

HOSANE

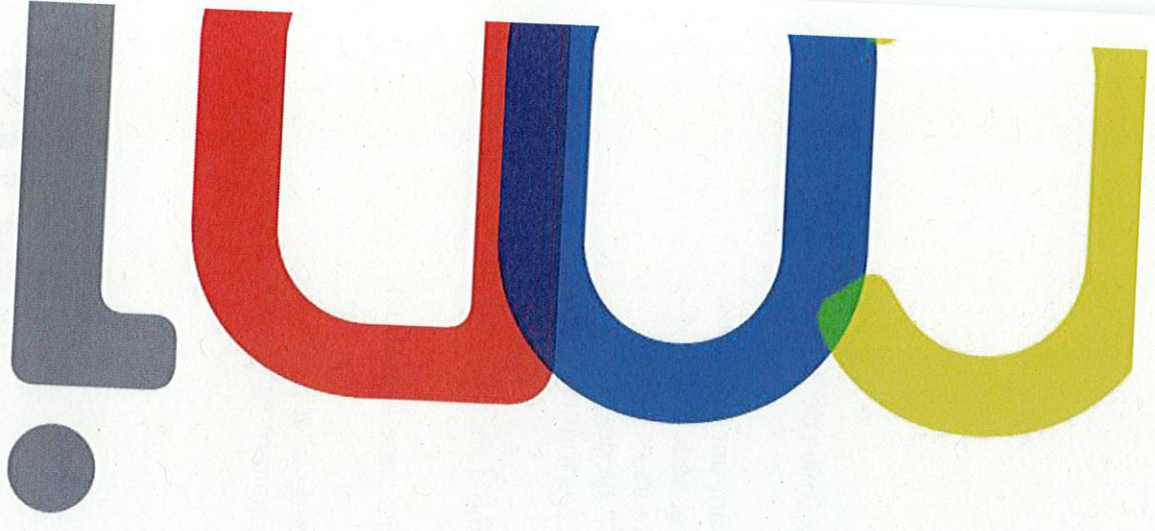
PRODUITS DE BEAUTÉ POUR LA MAISON
100% FRANÇAIS

Étude prix et produits

Version 2

9 juin 2021

Contact : Virginie Corvellec – vcorvellec@mandarinecodi.com – 06.85.87.85.43



Hosane est une marque de produits d'entretien de la maison et d'hygiène créée en septembre 2020 à Ajaccio par Émilie de Peretti et Flavie Fraton.

Les cofondatrices d'Hosane ambitionnent de **réinventer la routine de l'entretien des textiles et du domicile** en ayant une approche globale autour des produits qu'elles proposent : **respectueux des personnes et de l'environnement, efficaces et séduisants**. Les formules des produits sont sans agents chimiques néfastes pour la santé et l'environnement et sans perturbateurs endocriniens (certifiés Ecocert). Le conditionnement ne contient pas de plastique, mais seulement des matériaux 100% biodégradables, d'origine végétale, recyclables et recyclés. Les produits sont conçus et fabriqués en France, en circuits courts. Les formules sont concentrées, pour réduire les emballages et la pollution due au transport de l'eau.

Pour contribuer à réduire la charge mentale des consommateurs, les produits Hosane sont vendus sous forme d'abonnement, exclusivement par internet.

Aujourd'hui, Hosane propose en phase de pré-commande sur la plateforme Ulule, **une gamme de trois produits : une lessive, un produit vaisselle et un papier toilette**.

Les cofondatrices d'Hosane souhaitent aujourd'hui mettre en œuvre une étude pour **valider la politique tarifaire** de la lessive et du liquide vaisselle, et notamment **déterminer l'impact de la concentration du produit par rapport au prix**. Elles souhaitent également **étudier les critères d'achat** auprès de la clientèle cible, en vue du développement de nouveaux produits.

Les produits Hosane sont depuis le 17 mai 2021 et jusqu'au 1^{er} juillet 2021 en phase de test commercial et de pré-commande sur la plateforme de financement participatif Ulule. La commercialisation est prévue à partir du mois de septembre 2021. L'objectif principal de l'étude est de **déterminer le prix acceptable** d'un, deux ou des trois produits de la gamme, à savoir la lessive, le liquide vaisselle et le papier toilette. Le second objectif est de **sonder la clientèle/utilisateurs cibles pour déterminer quels types de produits Hosane devrait développer**, ainsi que les critères d'achats inhérents.

