

2021-2022

VHS - Vintage High Style



AISSA Quentin - GIRAUDOUX Oscar - MAALEL Riwen - PERRIER Marko -
BENMERAH Majid - SECEMBER Robin - TETART Keryan - THIEBAUD Yoann -
VANNER Sacha - LELEU Tristan - SHAMOLLI Roni

Sommaire

Présentation Général.....3

Business Plan.....3

Site Internet.....6

Direction et création artistique.....7

Communication et Publicité.....9

Bilans Journaliers et Général.....10

Remerciements.....10

VHS - Vintage High Style

Présentation général

Créé le 3 janvier 2022, VHS est une entreprise réalisée par un groupe d'étudiants souhaitant concevoir une marque de qualité et de vêtement d'ancienne génération dit vintage à un style récent et re-développé pour son époque, permettant ainsi nostalgie et intégrité au sein de la mode française.

VHS de son nom complet Vintage High Style est une entreprise privée à but lucratif qui a pour forme juridique SARL afin de faciliter les décisions et le besoin de capitaux, il s'agit de la plus logique dans le cadre d'un commerce de vêtement comme le nôtre. L'entreprise VHS fait partie du secteur d'activité de l'industrie du textile vintage, c'est-à-dire, inspiré des années 80-90. Elle a pour but de produire divers produits tels que des t-shirts, des sweats ou encore des vestes. Elle est située en France et se compose de 3 services, l'informatique comportant 5 salariés, la comptabilité/ressources humaines comportant 3 salariés et l'artistique comportant 2 salariés. Son effectif total est de 11 employés comportant 2 cadres et un directeur général. L'environnement de travail est convivial et les différents services sont amenés à travailler ensemble et demander des avis sur leurs travaux auprès des autres collaborateurs, l'arbre hiérarchique est respecté et les cadres sont chargés de transmettre les tâches ainsi que les informations nécessaires aux différents salariés sous leur responsabilité.

Voir Annexe 1

L'entreprise VHS propose alors différents produits associés à des collections, la collection printemps été, et prochainement la réalisation d'une collection automne hiver. La collection printemps été étant celle présentée comporte : 3 modèles de t-shirts, 1 modèle de débardeur et 1 casquette.

Business Plan

Info sur son statut ; La société Vintage High Style sera sous le statut juridique d'une sarl , le choix a été fait de par sa simplicité pour la direction, en effet les décision avec peu d'importance pourront être prise par le pdg et son équipe ce qui n'est pas le cas pour les sas. De plus, la liberté de pouvoir débloquer un montant plus large à l'immatriculation de l'entreprise allant de 20 pourcent de libération du capital à l'ouverture contre 50 pourcent pour une Sas. Enfin le dernier point important concernant ce choix ce sont les cotisations en effet elles sont plus importantes pour une SAS.

Analyse du marché

A ces début l'entreprise visera un marché national puis plus tard un marché international, Européen dans notre cas. Le marché de l'habillement est en en croissance constante cependant la crise sanitaire n'a pas permis au marché de conserver cette croissance, dans l'ensemble, on constate un net recul des ventes pendant cette crise. En revanche, on remarque que ce recul n'impacte pas les marques que l'on considère comme nos concurrents directs du point de vue de nos de prix mais également de nos gammes de vêtements, comme vous pourrez le constater en annexe 1. Les chiffres de 2021 nous ramènent à des chiffres d'affaires proches de ceux d'avant crise, on en conclut donc que le marché est à peu près au même niveaux qu'avant la crise et reprend son cours.

Voir annexe 2

L'entreprise VHS met l'accent sur un style vintage en reprenant des designs ou des références avant les années 2000, il est donc important d'être sur des produits proposés. En effet, le style vintage revient de plus en plus à la mode, les chiffres de la vente d'articles de secondes mains en témoignent. Marché largement en hausse de par son côté réutilisation mais surtout de par ces articles vintage et peu chers. Comme on peut le voir en annexe.

Voir annexe 3

La clientèle se sépare en 2 grande partie d'une part le publique des 15 à 30 ans, un public plutôt jeune avec des habitudes de consommation marqué par des achats compulsifs. Ce public sera intéressé par toutes nos gammes de vêtements. Cette clientèle s'intéresse aussi de près à la réputation et au e-commerce. D'un autre côté la seconde partie de notre clientèle sont les 30 à 50 ans, ils ne seront surement pas intéressés par toutes nos collections mais le seront plus sur les habits notamment les tee-shirts et les pulls portant des rééditions. Cette catégorie de personnes est plus regardante aux niveaux des prix, et leurs achats sont plus réfléchis.

