



SAé 101

Audit VF

YVES ROCHER

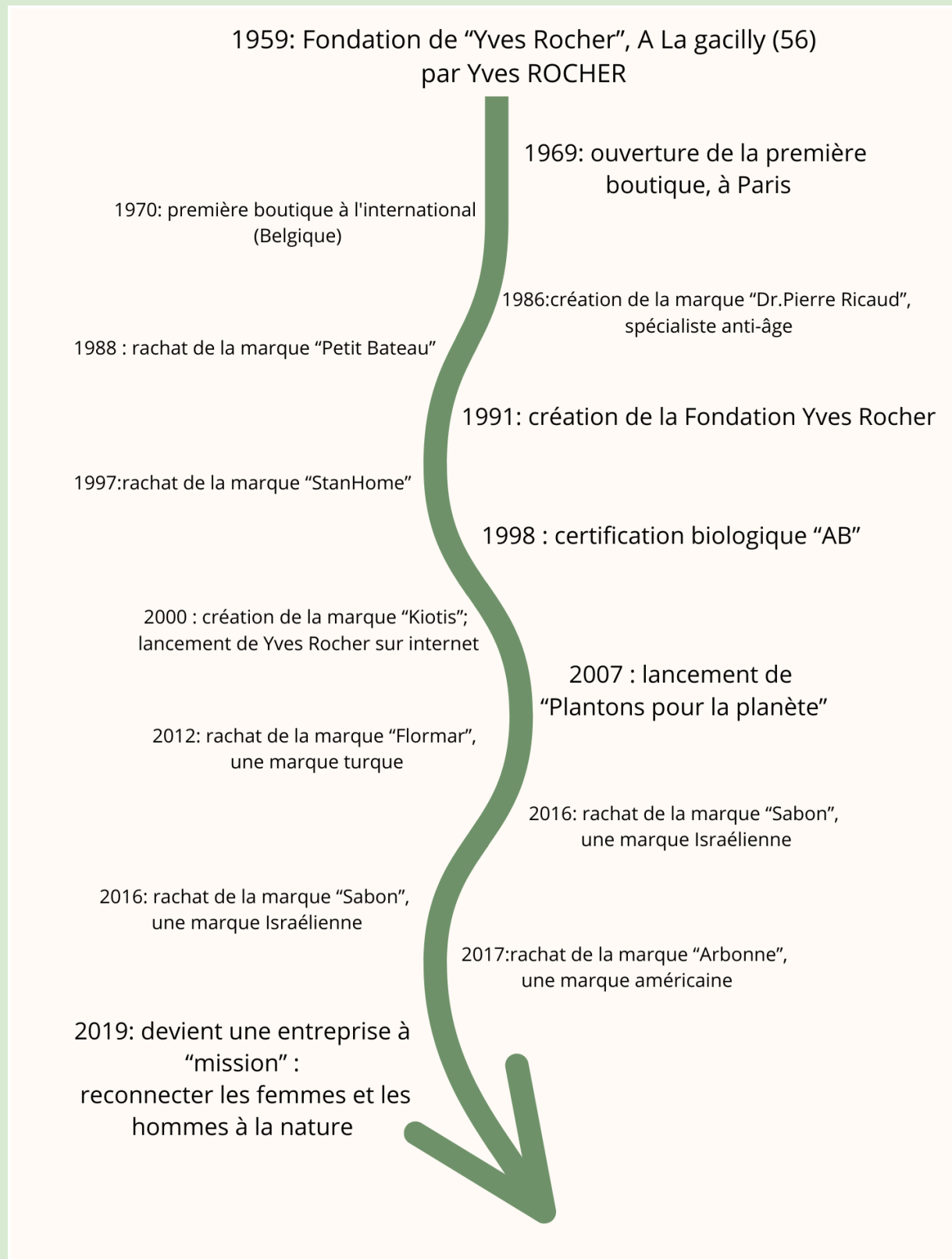
Rendre la beauté accessible à toutes
les femmes



Sommaire :

Histoire de la marque.....	Page 3
SWOT.....	Page 4
Audit de contexte.....	Pages 5/6
PESTEL.....	Pages 7/8
Audit économique.....	Pages 9/10
Audit de l'architecture de l'information.....	Page 10
Audit sémiotique.....	Page 12
Audit d'ergonomie.....	Page 13
Sources.....	Page 13

Histoire de la marque :



SWOT :