Les produits Hosane sont positionnés sur un segment de marché haut de gamme. Cependant, le caractère innovant des produits (concentration du produit, à reconstituer soi-même par ajout d'eau) les démarque du reste de la concurrence : le produit concentré ne peut pas être comparé à un produit standard en terme de prix au litre. Outre le fait de pouvoir interroger directement des clients/utilisateurs cibles, l'étude d'usage revêt une **approche qualitative**. Elle permet d'**appréhender finement les aspects psychologiques** des clients cibles lors des entretiens, donc de comprendre leurs fonctionnements cognitifs, notamment en terme de perception du produit et d'impact de la concentration du produit par rapport au prix.

Au delà d'une compréhension précise du fonctionnement du client/utilisateur, l'étude d'usage permet d'**appréhender ses attentes par rapport à la marque et aux produits**. Il est donc possible d'**appréhender les produits que la clientèle cible souhaite voir élaborés** puis acheter chez Hosane. L'étude mettra en évidence les leviers et les freins à l'achat des produits existants et particulièrement pour les futurs développements.

Pour répondre au besoin d'Hosane, Mandarin CODI peut conduire une **étude d'usage**, auprès des clients/utilisateurs attendus des produits Hosane. La réalisation de cette étude permet d'obtenir l'ensemble des données nécessaires aux associations – et notamment la donnée positionnement prix – pour atteindre la prochaine étape de leur développement.

La réalisation d'une **étude d'usage** permet d'obtenir une **compréhension profonde des clients/utilisateurs**. L'étude d'usage est conduite sous la forme d'entretiens qualitatifs de 45 minutes à 1h avec les clients potentiels. Elle permet d'augmenter significativement la compréhension des clients, de **confirmer** ou **réorienter les positionnements actuels** (notamment en terme de prix) et de guider les développements pour **augmenter sensiblement l'acceptabilité de l'innovation**.

- En échangeant avec eux sur leurs situations d'utilisation actuelles,
- Les problématiques rencontrées, leurs freins, leurs attentes,
- Des cas réels d'utilisation...

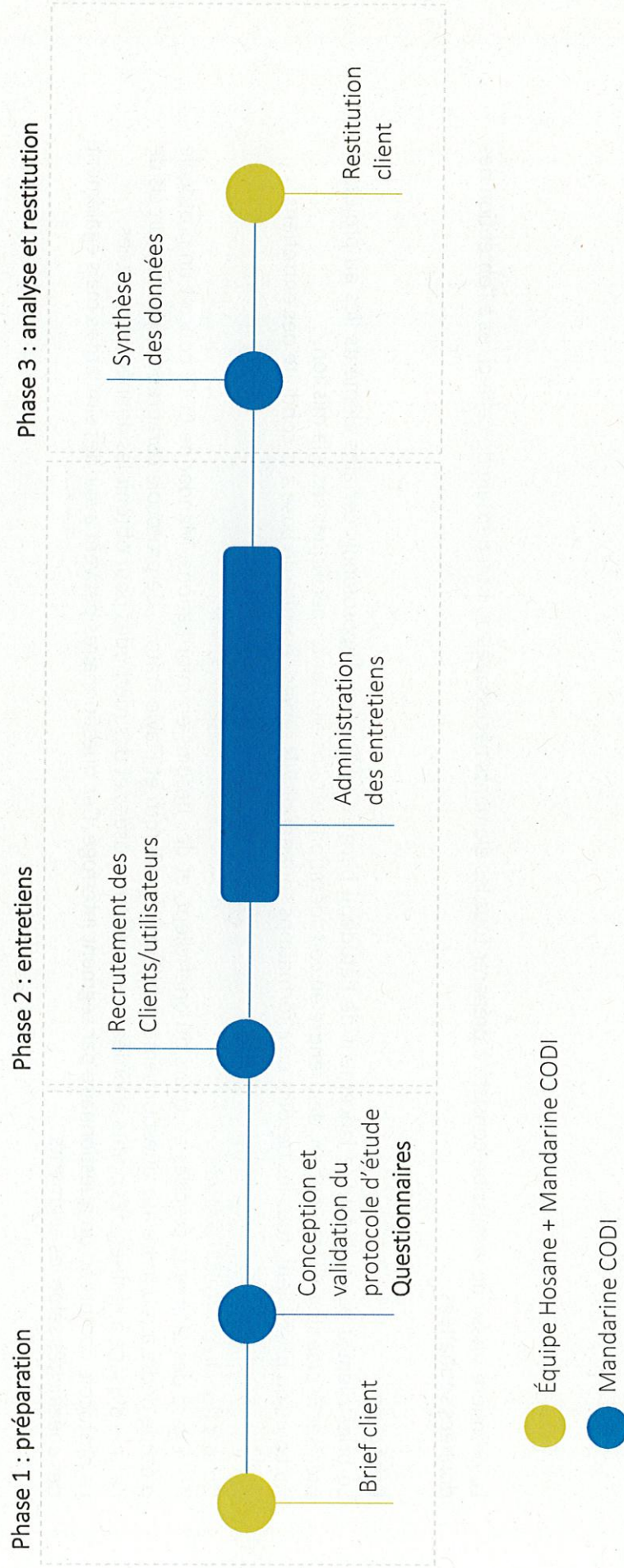
L'étude d'usage permet également de **confirmer** ou **d'infirm** certaines hypothèses du projet pour :

