

# Des produits de qualité en grand format



**Bien plus qu'une simple boutique en ligne, KoRo a été fondée sur toute une philosophie : celle de proposer aux clients des produits de qualité en grand format. A la clé, non seulement des prix raisonnables, mais également moins d'emballages. Constantin Calios, un des dirigeants de l'enseigne, nous en dit plus... Traduction : Camille Alause, Sarah Manceau, responsables du marché français**

## **KoRo c'est quoi ?**

KoRo est une boutique en ligne qui propose plus de 300 articles et notamment un large choix de produits d'origine naturelle. Nous nous distinguons par trois caractéristiques principales : tout d'abord une communication transparente, ensuite des emballages en grand format et enfin des prix justes au service du consommateur.

Notre offre comprend un grand nombre de produits à longue durée de conservation bien connus tels que des fruits à coque, des fruits secs, des céréales et légumineuses en tous genres, mais également des produits plus originaux qu'on ne trouve pas facilement dans un supermarché : différentes sortes de purées d'oléagineux, dont la purée de pistaches ou de noisette, des mûres séchées, de l'herbe d'orge, du jus de noni et bien d'autres.

Chez KoRo, nous nous efforçons d'être très transparents vis à vis du consommateur dans notre communication autour du produit. Cela signifie que nous ne nous contentons

pas de mettre en ligne l'analyse des résidus qui démontre notre respect des limites européennes, mais également un graphique pour chaque produit permettant au consommateur d'observer l'évolution à la baisse et à la hausse des prix. Ainsi, le client connaît l'origine du produit, sa composition et ce qui le distingue des produits concurrents.

Notre but est de contourner les étapes commerciales qui impliquent l'intervention de commerçants de gros, d'importateurs, d'agents et d'exportateurs pour pouvoir acheter directement au producteur.

Le design de la marque est resté très sobre pour faciliter ces relations : les étiquettes doivent pouvoir être imprimées partout dans le monde, même avec les moyens les plus simples. Nous mettons véritablement l'accent sur le produit avant tout, et donc sur la satisfaction de nos clients. C'est pour cela que l'on cherche à se fournir directement et durablement dans les pays d'origine.

## **Comment est née l'idée ?**

### **Pour répondre à quels enjeux ?**

L'idée nous est venue du livre du professeur Günter Faltin, "KopfschlägtKapital" (que l'on pourrait traduire en français par "La tête plutôt que le capital"), dans lequel l'auteur exprime la théorie selon laquelle une entreprise peut se construire sans un gros capital de départ. Les fondateurs Kosta et Robert ont lu ce livre et s'en sont inspirés. Le nom "KoRo" est issu des deux premières lettres de chacun de leurs prénoms. Le plus grand défi rencontré au début a été de transformer la boutique d'origine qui vendait des produits d'entretien en une boutique alimentaire. Après avoir commencé en tant que droguerie, les fondateurs se sont aperçus que le concept commercial inspiré par le livre marcherait bien mieux si l'entreprise se tournait vers l'alimentation. Il a fallu tout recommencer à zéro.

Robert a cependant dû quitter l'entreprise pour des raisons personnelles et Kosta a recherché un nouvel associé. Il a rencontré Piran et ils ont très vite réalisé qu'ils pourraient travailler ensemble. Ils ont donc construit une nouvelle base de développement pour KoRo.

### **Vous avez fait le choix de vendre en grand format, pourquoi ?**

Nous pensons qu'il est inutile de proposer dans de petits emballages, des produits à longue durée de conservation que l'on consomme régulièrement. Non seulement cela nous créerait des frais supplémentaires puisqu'on achèterait plus régulièrement, mais le consommateur en pâtirait également car ces coûts se répercuteraient sur le prix final des produits.

De plus, on économise d'un côté la charge de travail pour le remplissage et d'un autre côté en réduisant les déchets d'emballage.

### **Comment sélectionnez-vous vos fournisseurs ?**

KoRo se caractérise par un large réseau de fournisseurs. Nous choisissons des fournisseurs qui, nous le savons, ont des conditions équitables pour les agriculteurs sur le terrain. En tant qu'entreprise, nous sommes certifiés biologiques et nous essayons d'obtenir les meilleurs produits biologiques d'autres fournisseurs. Notre approche n'est bien sûr pas dogmatique mais nous essayons toujours d'offrir la meilleure qualité possible à nos clients. Il arrive souvent que des petites exploitations ne puissent pas se permettre une certification biologique, nous travaillons donc toujours avec eux pour les aider.

### **Avez-vous pensé aux personnes avec un régime alimentaire spécifique (végétariens, vegans...)?**

KoRo est né de cette niche en effet. Notre gamme est particulièrement adaptée aux végétariens, vegans, mais aussi aux sportifs et amateurs de fitness. Nous attachons de l'importance à répondre aux demandes d'un nombre maximum de consommateurs et élargissons ainsi notre gamme de produits. Nous offrons par exemple des pâtes et du café de haute qualité pour que chaque client puisse bénéficier des prix avantageux et de la qualité de nos produits.

### **Avez-vous un programme de fidélité ?**

Non, nous avons délibérément choisi de ne pas en proposer. Nous voulons principalement convaincre nos clients du rapport qualité-prix raisonnable

de nos produits. Nous ne croyons pas aux programmes de fidélité, nous préférons convaincre par nos produits.

## **Un petit focus sur vos meilleures ventes**

Nous proposons des rondelles d'ananas sans sucre ajouté et non sulfuré. Elles sont séchées au Costa Rica avant d'être emballées. Elles ne sont ensuite ouvertes que par le consommateur final. C'est ainsi qu'elles gardent leur fraîcheur, malgré le séchage. Ce produit a beaucoup de succès car il est sans conservateur et a un délicieux goût sucré.



De plus, nous proposons des purées de fruits secs et de noix. La purée de pistaches est un de nos best-sellers. Les pistaches de qualité étant difficiles à trouver sur le marché, nous avons développé ce produit de notre côté avec nos partenaires. Pour rendre notre purée de pistaches unique, nous avons déterminé différents aspects plus techniques tels que le processus de torréfaction, le degré de mouture, ou la variété de pistache qui lui sont propres.