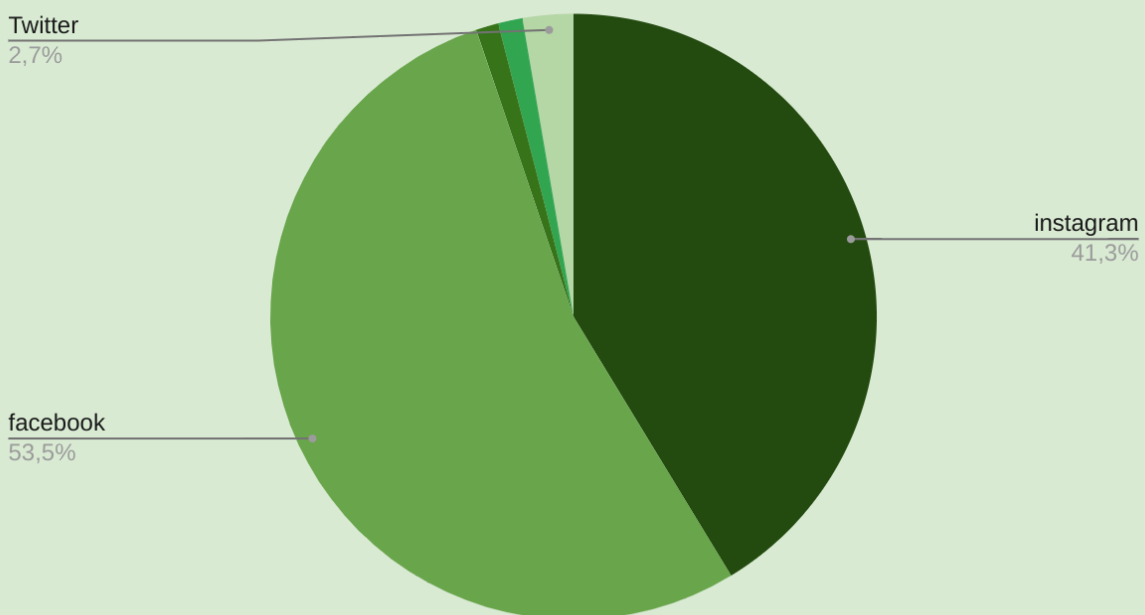
Forces	Faiblesses
<p>Groupe familiale puissant;</p> <p>Engagement en valeur de l'environnement;</p> <p>Expertise inégalée;</p> <p>Force financière;</p> <p>Valeurs de la marque;</p> <p>Qualité des produits;</p> <p>Bonne présence sur les réseaux sociaux.</p>	<p>Difficultés de développement à l'international;</p> <p>Peu de ventes en ligne;</p> <p>Incitation à la surconsommation (promotions massives).</p>
Opportunités	Menaces
<p>Développement durable et respect de l'environnement;</p> <p>Augmentation des ventes numériques;</p> <p>Hausse de la valeur du secteur de la beauté;</p> <p>Peu de concurrents sur le marché du cosmétique "eco friendly".</p>	<p>Mise en place de gammes concurrentielles;</p> <p>Peu d'exploitation du marché de la vente par correspondance;</p> <p>Perte du chiffre d'affaires.</p>

Audit de contexte :

Le groupe Rocher est constitué d'une dizaine d'enseignes de produits cosmétiques, dont Yves Rocher, Daniel Jouvance, Docteur Pierre Ricaud, mais aussi de l'enseigne de vêtements Petit Bateau.

Yves Rocher fait parti des entreprises plutôt très actives sur les réseaux sociaux