- Valider le degré d'acceptabilité de l'innovation,
- Réajuster le projet,
- S'adapter aux besoins les plus critiques des futurs clients.

Plus la compréhension du besoin du client est forte, plus l'adoption lors de la mise sur le marché sera grande.

Suite à l'étude des documents fournis par Inizia et Hosane, nous pensons qu'il serait intéressant de mener une analyse complémentaire, que nous détaillons à la fin de la présente proposition.

Mandarine CODI propose de prendre en charge la réalisation de l'étude d'usage - focus prix et produits d'Hosane grâce à la méthodologie suivante :



La première phase de la mission consiste à **préparer tous les éléments nécessaires** au bon déroulé de celle-ci, et à **l'obtention des données souhaitées**.

Brief client

Le brief client a pour objectif le lancement de l'étude. Il permet également d'approfondir certains éléments liés au projet, de préciser le planning d'intervention, de prendre en considération certains éléments spécifiques liés à la mission. Au cours du brief client, tous les besoins en informations sont définis. Ils servent ensuite de base à la conduite des entretiens.

Conception du protocole d'étude

Au regard des éléments précisés au cours du brief client, et des besoins en informations, Mandarin CODI conçoit un protocole d'étude dédié à répondre aux questionnements d'Émilie de Peretti et Flavie Fratoni. Ce protocole comprend le déroulé précis de l'étude d'usage à réaliser, des points abordés, des questions posées et des méthodes pour obtenir les données souhaitées. Le protocole comprend **un questionnaire par segment interrogé**. Ces questionnaires peuvent avoir des similarités mais également des spécificités selon les segments.

La seconde phase de la mission consiste à **obtenir les données souhaitées** en réalisant les entretiens qualitatifs.

Recrutement des utilisateurs

Il s'agira de déterminer le profil des clients/utilisateurs qui participeront aux entretiens qualitatifs. Selon les cibles, le recrutement des clients/utilisateurs est réalisé par l'équipe projet ou par Mandarin CODI. Il peut être envisagé de faire appel à une société externe spécialisée dans le recrutement de panel utilisateurs si les cibles sont particulières; ce qui ne semble pas être le cas dans le cadre de cette étude mais restera à préciser. Ce recrutement est réalisé conformément aux éléments prévus dans le protocole d'étude (profils types, caractérisation des segments d'utilisateurs).

Administration des entretiens

Mandarine CODI administre les entretiens qualitatifs individuels avec chaque client/utilisateur ciblé. Chaque entretien dure entre 45 minutes et 1h, et est conduit selon la méthodologie prévue dans le protocole d'étude. Les entretiens sont réalisés en face à face (présentiel ou visioconférence, à déterminer).

