Plan de Merchandising
Capsule Collection
~
CHANEL

SOMMER ILLONA
RUYTER MARGOT
SKENDERI LEDA

SOMMAIRE

PARTIE I : LA MARQUE CHANEL
PARTIE II : LA CAPSULE PROPOSEE
PARTIE III : LE VISUAL MERCHANDISING

CHANEL

Maison de mode fondée par Gabrielle Chanel. Dès ses débuts, elle privilégie des lignes épurées, rompant avec les codes trop rigides de son époque. Cette vision a posé les bases d'un style clair et immédiatement reconnaissable.

La maison s'inscrit depuis toujours dans une recherche d'intemporalité. La petite robe noire, le tailleur en tweed ou le sac 2.55 sont autant de pièces devenues des classiques, pensées pour traverser les époques.

Cette vision s'exprime également dans le domaine olfactif avec le parfum N°5, lancé en 1921. Premier parfum "abstrait", il s'impose comme un pilier de l'identité Chanel et un symbole de son approche avant-gardiste.

ADN DE CHANEL

Le noir et blanc, d'abord symbole de simplicité, s'impose comme un marqueur intemporel. Le tweed, matériau alors inattendu dans le vestiaire féminin, exprime la volonté d'allier structure, confort et modernité. Le matelassé, inspiré des vestes d'écurie, devient un motif signature associé à la fonction et à la sophistication discrète.

Parmi les symboles emblématiques se trouvent le camélia, fleur favorite de Gabrielle Chanel pour sa pureté géométrique, et les perles, qu'elle aimait porter en accumulation pour jouer avec la lumière et illuminer le visage. Le sac 2.55, avec sa chaîne métallique et son esprit pratique, incarne cette approche d'une élégance libérée, où chaque détail répond à un usage.

C'est cette cohérence, nourrie par un vocabulaire stylistique clair et stable, qui assure à Chanel une identité forte, immédiatement identifiable et profondément ancrée dans l'histoire de la mode.

CODES

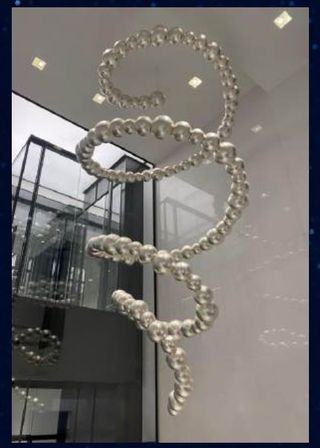
NOS OBSERVATIONS

Les vitrines sont très sobres en comparaison avec les autres marques de luxe. La seule décoration est placée sur l'immeuble (grand noeud)

À l'intérieur, les couleurs prédominantes sont : le noir, le blanc, le doré.
Tout les miroirs de la boutiques ont le logo Chanel.
Les fauteuils sont tous en tweed.

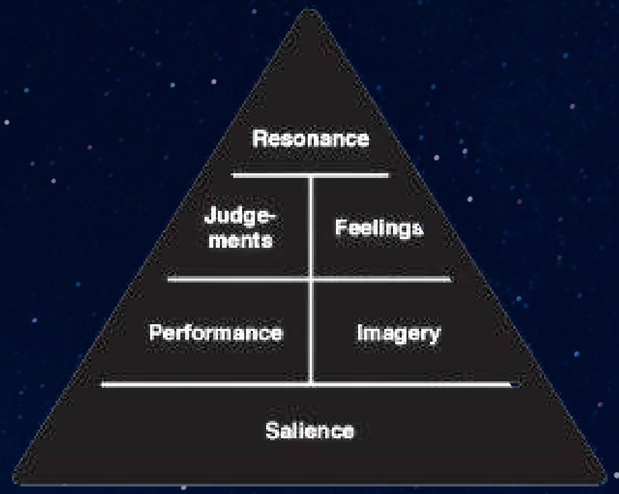
Les articles sont présentés de la même façon dans toutes les boutiques : toujours 6 pièces par portant, respectant la même organisation (une veste puis 5 hauts/pantalons).

Protocole d'accueil typique du luxe.