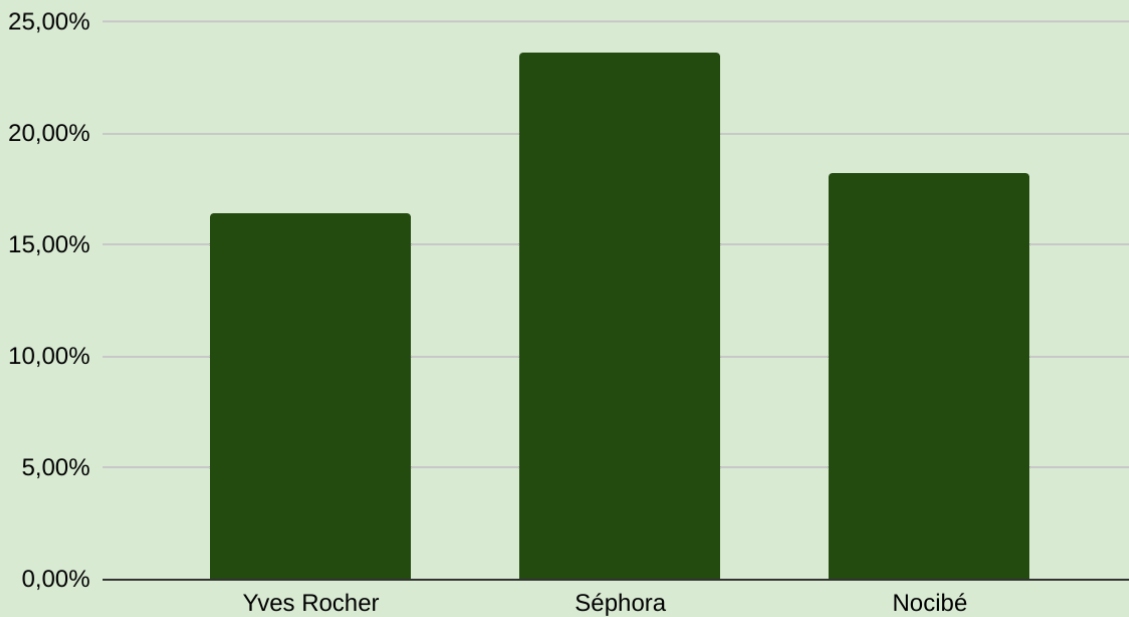
Presence de Yves rocher sur les réseaux (en nombre d'abonné)



Sur le marché des cosmétiques et des soins, les concurrents d'Yves Rocher sont Sephora, Nocibé et Marionnaud.

Le positionnement d'Yves Rocher est différent de celui de Sephora, Marionnaud et Nocibé, puisqu'on ne trouve que des produits Yves Rocher dans les boutiques. De plus, l'enseigne cherche à prioriser les ingrédients d'origine naturelle, et à n'utiliser les ingrédients synthétiques que lorsque aucune alternative naturelle n'est possible.

Yves rocher et la concurrence



Troisième site beauté en France, en termes de chiffre d'affaires, Yves Rocher a aussi été élu, en 2019, site préféré des Français à l'occasion de la Nuit des Favoris de l'e-commerce.

Yves Rocher s'adresse à une cible principalement féminine, toutefois, il existe des gammes pour hommes. Il est difficile de définir la cible en termes de tranche d'âge puisqu'elle s'adresse à tous les âges en proposant des gammes de produits adaptés à chacun. Le cœur de cible de l'enseigne Yves Rocher reste tout de même les femmes qui ont entre 25 et 35 ans.

Les prix des produits sont moyens pour rester accessibles et se démarquer dans les prix de la concurrence, ainsi que pour toucher un maximum de clients potentiels. Le produit le moins cher est à 3 € et le produit le plus cher est à 90€.

Pestel :

P olitique	<p>-La loi européenne créée en 1976, sur les cosmétiques a pour objectif de s'assurer que les cosmétiques français ne soient pas nocifs lors de conditions d'utilisation normales ou prévisibles. Cette réglementation vise à protéger les consommateurs et l'environnement.</p> <p>-Un fabricant de cosmétique est préjugé responsable des produits qu'il commercialise, puisque ces derniers ne nécessitent pas d'autorisation lors de leur mise sur le marché.</p> <p>-La loi sur les nouvelles réformes économiques oblige les entreprises qui sont cotées en bourse à produire un rapport de développement durable.</p> <p>-Cependant, le marché est tellement grand et fort en France que les changements politiques et/ou les nouvelles décisions émanant des pouvoirs de l'État n'affectent peu voire pas du tout le secteur.</p>
E conomique	<p>-Dans notre pays, les cosmétiques représentent environ 25 % des parts de marché.</p> <p>-L'industrie des cosmétique est l'un des secteurs les plus important de l'économie française</p>
S ocioculturel	<p>-Création de nombreux emplois</p> <p>-Le secteur des cosmétiques est un marché bien ancré dans le quotidien des consommateurs.</p>
T echnologique	<p>-Développement du e-commerce</p> <p>-Être toujours à la pointe et proposer les meilleures technologies aux consommateurs est un gage de réussite pour les entreprises du secteur.</p> <p>-Marché très concurrentiel, il faut donc savoir se démarquer correctement avec une bonne communication digitale.</p>