Pour ce qu'il en est des acteurs déjà présents sur le marché nous en voyons deux principaux, d'une part les friperies et d'une autre les grandes marques. Pour ce qu'il en est des friperies, on ne les trouve pas partout, elles sont situées principalement dans les grandes villes et n'ont pas de site internet. La qualité est souvent mauvaise et dans le cas où les articles sont de bonne qualité leurs prix frôlent et dépassent même parfois le neuf. Les friperies touchent une clientèle qui cherche pour la plupart des articles vintages pour des prix bas. Ce marché est en pleine expansion et ne cesse de grandir.

Du côté des grandes marques, on retrouve une bonne qualité, des shops un peu partout en dans le pays, des articles neufs et un site internet. Cependant les prix pour des articles vintage de bonne qualité montent très vite. De plus les grandes marques sortent ces articles par petites quantités et par collections il est donc souvent difficile voir introuvable de trouver l'article recherché.

Enfin pour notre entreprise VHS, nous avons essayé de regrouper un maximum les atouts

de nos concurrents pour pouvoir arriver à leurs niveaux. Avec des articles neufs, des prix plus que raisonnables, une excellente qualité, des boutiques et un site internet, nous croyons en notre projet et ces chances de réussite. En effet le seul majeur désavantage est le fait de n'ouvrir seulement des pop'up, boutique éphémère » à la sortie de nos collections.

Pour se démarquer de ces concurrents, la startup a décidé de ne pas être toujours présente physiquement, en créant ces boutiques éphémères et en les déplaçant à chaque nouvelle collection, l'entreprise mise sur une mise en lumière intense mais pendant une courte période. On cherche à se faire connaître et présenter une nouvelle collection pendant une période donnée. Les concurrents ne sont pas aussi présents que ça sur les réseaux et c'est pourtant essentiel pour toucher les plus jeunes, la marque sera présente sur les réseaux en ciblant avec quel type de personne elle pourrait potentiellement travailler. Enfin VHS tient particulièrement à faire connaître sa marque à tous les publics, pour viser les plus âgés nous serons présent au cœur de certaines compétition, pour distribuer casquettes et tee-shirt au public.

Analyse (P)ESTEL :

Économique : Le pays traverse une crise sans précédent, entraînant une forte inflation, les citoyens français se voient donc perdre de leur pouvoir d'achat. D'un autre côté, on attend sûrement des mesures de la part du gouvernement, mesures qui permettront aux français de pouvoir retrouver une certaine stabilité aux niveaux de leur pouvoir d'achat.

Social : Réputé dans le monde entier, la France entretient une relation particulière avec la mode il est donc important que les collections correspondent aux publiques.

Technologique : La technologie dans les vêtements de tous les jours ne connaît pas vraiment de majeurs changements. Les matières n'évoluent pas vraiment sauf dans les habits faits pour le sport.

Ecologie : L'industrie du textile est une des industries qui pollue le plus au monde, plus que l'aviation et le navale réunis, il est compliqué de passer outre ce facteur. En effet le produit serait abordable pour très peu de personnes, s'ils devaient passer par d'autres moyens de production.

Légale : Du point de vue légal, peu de restrictions s'imposent hormis le fait que certaines encre soient interdites ce qui ne nous concerne pas.

Voir annexe 4, 5 et 6

Plan marketing :

Pour faire ce plan marketing nous avons utilisé nos deux catégories de clients en nous focalisant sur leurs centres d'intérêts pour cibler les pubs. Premièrement nos produits sont des vêtements avec des prix dans la moyenne et de bonne qualité avec des prix oscillant entre 17 et 75 euro. Nos pubs seront ciblées, pour la clientèle jeune nous avons prévu un budget pour les réseaux sociaux, nous rémunérons des influenceurs choisis en fonction de leurs abonnés pour qu'ils portent nos vêtements. Nous avons aussi compris dans ce budget des pubs payées directement aux plateformes de réseaux sociaux. Après avoir ciblé cette catégorie de jeunes, nous penserons aux personnes plus âgées, nous chercherons donc à nous imposer lors d'événements comme des rencontres sportives, des festivals en distribuant nos produits. Nous avons par la même occasion alloué un budget pour ouvrir un pop'up la première année puis plusieurs les années suivantes. Ces boutiques éphémères apparaîtront à l'occasion de nouvelle collection et ça pendant un mois. Pour la première année, nous avons décidé de le poster dans un centre à Paris Citadium. Nous avons choisi ce centre commercial car il regroupe des marques principalement jeunes du moins qui vise les jeunes.