La troisième phase de la mission consiste à **analyser l'ensemble des données obtenues et à les synthétiser** pour permettre à l'équipe d'Hosane de répondre aux interrogations posées.

Synthèse des données

Mandarine CODI analyse la totalité des données obtenues et identifie les principaux points d'apprentissage qui ressortent de l'étude. Mandarine CODI s'attache tout particulièrement à identifier les points de convergence (*tout le monde est d'accord pour dire que...*) et les points de divergence (*personne n'est d'accord à propos de...*). L'analyse des données permet de répondre aux besoins en informations exprimés par l'équipe projet au cours du brief client, et notamment autour de la donnée prix mais également gamme de produit.

Restitution client

Mandarine CODI rassemble toutes les données dans une synthèse, qui est restituée à l'équipe projet au cours d'un rendez-vous dédié. Ce rendez-vous permet aussi de répondre aux questionnements des dirigeants, et d'éventuellement approfondir la compréhension de certains aspects de l'étude.



Pour la réalisation des études d'usages en innovation, nous recommandons d'appliquer **la norme de Nielsen**. Selon la norme de Nielsen, 5 entretiens par segment de clients/utilisateurs ciblés permettent d'identifier 80% des problématiques actuelles d'usage.

À ce stade, certains profils de client sont déjà définis par Hosane sous forme de 4 personae. Ces profils pourront être précisés à Mandarinine CODI, voire augmentés avec de nouveaux critères issus de réflexions récentes ou de la discussion conjointe, pour aboutir à deux segments précis et cohérents à interroger. Les segments à interroger sont définis au cours du Brief Client, entre Mandarinine CODI et l'équipe projet.

L'observation de 2 segments permet d'obtenir des données approfondies concernant les produits Hosane et leurs prix tout en maîtrisant le volume de la mission. Toutefois, Mandarinine CODI est en mesure de réaliser la présente mission pour les 4 segments liés aux personae d'Hosane.

Conformément à la Norme de Nielsen, présentée préalablement, il est prévu **5 entretiens par segments, soit 10 entretiens au total** dans un premier temps.

Le nombre de segments d'utilisateurs observés peut être ajusté. Mandarinine CODI recommande toutefois de conserver un minimum de 2 segments observés pour permettre des comparaisons et des apprentissages croisés.

1.2

Étude prix et produits	Budget
- Brief Client (ajustement de la mission, définition des segments à interroger) - Protocole d'étude (conception des questionnaires) - Recrutement des utilisateurs par Mandarin CODI - Administration des entretiens : 10 (2 segments * 5 entretiens) - Analyse et synthèse des données - Restitution aux associées et à Inizià Option + 2 segments interrogés (total 4 segments) : + 2 jr/chef de projet, + 2200€ HT. Livrables : synthèse de l'étude d'usage – prix et produits + détails des entretiens Nombres de jours/hommes « chef de projet » Nombres de jours/hommes « backoffice »	Total : 7 jr/h 3 jr/h 4 jr/h
Budget forfaitaire hors option pour la mise en œuvre de l'étude d'usages – Prix et produits	6 700 €

► Budget 6 700 euros HT – prix remisé pour Inizià et Hosane.

Acompte de 25%, à la signature de la présente proposition. Solde à la livraison de la synthèse.

- Durée de la mission estimée à 1 mois. Mandarin CODI a bien noté le délai court de la mission et s'engage à faire ses meilleurs efforts pour une restitution à la fin du mois de juin 2021, sous réserve d'une validation rapide de la présente proposition et de la réactivité de la part des porteuses de projet, l'étude pourrait être restituée le 30 juin 2021.
- Le nombre de produit à tester (1, 2 ou 3) n'a pas d'incidence sur le budget de la mission, car la mission s'articule autour d'entretiens qualitatifs et non de tests spécifiques de produits.

Bon pour accord

Date et signature du responsable légal :

Bon pour accord !

Le Directeur

de l'Incubateur de Corse – Inizià

Emmanuel PIERRE

le 10 juin 2021

Suite à l'étude des documents fournis par Inizia et Hosane, nous pensons qu'il serait intéressant de mener une étude/démarche **complémentaire** autour des early adopters.