STRATÉGIE DE LA MARQUE

- Maintenir l'exclusivité : distribution maîtrisée, boutiques saisonnières premium comme Courchevel.
- Incarnations fortes de l'ADN : élégance intemporelle, qualité artisanale, codes signatures (tweed, quilting, double C).
- Expérience retail immersive : storytelling, décor alpin-luxe, éclairage soigné, parcours client fluide.
- Valoriser les collections capsule (Coco Neige) pour répondre aux moments de vie : ski, après-ski jour, après-ski soir.
- Renforcer le rêve Chanel : héroïsation des sacs, bijoux et silhouettes clés.
- Innovation + désirabilité : éditions limitées, univers constellation, palette scintillante pour la saison.
- Objectif business : augmenter le panier moyen, améliorer les KPIs (UPT, sell-through, conversion) en période haute de Courchevel.



RESONANCE
- Strong brand loyalty.
- Same theme of advertisements iconic Chanel.

JUDGEMENTS
- Overpriced.
- Value for money.

FEELINGS
- Sense of high social status / price.

PERFORMACE
- Good quality.
- Durable.

IMAGERY
- Themed use of black and white.
- Emphasises luxury / sophistication.

SALIENCE
- Iconic brand status.
- Low recall rates, high brand recognition.

POINTS D’ENTRÉE

• Héritage & ADN de Chanel : élégance intemporelle, tweed, double C, lignes pures.

• Luxe alpin : matériaux nobles (bois, laine, velours), ambiance chalet, Courchevel comme décor exclusif.

• Univers Constellation : palette blanc glacé, noir profond, argent et doré ; éclairages ponctuels évoquant les étoiles et les constellations.

• Dimension artistique : touches graphiques inspirées de Jean Cocteau, ami proche de Coco, dont les lignes et symboles s’intègrent naturellement au thème céleste.

• Moments de vie de la collection :
Ski : pièces techniques Coco Neige, matières chaudes et fonctionnelles.
Après-ski : silhouettes cosy, textures douces, accessoires brillants.
Soirée : looks scintillants, bijoux lumineux, ambiance festive du Nouvel An.

Produit Point d’entrée

SPICESE (PRIDE)

ORGUEIL / FIERTÉ

La fierté occupe une place centrale dans l'expérience Chanel. Arborer le double C revient à afficher un statut, un goût affirmé et une compréhension des codes du luxe. Chaque pièce Chanel, sac iconique, veste en tweed, bijoux, devient un marqueur social qui valorise l'image de soi.

À Courchevel, où la clientèle recherche distinction et reconnaissance, Chanel renforce cette fierté en offrant des produits qui incarnent l'élite et l'élégance.

Celestial BODIES

Courchevel

STORYTELLING

Cet hiver à Courchevel, Chanel imagine une boutique qui suit la journée de la femme à la montagne.

Celle qui skie porte Coco Neige.

Celle qui ne skie pas adopte les silhouettes Automne-Hiver.

Le soir, toutes les femmes se retrouvent sous les constellations, éclairées par la collection Croisière.

Le parcours client passe ainsi de la neige à la nuit étoilée, avec des univers clairs, lisibles et cohérents.

JOUR SKI

1 500 €

2 750 €

1 380 €

6 900 €

2 250 €

4 900 €

3 700€

6 900 €

3 800 €

2 250€

2750€

3 650€

900€

1 090€

4 550€

APRÈS-SKI

3900 €

790 €

1380 €

3900 €

5 900 €

2650 €

3 900€

3 400€

990€

7000€

2 900€

1 100€

4 200 €

2 750 €

1 300 €

3 400 €

4 200€

590€

1 190€

2 550€

2 500€

SOIRÉE

8 800€

1 090€

1 600€

8 500€

4 200€

12 000€

1 600€

7 600€

6 900€

1 850 €

JOAILLERIE

1

2

3

4

5

6

7

8

9

BENCHMARK

Moncler : Luxe & Performance

Associe technologie + silhouette chic
→ Confirme la demande croissante pour le ski-luxe

Fusalp : Élégance Alpine

Ski chic, tailoring sportif
→ Inspiration pour le confort et la technicité

Louis Vuitton : Capsules Ski / Hiver

Développe des collections saisonnières
→ Montre que les maisons luxe investissent la scène alpino-festive

