneTreePlanted suivent une approche de triple bottom line. Leur concept est basé sur six piliers qui représentent les six principales avantages de la reforestation (air, eau, biodiversité, **impact social**, santé et climat).



La durabilité chez Nikin

Nikin a pour philosophie d'être une entreprise exemplaire en matière de durabilité.

Organisation du processus de productions pour minimiser l'impact environnemental et offrir de bonnes conditions sociales aux salariés tout en restant économiquement viable.

Les différents produits proposés nécessitent plusieurs matériaux qui ont tous été choisis pour leurs qualités en matière de durabilité :



Cotton:

Agriculture biologique (sans engrais chimique).
Minimisation des chemins de transport.
Label « GOTS » qui assure de bonnes conditions sociales aux employés.



Bambou:

Pousse rapidement.



Polyester:

Seul du polyester recyclé est utilisé.



Acrylique:

Apporte l'élasticité nécessaire à certains produits.
Durée de vie assez longue pour minimiser son impact négatif



Piñatex:

Remplace le cuir.
Sous-produit de la production d'ananas.



La durabilité chez Nikin

Déplacement de la production depuis l'Asie vers l'Europe de l'Est pour réduire les chemins de transport et pour pouvoir plus facilement imposer leurs conditions en matière de qualité et de conditions sociales.

A l'heure actuelle, les différents sites sont situés en Turquie, Bulgarie, Lettonie, Pologne et République Tchèque. Seules les « Treebottles » sont encore à ce jour produites en Chine.

Emballage: réutilisation dans la mesure du possible des cartons de retour des usagers et utilisation du papier recyclé et certifié FSC.

Livraison: l'objectif fixé est d'avoir une neutralité climatique. Pour cela, des suppléments sont payés aux entreprises de livraison qui seront versés pour différents **projets en faveur de l'environnement.**



BOP : Analyse de la chaîne de production de Nikin



Pourquoi ne font-ils pas plus dans ce qui concerne l'intégration du BOP dans leur chaîne de production?

- 1) Difficulté de contrôler les conditions sociales?
- 2) Chemins de transport plus longs?
- 3) Ressources et influences limitées?

→ ceci relève l'importance des **multinationales** dans l'intégration de la base de la pyramide dans plusieurs étapes de la production.



Produit	Pays de fabrication	Revenu net per capita (\$)
T-Shirt	Turquie	8253
Casquette	Bulgarie	7104
Chaussette	Lettonie	12357
Beanies	Pologne	11650
Treepacks	République Tschèque	15002
Treebottles	Chine	6568

(Nikin, 2020)

(World Bank, 2019)

Les produits sont **vendus en Suisse** (donc au tier 1 et 2).

Selon la littérature BOP, on peut donc critiquer que **Nikin n'a ni réinventé sa structure de coûts pour vendre à la base de la pyramide, ni relocalisé sa production pour créer des emplois pour la base de la pyramide.** C'est un domaine dans lequel ils pourraient clairement faire plus!

BOP : Analyse de la collaboration avec



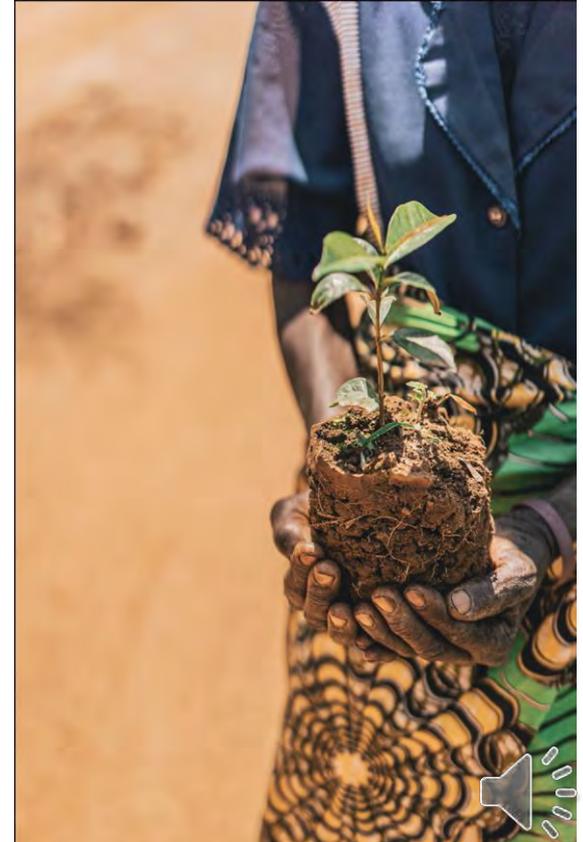
ONETREEPLANTED

Si Nikin ne s'engage pas pour le BOP avec leur produits, pourquoi n'avons nous pas choisi une autre entreprise?

La raison est que **Nikin s'engage de manière indirecte** pour la base de la pyramide à travers leur collaboration avec OneTreePlanted.

Cette collaboration est un exemple parfait pour le **rôle des ONG et des gouvernements** qui était mentionné, notamment par Karnani (2007).

Nous voyons dans cette collaboration un énorme potentiel concernant l'intégration de communautés locales dans la chaîne de production de Nikin même!



BOP : Analyse de la collaboration avec



ONETREEPLANTED



Discussion

Selon vous, quelle est la raison pour laquelle Nikin ne produit actuellement pas dans des pays à la base de la pyramide?

ou autrement:

Comment Nikin pourrait-elle davantage appliquer le concept BOP dans sa chaîne de production?



Sources

Littérature:

- Karnani, Aneel. (2007). *The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty*. California Management Review. 49. 90-111. 10.2307/41166407.
- Pralhad, Coimbatore & Hart, Stuart. (2002). *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. Strategy + Business. 26. 54-67. 10.19177/reen.v1e220081-23.
- Schuster, Tassilo & Holtbrügge, Dirk. (2012). Market entry of multinational companies in markets at the bottom of the pyramid: A learning perspective. International Business Review - INT BUS REV. 21. 10.1016/j.ibusrev.2011.09.007.

Sources primaires:

- Nikin. (2020). *Produktion*. <https://fr.nikin.ch/pages/produktion>. Consulté le 10.04.2020.
- Nikin. (2020). *Materialien*. <https://fr.nikin.ch/pages/materialien>. Consulté le 10.04.2020.
- World Bank. (2019). Adjusted net national income per capita (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.ADJ.NNTY.PC.CD>. Consulté le 18.04.2020.

Images:

- Gkoutas, Ian. *Water source in the forest of Parnitha*. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Water_source_in_the_forest_of_Parnitha.jpg. Consulté le 11.05.20. (Public domain).
- Hierner, Richard. *Spring forest*. Wikimedia Commons. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/58/Spring_forest.jpg. Consulté le 11.05.20. (Public domain).
- Itl.cat. *Dark forest*. Itl.cat. <https://www.itl.cat/free/dark-forest/2/>. Consulté le 11.05.20. (Public domain).
- OneTreePlanted. (2019). *Rwanda 2019 - Project photos*. https://onetreepanted.photoshelter.com/index/G0000oFNfBXzZBHc/I0000ZInh6IV_aE. Consulté le 11.05.20. (Permission pour publication dans la présentation reçue).
- Sbjfour. *Hoh Rain Forest*. Imgur. <https://i.imgur.com/xMBa6Sy.gif>. Consulté le 10.05.20. (Public domain).