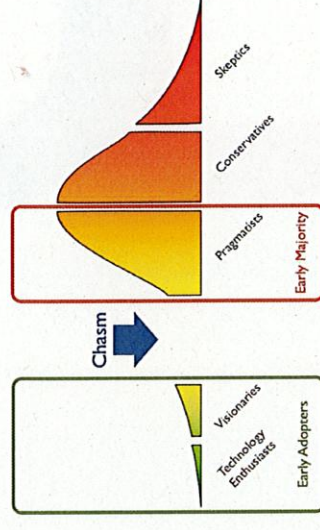
Lors du développement d'un produit innovant, il est primordial de déterminer la proposition de valeur, les leviers psychologiques d'achat et d'utilisation, ainsi que les canaux de communication auprès d'une cible. Dans le cadre de la commercialisation d'un produit innovant, la première cible à atteindre (celle des *early adopters*) n'est pas nécessairement celle qui sera le marché de volume (*early majority*) de la startup.

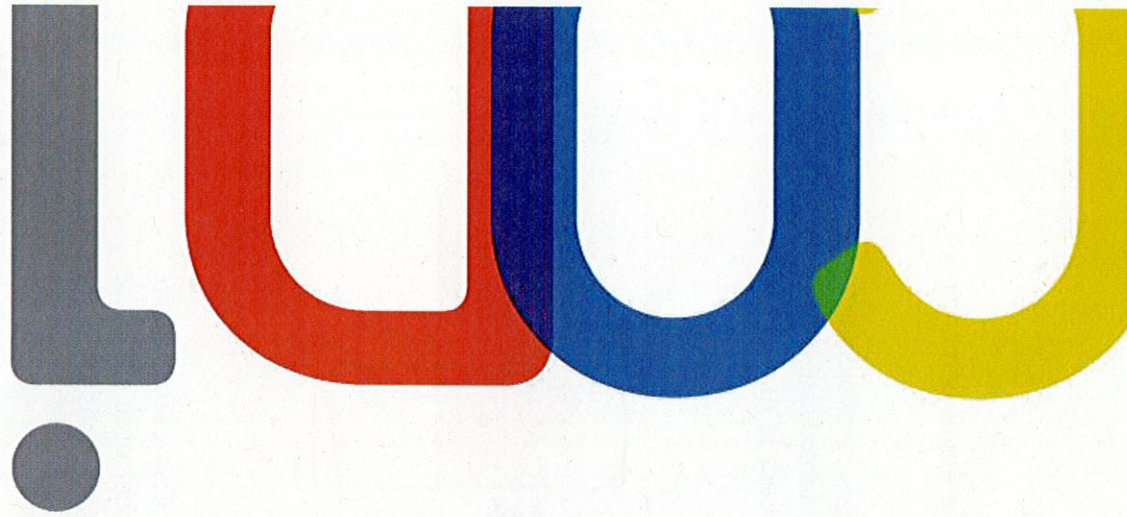
Entre ces deux cibles se situe le « gouffre de Moore » : la startup a fait ses premières ventes mais n'arrive pas à faire croître la société par des ventes complémentaires.

Pour éviter cet écueil, il est souvent utile de réaliser un pilote ou POC (*Proof of Concept*), pour atteindre la première cible, celle des *early adopters*. Le financement participatif permet ce format POC mais nous pensons qu'il s'agit de l'approfondir et d'entrer plus en lien avec les utilisateurs en phase de POC. Ces derniers participent alors fortement au succès du produit innovant pour lui permettre d'atteindre son marché de volume, à savoir une seconde cible de *early majority*.

Des interactions dans un temps plus long avec des retours et échanges plus fréquents avec ses primo-utilisateurs, permettraient de mieux déterminer la proposition de valeur, bénéfices client, communication, etc par segment identifié.

Mandarine CODI peut accompagner Hosane à réaliser un POC plus approfondi auprès d'une communauté. Cela permettra de définir plus précisément les *early adopters* des produits Hosane, d'interagir plus fréquemment et profondément avec eux et de déterminer la proposition de valeur des produits de la gamme Hosane. À la demande d'Inizia et des fondatrices, nous pourrions chiffrer cette partie qui ne l'est pas dans cette présente proposition.