Tendances du Marché Luxe Hiver

Explosion du segment ski + après-ski + soirée d'altitude
→ Parfait pour la collection Coco Neige × Constellation × Nouvel An

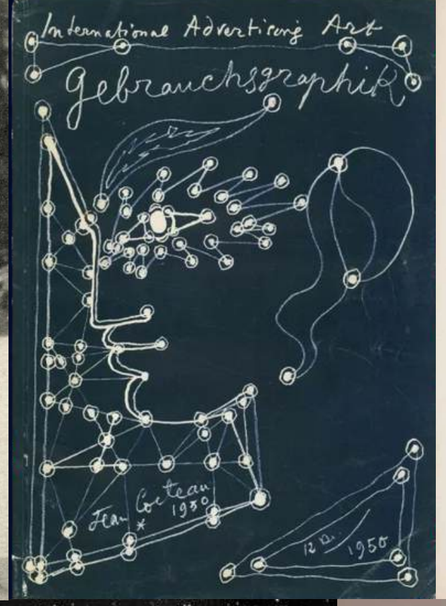
COULEURS & MATIÈRES

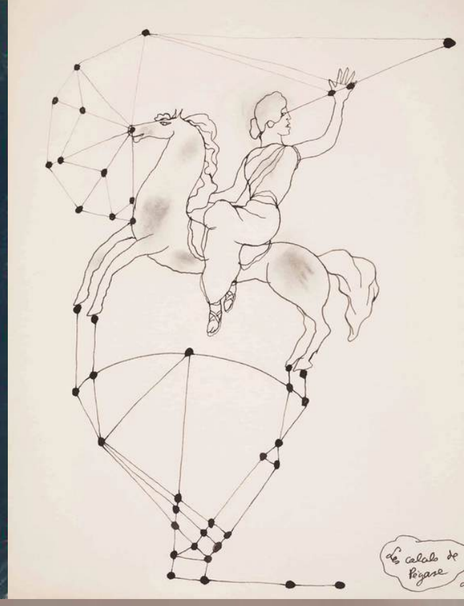
Blanc neige : pureté alpine, lumière glacée
Noir profond : élégance intemporelle de Chanel
Bleu nuit : rappel du ciel étoilé et des constellations
Argent métallisé : reflets glacés, clarté lunaire
Or champagne : ambiance Nouvel An, chic festif
Anthracite & gris givre : atmosphère montagne, roches et ombres neigeuses

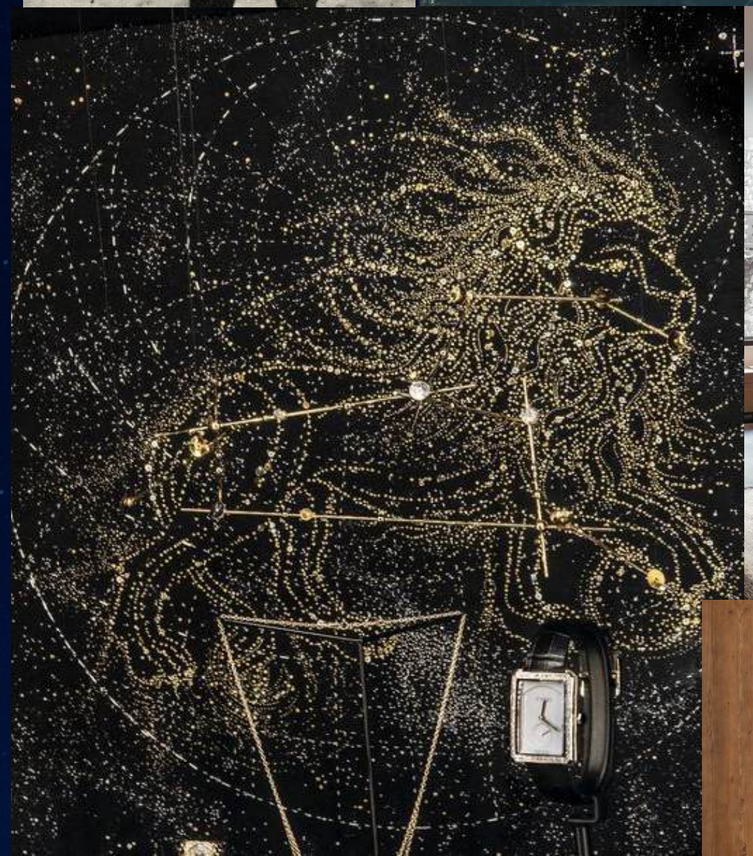
Laine chaude & cachemire : confort du jour après-ski
Tweed Chanel : code iconique revisité en tons d'hiver
Nylon technique : pièces ski fonctionnelles (Coco Neige)
Velours noir / bleu nuit : luxe nocturne, soirée après-ski
Cuir matelassé : signature Chanel (sacs & accessoires)
Métallisés (argent, or) : effet constellation, scintillement céleste
Fausse fourrure blanche : effet neige, douceur tactile
Iridescent / holographique léger : étoiles et reflets lunaires

