



## Mover Sportswear Tout pour l'innovation

**Nicolas Rochat**  
Chief Executive Officer

Par Jean-Louis Emmenegger

«Analyser le marché, c'est  
tenir compte du passé.»



Pour en savoir plus : <http://mover.eu>

– Quelle importance attribuez-vous à l'innovation ?

– Dans notre jeune société, le processus d'innovation est permanent, car nous sommes dans un domaine d'activité très concurrentiel. Nos concurrents ont de très bons produits, si bien que nous sommes obligés de nous démarquer par des articles à la fois originaux, innovants et de toute première qualité.

D'une manière générale, nous essayons d'anticiper les tendances du marché. Pour nous, anticiper est essentiel, car si nous écoutons trop le marché, le danger est de le suivre. Analyser le marché, c'est tenir compte du passé. Bien sûr, nous regardons aussi les tendances issues des foires mondiales, mais nous évitons de trop nous aligner sur elles. Nous sommes dans des produits de niche, pour lesquels nous devons faire des choix «personnels».

– Pour innover, tenez-vous compte des avis de vos clients ?

– Les magasins qui vendent nos produits nous donnent les commentaires des acheteurs. Nous pondérons ces informations en fonction des marchés. En réalité, nous nous appuyons davantage sur les tests sur le terrain (*field tests*), dans les conditions réelles. Si les propositions d'amélioration sont minimales, c'est que le produit est bon en soi. Mais il peut être remis en question pour la saison suivante.

– Quels sont vos principaux marchés ?

– Nos produits sont vendus dans les magasins de sport : c'est notre premier axe de ventes. A cela s'ajoute notre shop sur Internet. Nous voulons rester une «marque qui se démarque» ! Nos ventes se répartissent pour une moitié en Suisse et pour l'autre à l'étranger. S'agissant d'Internet, nous avons ouvert notre nouveau shop en ligne en novembre 2011. Les résultats sont encourageants : nous recevons des demandes de Hong Kong, du Brésil, etc.

– Quelle est votre dernière innovation ?

– Il s'agit de notre série de vestes de ski en laine Swisswool/Gore-Tex. Nous avons réussi à créer une matière isolante qui est 100% naturelle, grâce à la laine Swisswool (laine suisse). Nos vestes sont doublées : à l'extérieur se trouve le Gore-Tex, qui a une fonction isolante, et à l'intérieur se trouve la laine. Pour nous, la laine est une matière naturelle magique ! Grâce à cette innovation, le confort est fortement accru.

– Comment conciliez-vous tradition et innovation ?

– Avec notre nouveau produit Swisswool/Gore-Tex, nous renouons avec la matière première de nos ancêtres : la laine. Nous rappelons volontiers que Sir Edmund Hillary, lorsqu'il a conquis l'Everest, portait des habits en laine ! Les matières synthétiques n'existaient pas encore. La qualité de la laine a fait qu'il a supporté des températures extrêmes de froid. Pour nous, c'est un beau retour aux sources !

– Quels freins à l'innovation ressentez-vous ?

– C'est surtout le cours du franc suisse : son taux surévalué a fait baisser notre chiffre d'affaires en 2011. En raison de notre nouvel axe de vente via le shop sur internet, nous avons dû adapter nos prix pour que la valeur soit la même partout dans le monde. ■