Mandarine CODI

Mandarine CODI est une **agence d'innovation** spécialisée dans l'accompagnement de projets innovants. Labellisée Expert Scientifique par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, l'équipe de Mandarine CODI accompagne les startups, les PME porteuses d'innovation et les structures d'accompagnement à l'innovation **depuis près de 20 ans**. **Mandarine CODI** conçoit et réalise des formations et ateliers autour de l'innovation/entrepreneuriat innovant/intrapreneuriat. La société réalise également des études d'usages pour des produits ou services innovants. **Mandarine CODI** est également spécialisée dans la constitution d'équipe fondatrice de startup, l'intégration de nouvel associé ou le rapprochement stratégique avec des partenaires.

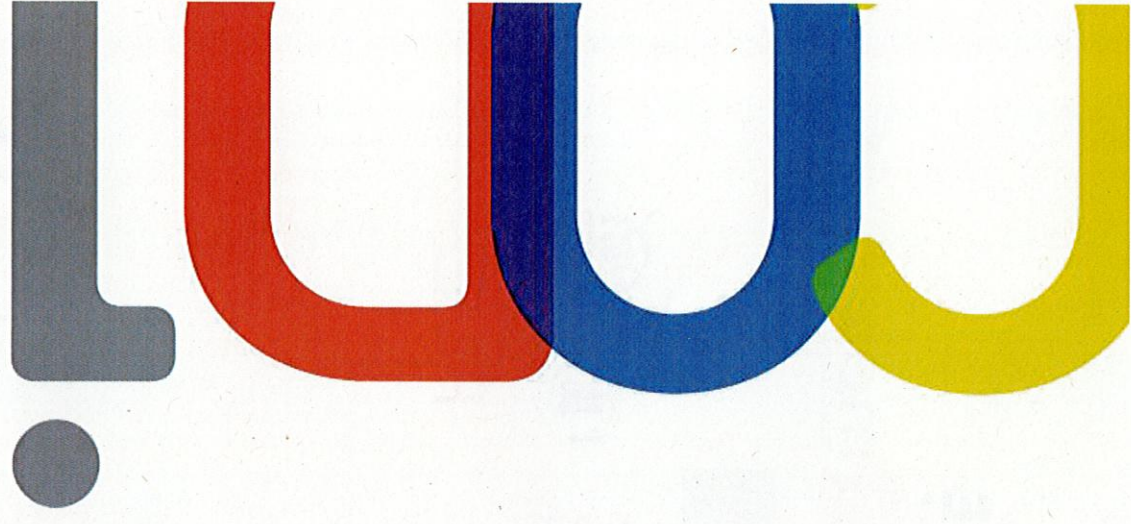
C'est aujourd'hui plus de **250 projets innovants** qui ont été accompagnés par **Mandarine CODI**, tous secteurs d'activité confondus : IT, robotique, énergies, domotique, silver economy, biomédical, environnement.

La société accompagne également le montage et la progression de structures d'accompagnement à l'innovation, type incubateur, accélérateur ou pépinière – Orange Fab, ECE CUBE...-, des clusters (Cluster Montagne).

Virginie Corvellec, dirigeante de Mandarine CODI, est l'un des 6 experts nationaux labellisés par **Bpifrance**. Elle a notamment contribué à la conception des « Diagnostics croissance » à destination des startups et des projets innovants.