LA BOUTIQUE

- Décor alpin-luxe, pensé comme un chalet Chanel : bois clair et bois foncé, matières naturelles, ambiance chaleureuse.
- Assises en tweed et fourrure , velours et laine, rappelant les codes signatures de la maison.
- Éclairage pensé comme un ciel étoilé, avec des points lumineux plus intenses comme des constellations : effet scintillant, subtil, élégant.
- Palette couleurs : noir, blanc, argent et or
- Clin d'œil à Gabrielle Chanel avec des photos d'elle à St Moritz dans les années 1930 + dessin de son ami Jean Cocteau sur le thème des étoiles et de l'astrologie







AUTRES BOUTIQUES

TABLEAUX DES STOCKS

Pièce	Prix (€)	Tailles	Stock par taille	Total
Doudoune soie rose	6900	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon soie rose	4900	S / M / L	3/3/02	8
Col roulé laine pailletée	2750	S / M / L	3/3/02	8
Moufles agneau noir	1380	Taille unique	3	3
Lunettes masque nylon tweed	1500	Taille unique	3	3
Bottines agneau lainé noir	2250	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Doudoune fibres mélangées blanc/noir	6900	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon fibres mélangées noir/blanc	3800	S / M / L	3/3/02	8
Bottines agneau lainé beige/noir	2250	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Pull-over cachemire marron/multi	3700	S / M / L	3/3/02	8
Col roulé laine noir/blanc	2750	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon fibres mélangées noir/écru	4550	S / M / L	3/3/02	8
Cardigan laine noir/blanc	3650	S / M / L	3/3/02	8
Cache-oreilles agneau lainé écru/noir	990	Taille unique	3	3
Moufles agneau lainé écru/noir	1090	Taille unique	3	3
Veste laine écru/noir	3900	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon cachemire bleu marine	3900	S / M / L	3/3/02	8
Bottes agneau lainé noir	2650	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Chapeau agneau noir	1380	Taille unique	3	3
Lunettes ovales acétate métal	790	Taille unique	3	3
Top ML fibres mélangées paillettes	3400	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon laine blanc	2900	S / M / L	3/3/02	8
Veste laine & fibres mélangées blanc	3900	S / M / L	3/3/02	8
Ballerines fibres mélangées	1100	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Cabas tweed noir/gris	7000	Taille unique	3	3
Cache-oreilles tweed laine	990	Taille unique	3	3
Pull laine étoiles	4200	S / M / L	3/3/02	8
Jean coton argenté	2750	S / M / L	3/3/02	8
Mocassins agneau noir/blanc	1300	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Pochette chaîne velours noir	3400	Taille unique	3	3
Top MC cachemire/alpaga	2550	S / M / L	3/3/02	8
Jupe courte cachemire/alpaga	2500	S / M / L	3/3/02	8
Cardigan cachemire/alpaga	4200	S / M / L	3/3/02	8
Bonnet cachemire/laine	590	Taille unique	3	3
Écharpe cachemire/laine	1190	Taille unique	3	3
Robe longue soie blanc	8800	S / M / L	3/3/02	8
Gants satin de soie blanc	1090	Taille unique	3	3
Sandales agneau laminé doré clair	1600	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Veste crêpe de soie doré	8500	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon crêpe de soie doré	4200	S / M / L	3/3/02	8
Sandales agneau laminé doré foncé	1600	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Blouse sequins noir/blanc	7600	S / M / L	3/3/02	8
Pantalon sequins noir	6900	S / M / L	3/3/02	8
Bottines satin de soie noir	1850	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Combinaison fibres mélangées bleu mar	7900	S / M / L	3/3/02	8
Bottines agneau lainé noir	2250	35–40	2 / 2 / 2 / 2 / 2 /	12
Robe courte cachemire/soie/strass	4800	S / M / L	3/3/02	8
Serre-tête fibres mélangées	880	Taille unique	3	3
Robe courte mohair/laine	3700	S / M / L	3/3/02	8
Chapka fibres mélangées noir	1290	Taille unique	3	3
Grand sac a rabat	5700	Taille unique	5	5
Cabas sac	7000	Taille unique	5	5
Pochette chaîne velours noir	3400	Taille unique	5	5
Sac du soir	12000	Taille unique	5	5

