AIS™ · CHAÎNE DE VALEUR

La valeur ne se crée pas dans l'exposition. Elle se crée avant.

AIS travaille la position d'une entreprise ou d'une Maison avant qu'elle ne soit exposée, pour que ce qui traverse une frontière, un marché ou un regard étranger arrive intact, et lui appartienne encore.

OUVRIR UNE CONVERSATION

LIRE LA MÉTHODE

01	02	03	04	05	06
ACTIFS	POSITION	CADRE	PARTENAIRES	EXPOSITION	ACCUMULATION

01 — OÙ LA VALEUR SE FORME

Trois endroits, et pas un de plus.

La valeur économique se forme dans vos actifs réels : qualité du travail, produits, patrimoine, réseau, savoir-faire, réputation domestique. La valeur symbolique, celle qu'AIS travaille, se forme ailleurs.

1

Dans la position

Des actifs dispersés deviennent une seule chose compréhensible. Une Maison peut posséder histoire, artisanat, lieux, produits et relations sans que l'ensemble produise une autorité claire.

La position transforme l'inventaire en thèse.

2

Dans le passage

La position est confrontée à un autre système de lecture. Ce qui faisait autorité à Bangkok, Shanghai ou Paris peut devenir générique, folklorique, prétentieux, trop commercial, trop discret, ou simplement invisible.

Le cadre décide ce qui traverse, ce qui change, ce qui reste en réserve.

3

Dans la légitimation

La position rencontre les bons tiers : institution, curateur, partenaire local, client de référence, investisseur, collectionneur, média. Tous les contacts ne se valent pas.

Une mauvaise association donne de la visibilité et retire de la position.

LE VRAI GISEMENT

AIS ne crée pas de valeur en ajoutant.

Elle en crée en évitant une mauvaise allocation de partenaires, de calendrier, de réputation et de budget. C'est mesurable, et c'est presque toujours supérieur à ce que coûte la lecture.

02 — OÙ LA VALEUR RESTE

Quatre actifs que l'on abandonne trop vite.

Beaucoup d'entreprises possèdent leurs produits et laissent ces quatre actifs à l'extérieur. L'agence contrôle le langage, le partenaire local l'accès, la plateforme l'attention et les données, l'institution la validation. Le consultant remet un document, puis disparaît.

Le client paie tout le monde et ne construit pas sa capacité de décision. C'est là que la valeur fuit.

01
La définition de la position
Qui écrit la thèse, et à qui elle appartient après.

02
L'ordre des décisions
La séquence coûte plus cher que le contenu de chaque décision.

03
L'accès aux bons intermédiaires
Un accès prêté ne vous appartient pas.

04
La mémoire des mouvements précédents
Sans mémoire comparative, chaque marché se paie deux fois.

03 — QUI CAPTURE QUOI

La carte honnête de la chaîne.

ACTEUR	VALEUR CRÉÉE OU CAPTÉE	CE QUI LUI RESTE
Client	Actifs, produits, patrimoine, réputation	La valeur résiduelle de la position, si elle lui appartient réellement
AIS	Lecture, arbitrage, cadre, séquence	Honoraires, méthode, mémoire comparative, relation décisionnelle
Agence	Traduction visible et exécution	Marge de production, cas public, parfois le contrôle du récit
Partenaire local	Accès et crédibilité territoriale	Commission, influence, maîtrise des relations
Institution	Validation symbolique	Autorité et pouvoir de sélection renforcés
Plateforme / média	Distribution de l'attention	Données, audience, revenus publicitaires
Marché	Reconnaissance et prix	Une représentation simplifiée de la position

04 — LE DÉPLACEMENT

Deux chaînes. Une seule vous laisse quelque chose.

SANS AIS

Actifs
Agence
Exposition
Mauvaise lecture
Correction

La valeur financière part chez les exécutants. Le client garde la dette symbolique.

AVEC AIS

Actifs
Position
Cadre
Partenaires
Exposition
Accumulation

Le client conserve davantage de valeur parce qu'il possède le cadre avant de payer l'exécution.

Commençons par une lecture, pas par une proposition.

Une première conversation sert à situer votre position et à nommer la prochaine décision. Si AIS n'est pas utile, vous le saurez à ce moment-là.

ÉCRIRE À BORIS GARREAU