<p>Ecologique</p>	<ul style="list-style-type: none"> -L'environnement onnement est un sujet crucial pour le secteur du cosmétique -Ces dernières années, le secteur a dû faire face à plusieurs problématiques liées aux produits utilisés, aussi bien parce qu'ils présentaient un danger pour la santé que pour l'environnement, par exemple avec le parabène. -Les entreprises du secteur des cosmétiques se doivent de respecter la norme ISO 22716 qui les oblige à mettre en œuvre les bonnes pratiques de fabrication.
<p>Légal</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La loi du 23 juillet 1987 sur le mécénat fait entrer les fondations dans le champs législatif -La loi sur les nouvelles réformes économiques oblige les entreprises coté en bourse à produire un rapport de développement durable -Création le 5 juillet du CSSC (comité scientifique pour la sécurité des consommateurs) -Dans le secteur des cosmétiques, les brevets sont primordiaux.

Audit Économique :

Type : Entreprise privée

Statut juridique : SA (Société Anonyme)

Nature de l'activité : Vente de cosmétiques végétale

Nombre d'employés : 16 000

Nombre de pays : 110

Le chiffre d'affaires d'Yves Rocher s'élevait à 3 milliards € et 17 000 employés en 2021 et aujourd'hui, leur chiffre d'affaires a diminué, passant à 2,4 milliards €. Ils sont donc maintenant à 16 000 employés:

Année	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Chiffre d'affaires	384 521 000	383 323 000	454 082 000	452 665 000	450 785 000	468 919 000

Ce changement brusque est dû à la crise sanitaire qui a eu un énorme impact sur le marché. La marque possède un total de six certifications et partenariats : Agriculture Biologique et Agroécologie, UEBT l'union qui fait notre force, 1% POUR LA PLANÈTE la terre nous dit merci ! NOS REFUGES biodiversité LPO, Pacte National sur les Emballages Plastiques.

10% du marché asiatique représente leurs chiffres d'affaires.

Le groupe compte aussi 8 autres marques, Dr Pierre Ricaud, Petit Bateau, Arbonne, Stanhome, ID parfums, Sabon, Flormar, Kiotis, et compte plus de 16 000 collaborateurs.

Yves Rocher est mis en avant du fait qu'elle possède 450 millions de produits fabriqués pour l'essentiel en Bretagne, en plus des ses 10 enseignes de produits cosmétiques et des ses engagements avec la nature, plus expliquer dans l'audit de contexte. Elle possède également un lien très fort avec ses clients grâce à son site internet où 50% des ventes se font dessus, leur site compte plus de 46 millions de visiteurs par an.

Yves Rocher s'implante avec 650 boutiques disponibles en France, la marque s'est mise en place dans le monde entier avec 2 800 boutiques intégrées dans le monde.

Pour promouvoir leurs produits, des pubs télévisées sont diffusées et ils créent des relations étroites avec les plateformes des médias majeures: Facebook/Instagram, Google/Youtube, avec lesquelles ils travaillent sur mode de partenariat. Le niveau d'investissements média online doit représenter entre 15 et 20% du CA online.

Audit de l'architecture de l'information

Des enquêtes de satisfaction ont été menées pour mettre en place dans ces magasins des espaces réservés au bien-être et à la détente.

Une étude a été réalisée le 5 janvier 2022 dans le cas d'un exemple dans le cadre de la formation STMG.

Contrôle des actions	<ul style="list-style-type: none">• Yves Rocher a un système marketing qui consiste à offrir des remises et des promotions en cas de cumuls d'achat de la part du client, mais aussi de nombreux cadeaux gratuits dans le cas d'anniversaire ou d'événement particulier et également pour aucune raisons précises.• Pour le système d'achat, les frais de livraisons ne sont affichés que lorsque l'utilisateur décide de payer se qu'il a ajouté à son panier et propose un cadeau offert avant la validation de l'achat.
Le guidage	<ul style="list-style-type: none">• En termes de communication plutôt vaste, ils transmettent les actualités de leur produit via la télévision mais aussi des campagnes de communication effectives sur internet et sur mobile• Les offres importantes sont envoyées par mail à ces clients par SMS ou MMS.