Pièce	Prix (€)	Stock total
Bague Comète Géode — or blanc 18K, diamants	10 950 €	2
Bague Transformable Soleil de Chanel — or blanc & jaune 18K, diamants	50 800 €	2
Bracelet Comète Chevrons — or blanc 18K, diamants	17 100 €	2
Boucles d'oreilles Comète Géode (PM) — or blanc 18K, diamants	6 800 €	2
Bracelet Comète — or blanc 18K, diamants	123 000 €	2
Bracelet Comète Géode — or blanc 18K, diamants	15 600 €	2
Bague Étoile Filante — or blanc 18K, diamants	18 400 €	2
Bague Comète 1932 — or blanc 18K, diamants	22 400 €	2
Collier Transformable Soleil de Chanel — or blanc & jaune 18K, diamants	61 600 €	2

Total des Stocks Prêt a porter, accessoires, chassures=386
Total du Stock Joaillerie=18
TOTAL=394

KPI

CA (Chiffre d'Affaires) =
PM (Prix Moyen) × Nombre de pièces en stock × Rotation.

50 pièces de Prêt a porter, accessoires, chassures et 9 pièces de Joaillerie– 1 pièce / m² (60 m²)

1. Prêt-à-Porter

Stock : 276 pièces
PM (prix moyen) : 3 500 €
Rotation : 3× par saison
CA estimé : 3 500 × 276 × 3 = 2 898 000 €

2. Accessoires Doux

Stock : 40 pièces
PM : 1 000 €
Rotation : 4× par saison
CA estimé : 1 000 × 40 × 4 = 160 000 €

3. Chaussures

Stock : 50 pièces
PM : 1 800 €
Rotation : 2× par saison
CA estimé : 1 800 × 50 × 2 = 180 000 €

4. Sacs

Stock : 20 pièces
PM sac : 5 000 €
Rotation : 2 fois / saison
CA estimé : 5 000 × 20 × 2 = 200 000 €