Plan opérationnel :

Du point de vue des moyens à notre disposition nous avons des moyens financier grâce à un crédit accorder de la part d'une banque à la suite de notre présentation il nous permettra de faire face à de potentiels problèmes mais aussi et surtout permettre à notre entreprise de grandir. L'équipe VHS compte trois principaux associés qui occupent tous les trois des postes essentiels. Ressources humaines, Elle pourra recruter des employés pendant certaines périodes données, comme par exemple la sortie de nouvelle collection. D'un point de vue de production, nos collections seront produites à l'étranger Chine, Afrique du nord ou encore Turquie. Nous possédons tout de même une machine à broder ainsi qu'une machine pour faire des floccages, les dirigeants s'occuperont de ces tâches les premières années, le nombre de machines évoluera en fonction des années.

Site Internet

<http://vhs.alwaysdata.net>

Le choix des technologies :

Pour la partie frontend du site internet nous avons décidé d'utiliser un logiciel de framework nommé Bootstrap. C'est un framework CSS très complet et répandu. Il existe des librairies très intéressantes associées à ce framework facilitant la création d'un site e-commerce.

Si nous avons choisi BootStrap, c'est notamment pour cette raison mais également pour la réduction de la quantité de code rendant ce dernier maintenable. En effet, avec ceci, nous pouvons nous passer des feuilles de styles en cascades (fichier CSS).

De plus, les grilles BootStrap sont significativement plus simple que les grilles CSS &

FlexBox.

Pour le côté serveur du site web, ou backend, nous avons choisi d'utiliser le PHP. C'est un langage polyvalent, il permet de récupérer des données depuis la base de données, ou encore de créer des sessions uniques pour chaque utilisateur. Nous avons donc utilisé ces sessions pour proposer aux utilisateurs des paniers de commandes simples et sécurisés. Pour la création de compte tout se fait par des formulaires qui traitent les données pour par la suite créer le compte dans la base de données.

Nous avons décidé de faire un site ergonomique et intuitif pour l'utilisateur. Le nom de l'utilisateur est affiché quand il est connecté (cf annexe 1). Chaque fois qu'il ajoute un article dans son panier, le site le renvoie sur la page sur laquelle il était. Ainsi, l'utilisateur ne sera pas perdu.

La sécurité est très importante pour ce genre de sites marchands, c'est pourquoi nous avons protégé les entrées utilisateurs sur tout le site. De plus, si l'utilisateur n'est pas connecté, il ne peut pas ajouter d'article à son panier il sera automatiquement redirigé vers la page de connexion. Comme précédemment dit, nous avons choisi d'utiliser PHP pour ses sessions. Celles-ci sont sécurisées car chaque session est identifiée par un cookie créé aléatoirement ce qui garantit l'absence de deux sessions égales.

Voir annexe 7

Direction Artistique

Nous avons décidé de créer un pôle dédié au côté artistique de notre organisation car l'équipe possède des bases solides sur le logiciel de photomontage nommé Photoshop.

De ce fait, nous avons dans un premier temps procéder avec l'ensemble de l'organisation un brainstorming afin d'élaborer la direction artistique qui constitue l'ADN de l'entreprise. Dans un premier temps, nous avons créé notre logo qui représente l'image de la marque que ce soit sur nos produits ou sur internet.

Pour concevoir notre logo nous avons décidé de choisir une cassette VHS. Cela permet aux potentiels nouveaux clients d'identifier clairement notre marque.

Nous avons donc opté pour 3 types de logo différents, le premier le rose qui se retrouve sur notre site internet. Nous avons utilisé le rose car c'est une couleur qui attire l'œil et qui fait vintage, plus vivante c'est donc une version améliorée du logo noir.

Ensuite, le logo en noir et blanc plus sobre et principalement utilisé pour les réseaux sociaux plus facile à redimensionner en plus d'avoir un rendu sans perte de qualité comparé au logo précédent.

Les plus grandes organisations possèdent toutes un logo en noir et blanc, c'est dans cette ambition que notre entreprise veut s'inscrire dans l'histoire.

Enfin, le dernier logo uni que l'on retrouve principalement sur nos vêtements. Plus simpliste, il permet d'être plus accessible aux consommateurs qui n'adhèrent pas forcément au logo précédent.

Voir annexe 8

Après avoir élaboré les différents logo nous sommes passés à la créations des différents vêtements de notre boutique en se répartissant les tâches. Nous avons procédé par collection en prenant en compte les différentes saisons de l'année et en choisissant de créer des vêtements unisexe sachant que tous les vêtements sont de couleur blanche à la base (image libre de droit). Chaque produit a été validé par l'ensemble du groupe grâce ou amélioré grâce aux retours fait sur les prototypes.

Nous avons désigné la collection University Jacket qui est constituée de 4 couleurs avec des manches en cuir la collection totalement dans le thème de VHS.