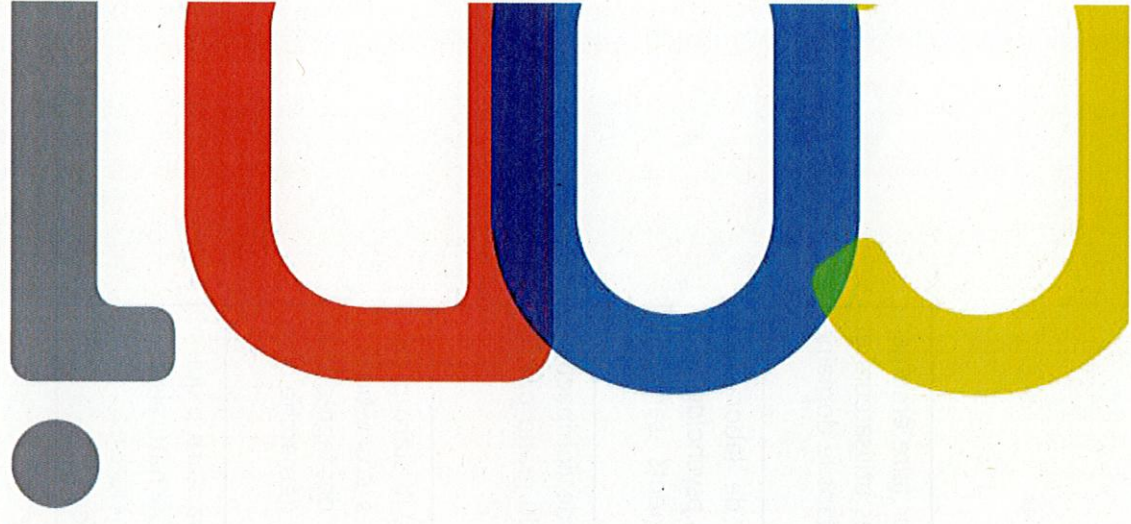
Mandarine CODI est donc à même d'intervenir dans des environnements variés, toujours dans un contexte d'innovation. De ce fait, Mandarine CODI accompagne de jeunes créateurs d'entreprise, des PME voulant se diversifier par l'innovation, des administrations, grandes entreprises désirant se former à des techniques de management plus innovantes. La société est donc habituée à adapter ses outils et ses contenus à de nombreux publics afin de les rendre utiles à la cible visée.





Références d'études réalisées

Centre National d'Études Spatiales		Étude d'usage réalisée auprès de salariés pour faire émerger et définir une solution qui soit adoptée par les utilisateurs et qui réponde aux problématiques rencontrés dans le domaine de la recherche d'information en interne.
BHealthCare		Étude d'usage réalisée auprès de patients de laboratoire d'analyse pour faire émerger et lever les freins psychologiques à l'utilisation d'une machine de prélèvements sanguins automatisée.
Delphi Environnement		Étude de faisabilité d'une solution innovante de compactage et broyage de bouteille en plastique auprès du grand public, pour favoriser le recyclage des emballages.
Beautymix		Accompagnement dans le développement de la startup, qui propose un robot pour réaliser soi-même ses cosmétiques. L'offre est complétée par un livre de recette et des ingrédients biologiques les plus locaux possible, dans une démarche zéro déchet.
Mawena		Accompagnement dans le développement de la startup qui fabrique et commercialise des cosmétiques 100% naturels et biologiques, avec des ingrédients issus de coopératives éthiques et solidaires au Mexique et en Afrique.



L'équipe projet
étude d'usage

Dirigeante de Mandarin CODI

Expert scientifique agrée, Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.
Expert startup Bpifrance.

20 ans d'expériences opérationnelles en accompagnement stratégique de l'innovation



Développement et structuration de projets innovants et intrapreneuriaux dans des PME/ETI et grandes organisations

- Exploration d'axes potentiels d'innovation,
- Structuration et conduite de projets innovants,
- Recherche de financement pour le déploiement du projet d'innovation,
- Accompagnement de dirigeants et collaborateurs d'entreprises dans le projet,
- Identification de ressources internes et/ou externes,
- Recherche de partenaires technologiques, entreprises, laboratoires publics,
- Structuration de la R&D dans l'entreprise, CIR (Crédit Impôt Recherche),
- Conduite du changement, revue de l'organisation interne et communication interne pour l'implantation de l'innovation.