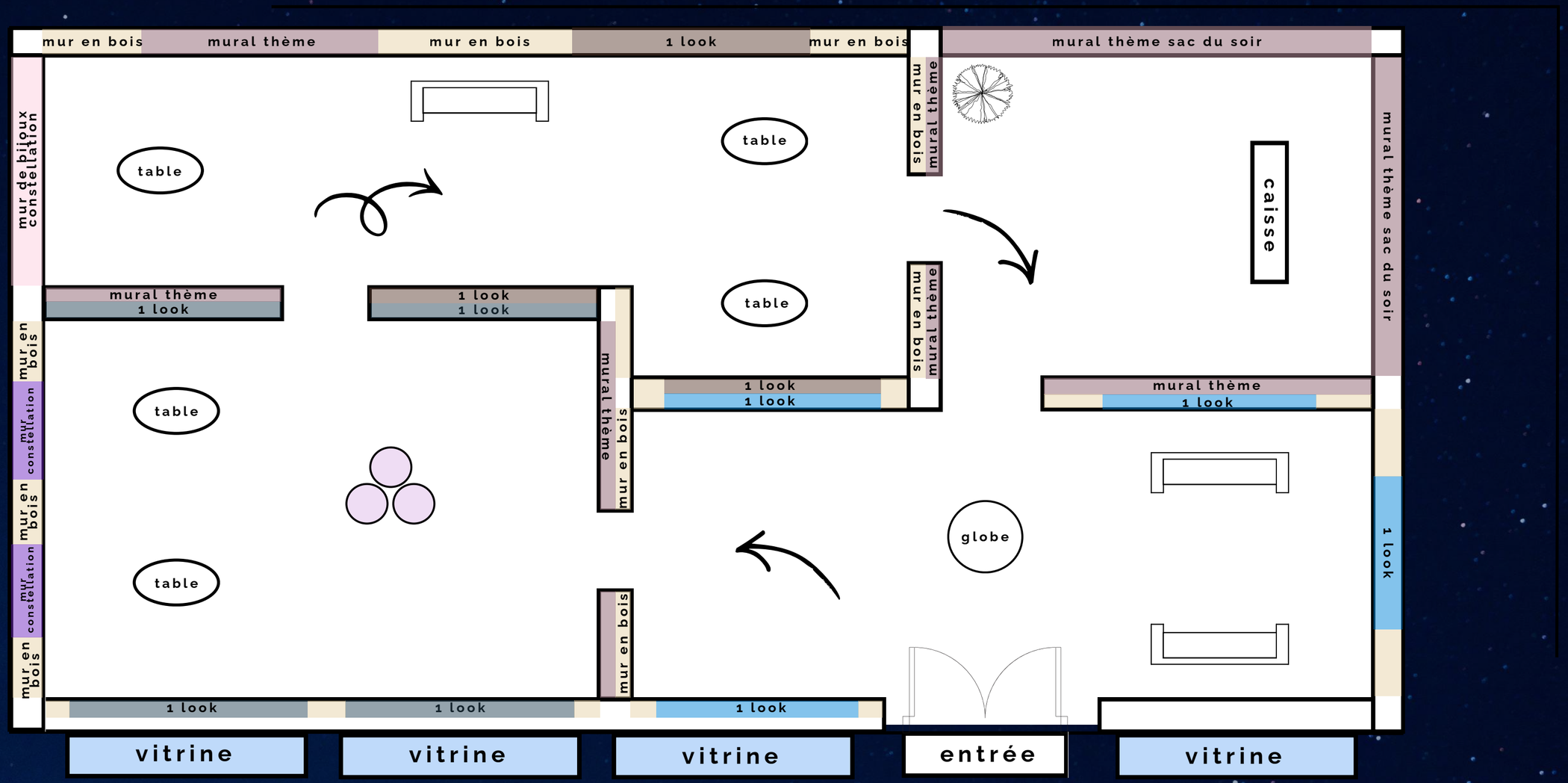
TOTAL MODE
(PAP + Accessoires + Chaussures + Sacs)
→ CA total mode =2 898 000 + 160 000 + 180 000 + 200 000= 3 438 000 €

Joaillerie / Haute Joaillerie

(catégorie séparée, rotation ultra faible)
Stock : 18 pièces
PM joaillerie : 20 000 €)
Rotation : 0,5× par saison (bijoux haut de gamme → faible rotation)
CA estimé : 20 000 × 18 × 0,5 = 180 000 €

TOTAL GLOBAL (MODE + JOAILLERIE)
3 438 000 € + 180 000 € = 3 618 000 € de CA potentiel