<p>L'adaptabilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Deux programmes ont connu un succès remarquable, le premier est le programme appelé "Planton pour la planète" qui vise à encourager le grand public à planter des arbres. • Pour ce qui est du deuxième programme, Yves Rocher a créé un prix appelé "Terre de Femmes" afin d'encourager un maximum de personnes à œuvrer pour la protection de l'environnement.
<p>La compatibilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le site est accessible sur pc windows, Linux et fonctionne sur tous les moteurs de recherche et aucun changement est visible • La version mobile est assez adapter pour un petit écran et permet de se déplacer librement

Audit Sémiotique :

Le visuel de la marque est basé sur le vert et le marron (le vert omniprésent sur le logo), pour représenter la nature, la terre, l'écologie.

Les supports de communication sont leurs vitrines, la tenue des employés, l'accueil réalisée en boutique, la décoration, les diagnostics beauté réalisés en institut, les réseaux sociaux, le mailing (newsletter), site internet, publicité TV, cartons d'invitations, carte de fidélité, cartes avantages fidélité envoyées par la poste...

Leur communication valorisante est la notoriété de la marque et de l'image d' Yves Rocher.

En termes de communication interne, Yves Rocher développe sa communication et accorde une certaine liberté à chacun de ses magasins.

Yves Rocher est une franchise : Chaque point de vente à l'identité YR mais chaque YR a une communication spécifique.

Yves Rocher détient un des plus importants fichiers clients du commerce spécialisé avec plus de 30 millions de clients dans le monde.

Yves Rocher segmente son offre en 6 gammes de produits en matière de beauté et de bien-être :

- Soin du visage
- Maquillage
- Parfum
- Soin du corps
- Cheveux
- Hommes

Audit d'ergonomie :

Compréhension	<ul style="list-style-type: none">• Les symboles et les interactions sont bien cohérents par rapport à l'utilisation de ses formats sur la majorité des sites• L'esthétique du site est présente et n'est pas gênante pour les utilisateurs.
Homogénéité et Cohérence	<ul style="list-style-type: none">• Le site yves rocher est accessible aux différentes formes de daltonisme, sauf peut être les Deutéranopes, ou le contraste n'est pas forcément assez évident à différencier.• Le premier lien pour accéder au site en cherchant Yves Rocher affiche une page d'erreur venant du moteur de recherche car il ne trouve pas le site
Charge & Densité	<ul style="list-style-type: none">• Il dispose d'une surcharge d'information dès l'arrivée du site• Les catégories du menu doivent être survolées pour pouvoir accéder aux sous catégories.
Gestion des erreurs	<ul style="list-style-type: none">• Si un client fait l'erreur de mettre un produit qu'il ne souhaite pas, il peut le retirer en cliquant sur l'icône représentant une corbeille.• La page d'erreur du site se compose d'une image avec des fleurs à gauche et le message d'erreur en gros "Oups !" et un texte en dessous pour faire comprendre à l'utilisateur que le site à rencontrer un problème lors du chargement de la page.

	<ul style="list-style-type: none">• Dans le cas où l'utilisateur se perd, le site ne dispose pas de flèche ou autre indicateur pour retourner à l'étape précédente
--	--

Sources :

[En Bretagne, le groupe Rocher mise sur l'innovation et l'international](#)

[E-commerce: la stratégie d'Yves Rocher pour accélérer sa transformation digitale](#)

[Étude de gestion STMG - Exemple avec Yves Rocher - Cosmétiques](#)

[FICHES PRODUITS - Qualités et caractéristiques environnementales](#)

[L'e-commerce chez Yves Rocher en 7 chiffres-clefs](#)

[Qui sommes-nous ;](#)

[Le Point,](#)

[Le marché des cosmétiques en France \(2017\) - Analyse PESTEL](#)

[Tout savoir sur la marque Yves Rocher : histoire, origine, fondateur, chiffres clés... - Brillantine.net](#)

[Beauté : enseignes préférées des Français 2023 | Statista](#)

[L'e-commerce chez Yves Rocher en 7 chiffres-clefs](#)

[Les derniers chiffres, actualités et études de marché sur Rocher Groupe \(Yves Rocher\)](#)

[La communication chez Yves Rocher](#)

[plantForLife\(l'action de planter des arbres\)](#)

[Yves Rocher - Juliette Robinot](#)

[Pestel yves rocher - 319 Mots | Etudier etude de cas qui ressemble un peu à un audit](#)

[yves rocher emploi menace Quelles sont les marques de cosmétiques préférées des Françaises ? | Statista.](#)

[Beauté : enseignes préférées des Français 2023 | Statista.](#)

[Conditions générales de vente](#)

[Nos Certifications - Yves Rocher](#)

[Yves Rocher : Etudes de cas, analyses Marketing et Communication](#)