

Concept de l'entreprise

Nom de l'entreprise :

J'ai décidé de nommer mon entreprise « L'univers d'Olivier » car j'ai voulu partager une partie de moi et de mes centres d'intérêts.

Je pense qu'aujourd'hui on peut s'abstenir d'utiliser et maltraiter les animaux pour effectuer des tâches telles que le ramassage de noix de coco pour fabriquer l'huile du même nom ou encore effectuer des tests cosmétiques sur les animaux par exemple.

Type de marchandise :

J'ai concentré mon entreprise et mon site internet sur ma volonté de repenser nos modes de consommations. C'est donc tout naturellement que j'ai cherché à commercialiser des produits permettant de sauvegarder le **bien-être** animal tels que les produits ci-après :

- Visage : démaquillant, nettoyant, hydratant, dentifrice ;
- Corps : hygiène du corps, déodorant, hydratation, huile de massage, parfum ;
- Capillaires : laver et nettoyer, produits coiffants, soins cheveux, accessoires ;
- Maman & bébé : produits d'hygiène, soins hydratants bébé, lingettes et accessoires ;
- Homme : visage, rasage, corps, cheveux ;
- Lifestyle : bougies parfumées, diffuseurs d'huiles essentielles, produits ménagers naturels, décoration, maison zéro déchet ;
- Pour les animaux : savons, shampoings, accessoires.

Mais également les **produits issus de l'agriculture biologique** :

- Fruits et légumes ;
- Produits frais et boisson ;
- Epicerie salée et sucrée ;

J'ai également pris le parti d'indiquer diverses **recettes véganes** qui ont pour but d'inciter à l'achat de plusieurs produits sur le site.

Type de clientèle :

Mon entreprise et ses produits s'adressent **principalement** à une population de jeunes adultes ayant entre 18 et 34 ans car cette nouvelle génération de consommateurs se préoccupe plus du bien-être animal et de l'écologie.

Mon entreprise s'adresse également aux végétariens, végétaliens et végétariens qui ont généralement moins de 34 ans et sont plus souvent représentés dans les catégories socio-professionnelles supérieures ou chez les inactifs car selon une enquête du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC) éditée en 2019 12% des 18-24 ans et 11% des 25-34 ans seraient végétariens et/ou végétariens.

Dans un second temps, mon entreprise s'adresse aux consommateurs flexitariens qui souhaitent réduire leur consommation de viandes et manger sainement.

Choix esthétiques de la page d'accueil

Choix couleur :

J'ai choisi plusieurs nuances de vert comme couleurs principales de mon site internet car en termes de communication visuelle marketing le vert représente les domaines liés à la nature et au plein air.

J'ai choisi de marier le vert principal à la couleur secondaire blanche car c'est un rehausseur de ton mais aussi une signification de pureté. Ces deux couleurs se marient également très bien et donnent un bon rendu visuel, agréable à l'œil.

Choix de la police :

- J'ai choisi la police Seaweed Script cursive pour habiller certains de mes titres afin de donner un rendu plus naturel qui pourrait rappeler une écriture manuscrite.
- Puis j'ai principalement appliqué Poppins sans- serif qui est géométrique pour une écriture élégante, simple, mais dotée d'une forte personnalité.

Choix de la disposition des textes et images :

- Tout comme la police Poppins je voulais que mon site soit géométrique afin de faire quelque chose qui soit clair, lisible, accessible et qui rappelle ma barre de navigation. J'ai donc implémenté de petites animations ou des hover afin d'animer la page d'accueil et la rendre plus attractive.
- Pour mon header j'ai voulu illustrer le titre et le paragraphe introductif j'ai donc choisi une photo avec des oiseaux en liberté dans un décor de grande nature.
- Pour les catégories et les produits je voulais encore ce côté géométrique dans la disposition des éléments et pour le choix des photos je souhaitais quelque chose de très naturel qui correspond aux produits vendus.
- Ma bande promotionnelle quant à elle a des images dont le fond est couleur pastel car j'ai souhaité attirer l'œil du client pour que cela ressorte sur fond blanc et lui montrer des images animées et parlantes représentant la nature, les économies et des renvois directs vers les promotions applicables.

Concernant le footer je l'ai divisé en deux parties, toutes deux colorées de deux nuances de vert afin de rester dans le thème de mon site et de rappeler ma barre de navigation.

La partie haute du footer représente les engagements liés aux produits commercialisés, sur un fond clair avec des svg de couleur blanche pour les faire ressortir

Puis j'ai utilisé la couleur plus foncée pour tous les liens utiles, newsletter et réseaux sociaux et écrit en noir afin que ces informations puissent facilement être lisibles.