PARCOURS CLIENT

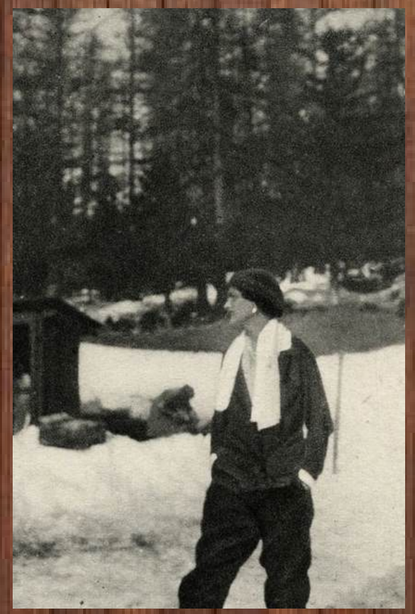


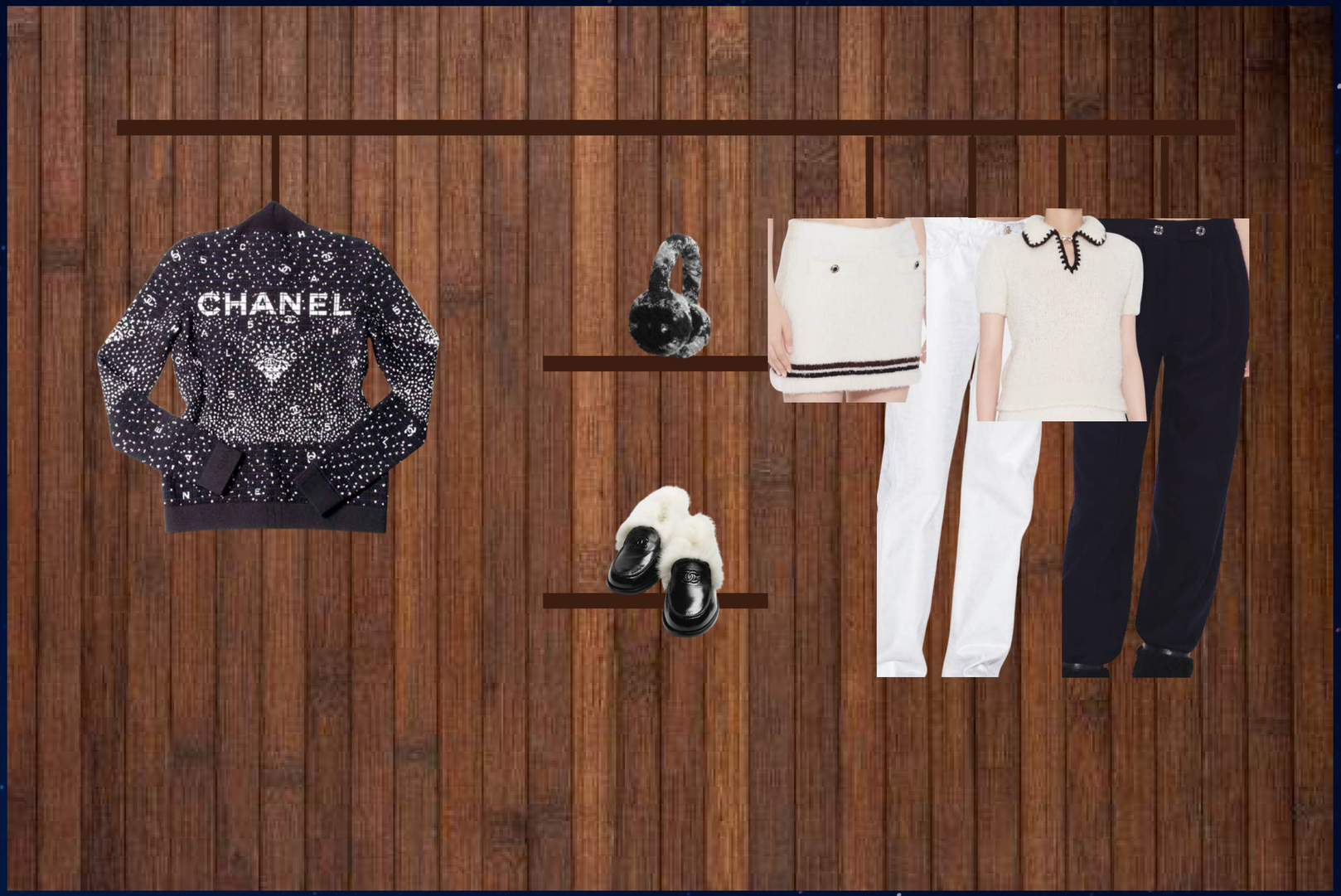
CHANEL

CHANEL
CHANEL

CHANEL
CHANEL

CHANEL




CHANEL

CHANEL
©CHANEL

MARKETING : INSTAGRAM

MERCI!