Voir annexe 9

Nous avons créer par la suite, la collection de Sweat Smooth Pullover qui regroupe 4 sweat de couleur différentes. Le design original est un pull blanc en coton, tout a été réalisé à l'aide Photoshop. La police et les bandes sont désignées afin d'être le plus possible dans le thème vintage, de même pour les couleurs.

Voir annexe 10

Deuxièmement nous avons crée une collection sweat de couleur unis, beaucoup plus sobre et simple nommé Wintered Sweats constituer de 3 couleurs.

Ces gammes sont destinées à être portées durant des périodes telles que l'automne ou l'hiver.

Suite à la création de ces produits nous nous sommes axés sur des produits pour des saisons comme le printemps ou l'été.

Premièrement, nous avons créé la collection Vintage Sunset qui retransmet parfaitement le thème vintage et l'été. Les couleurs ont entièrement été réfléchies au préalable et ont une signification bien précise. Celui de couleur jaune signifie le l'après midi, Le rose le crépuscule et enfin celui de couleur noire la nuit.

Voir annexe 11

Nous avons procéder par la suite par la création de la collection Vintage Sportswear, une gamme constituer débardeurs blanc, rouge et violet. Ces débardeurs ont été créés dans le but d'avoir quelque chose de léger et pratique en été comme pour pratiquer du sport par exemple.

Voir annexe 12

Ensuite, nous avons eu l'idée de créer la Collection Smooth qui est une retranscription de la collection Smooth Pullover. Le but principal de cette collection était d'avoir une version plus estivale comparée aux sweat, tout en sachant que le design des sweat pouvait peut être ne pas plaire à de potentiels clients à cause du type du produits.

Voir annexe 13

De plus nous avons décider de créer 2 collection avec la même typographie l'un contiens la collection Retro Cap constituer comme son nom l'indique de casquette de couleur blanche et beige avec une typographie Vintage comme pour les collection Smooth et Vintage Sunset. Et l'autre se nommant Basic Waves avec des t-shirt de couleur blanches et des motifs vintages.

Voir annexe 14

En plus de cela nous avons créé La collection OT Jean (Old Time Jeans) pour avoir une gamme plus large de produits à proposer.

Voir annexe 15

Enfin, nous avons créé une collaboration entre différents manga grâce à une étude de marché nous avons constaté que normalement de marque avaient une collections dédiée aux manga. En conséquence nous avons fait 3 collaborations avec des manga tel que Goldorak, GTO et Slam Dunk. Ces collections sont constituées de t-shirts avec 3 coloris au minimum.

Voir annexe 16

Communication et Publicité

Pour la communication nous avons abordé plusieurs points, tout d'abord fait des flyers avec d'un côté le logo et de l'autre une promotion avec un style cohérent avec celui de l'entreprise, il était indiqué dessus l'adresse du site et l'email pour nous contacter . Les flyers indiquent une promotion de 20% si le client indique le code de promotion ci- dessus.

De plus, nous avons décidé de créer des cartes de visite à distribuer à de potentiels collaborateurs ou des clients. D'un côté elle possède le logo de VHS et de l'autre un QR code qui renvoi vers notre page d'accueil. Nous avons choisi un modèle simple mais efficace qui intéresse la personne à laquelle on donne la carte et lui donne envie de s'intéresser à l'entreprise.

Bilan et descriptif des journées

Durant ces 8 jours de travail, l'équipe de VHS a su s'organiser et travailler en groupe dans le but de mettre en place une entreprise à la hauteur de ses attentes. Les différents collaborateurs ont réussi à travailler ensemble afin de réaliser un business plan, un site

internet, un support de communication et une direction artistique. Le travail a été réparti équitablement en fonction des capacités et des compétences de chacun. Chaque jour le PDG a alors rédigé un compte rendu de journée sur les tâches réalisées pour chaque service.

Voir

Annexe

17

Ainsi l'entreprise peut suivre son propre avancement et son évolution dans le temps par rapport aux travail fournis aux cours du temps de travail à notre disposition.

Remerciements

L'entreprise VHS tient à remercier les différents professeurs qui ont pu se mettre à leurs dispositions afin de les aider et conseiller sur leurs différents choix et marges de travail. VHS remercie également les différentes agences immobilières de nous avoir reçu et la banque du crédit agricole de nous avoir fourni notre devis et d'avoir participé indirectement à notre projet. Enfin pour finir, l'équipe VHS remercie ses collaborateurs d'avoir suent travailler, prendre des décisions collectives et s'entendre sur les choix de l'entreprise, le tout dans un cadre de travail amical et convenable.