Accompagnement de projets innovants vers la création de jeunes entreprises innovantes (startup)

- Accompagnement de(s) porteur(s) de projets,
- Cohésion d'équipe fondatrice avec des problématiques d'apports financiers, apports de technologies (brevets ou autres), répartition des parts sociales, etc,
- Aide au recrutement d'associés ou de premiers salariés,
- Montage de plan d'affaires, Réalisation de dossiers de financement, Bpifrance, JEI (Jeune Entreprise Innovante) ou CIR (Crédit Impôt Recherche),
- Gestion de prestataires externes, études de marché, propriété industrielle
- Accompagnement à la levée de fonds
- Gestion des relations avec les partenaires publics locaux, établissements de recherche

Etudes d'usages et créativité

- Génération d'idées : idée individuelle et collective, animation de session de créativité
- Etudes de marché prospectives, applicatifs marché de produits/services innovants
- Benchmarking
- Gestion des partenariats laboratoires et entreprises autour de projet d'innovation
- Etudes d'usage, démarches clients et co-construction - Tests de concept : création et mise en œuvre d'entretiens orientés usages

Conférences et intervention

- Animations de séminaires Miss Mandarin hauts niveau : CNES, Airbus DS, STMicroelectronics, ADP...
- Enseignante en école de commerce et d'ingénieurs : EM Lyon, ECE Paris...
- Conférences - salon RH Genève : « Miss Mandarin, Insuffisez l'esprit startup au sein de votre Organisation » - Village by CA « relation grand groupe-startup »...
- Intervention d'expert au congrès LTD Paris : « Transformation digitale et entreprise apprenante, comment réussir le changement du modèle culturel ? »

Diplômes et Formations

- Thèse de doctorant en sciences de gestion : « Facteurs clés de succès des jeunes entreprises innovantes » - Université de Savoie, Annecy - non soutenue
- Diplôme de 3^{ème} cycle en Conduite de projets technologiques - Université Jules Verne, Amiens – mention très Bien

Ingénieur d'étude et de recherche

Docteur en sciences humaines.

Spécialiste en enquête sociale et recherches documentaires. Recherches menées dans les domaines des sciences humaines et sociales.



Recherches documentaires, scientifiques et veille

- Définition de sujets et gestion de projets de recherche.
- Constitution de corpus de sources pour la recherche et de corpus documentaire.
- Élaboration de méthodes d'analyse pour répondre aux problématiques posées.
- Formulation de plans argumentés et rédaction de mémoires et comptes-rendus de recherche.
- Veille scientifique et benchmark concurrentiel.

Diffusion et animation de la recherche

- Organisation et animation de manifestations scientifiques nationales et internationales (colloques, journées d'étude, séminaires).
- Interventions et participations orales dans des manifestations scientifiques nationales et internationales.
- Publication d'articles dans des revues scientifiques universitaires, des magazines grand public et rédaction de chapitre de livres.
- Enseignements à l'université au niveau licence (préparation, réalisation et évaluation).

Conduite d'étude d'usage et test de concept

- Veille scientifique et technologique, concurrentielle
- Benchmarking.
- Test de concept & innovation par les usages
- Conception de questionnaires d'usages adaptés aux contextes d'innovation
- Réalisation d'entretiens qualitatifs dans le cadre d'études d'usage et de Tests de Concepts.
- Analyse et rédaction de compte-rendu d'étude.

Formation

- **Doctorat** histoire moderne, Université Grenoble Alpes
- **Master** histoire & histoire de l'art, Université Pierre Mendès-France, Grenoble
- **Licence** histoire, Université Pierre Mendès-France, Grenoble.

Chargée d'études et de recherches



Management de l'innovation

- Conduite d'enquêtes sociologiques et d'études d'usages
- Idéation, Design Thinking et animation de séances de créativité
- Conception et prototypage rapide
- Veille informationnelle et concurrentielle
- Business Model Canvas

Communication et animation

de communautés d'entrepreneurs

- Animation des Réseaux Sociaux
- Rédaction de contenu
- Programmation événementielle
- Animation d'événements conviviaux et thématiques destinés aux entrepreneurs

Psychologie & Ressources humaines

- Identification des biais psychologiques et résistances à l'innovation
- Conception de tests psychométriques pour l'évaluation des compétences et de la personnalité
- Veille des tendances et innovation RH
- Conduite d'entretiens de recrutement
- Appréhension pour les questions de RSE et l'amélioration de la QVT.

Diplômes et Formations

- **Master** Management de l'Innovation, Grenoble IAE
- **Licence** Psychologie, Université Grenoble Alpes

Merci

www.mandarinecodi.com



mandarine **OODi**

Conseil **O**opérationnel et **D**éveloppement de l'Innovation

