



63° 52' 06.23" N
149° 46' 09.49" W



someone

« life is a trip, enjoy the ride in someone's shoes »

Sommaire

- Le créateur 3
- La vision 4
- La marque 5
- Le workshop 7
- Les valeurs 10
- Eléments financiers 15
- Stratégie de développement 16
- Operation proposée / Valorisation 19

— Le créateur —

Camille Lambrecq, passionné de voyage, de mode et de photos est diplômé de l'école de commerce Sup de co La Rochelle (2011).

Lauréat de la bourse du créateur en 2006 avec un premier projet de création de marque en parallèle de ses études.

Il perfectionne son expertise d'entrepreneur en intégrant la structure d'essaimage Schneider Electric pendant un an. (Chargé de mission pour la fiabilisation et accompagnement à la création d'entreprises).

En 2010, il crée son agence de communication (Elegance communication / moods agency) et travaille comme photographe indépendant ainsi que pour WOSTOK PRESS).

Lauréat du grand prix Paris Match Photoreportage en 2011, il crée la marque de chaussures et accessoires SOMEONE en 2012 pour s'y consacrer à temps complet depuis 2013.

Camille est lauréat du prix Schneider Initiative Entreprise en 2014.



Lauréat du Grand Prix Paris Match Photoreportage Etudiant



— La vision —

La vie est un voyage et nous vous invitons à le vivre tous les jours en allant à la rencontre de nouvelles cultures, aussi loin que vos pieds vous mèneront.



Someone est la 1ere marque française de chaussures et accessoires URBAN / OUTDOOR.

Créée en 2013, la marque propose des produits haut de gamme fabriqués main en édition limitée avec des matériaux de qualité dans une démarche de production socialement juste et imaginée pour voyager dans le monde avec style, authenticité et qualité.

Someone c'est tout d'abord le fruit d'un voyage et de rencontres. C'est en



découvrant la culture indonésienne et en s'intéressant aux productions locales à Bali que Camille Lambrecq a découvert les richesses et le savoir faire des artisans indonésiens. L'envie de créer sa marque de chaussures est née d'une amitié naissante avec les artisans et le désir de retranscrire ses passions dans une marque à l'image de celles-ci.

La philosophie de Someone et son engagement sociale découlent ainsi toutes deux des valeurs acquises par le créateur lors de ses voyages.



La vision de son créateur est de proposer des collections uniques, inspirées du voyage et produites à la main en édition limitée sans réassort.

Cette stratégie de différenciation combinée à une communication internalisée a permis à SOMEONE de se faire une place sur un marché concurrentiel et fidéliser une communauté de clients adhérents aux valeurs et à l'authenticité de la marque.

Someone aujourd'hui

- 3 ans d'activités / 3500 paires vendues
- Une production multipliée par 4 en deux ans.
- CA 2015 : 95k €
- Une dizaine de points de vente en France + 1 eshop et des Market-place (MenLook / L'exception / Petits Frenchies...)
- 80 % du C.A réalisé sur le site internet someoneshoes
- Un showroom basé à DARWIN (Bordeaux): 2 stagiaires et une dizaine de collaborateurs Français indépendants
- Un Atelier de production artisanal Indonésien : 30 artisans, 1 responsable de production, 1 patronnier
- Un partenaire de production Bordelais : LE CHALET AQUITAIN
- 6^{ème} collection (Automne / Hiver 2015) commercialisée actuellement (1000 Paires)



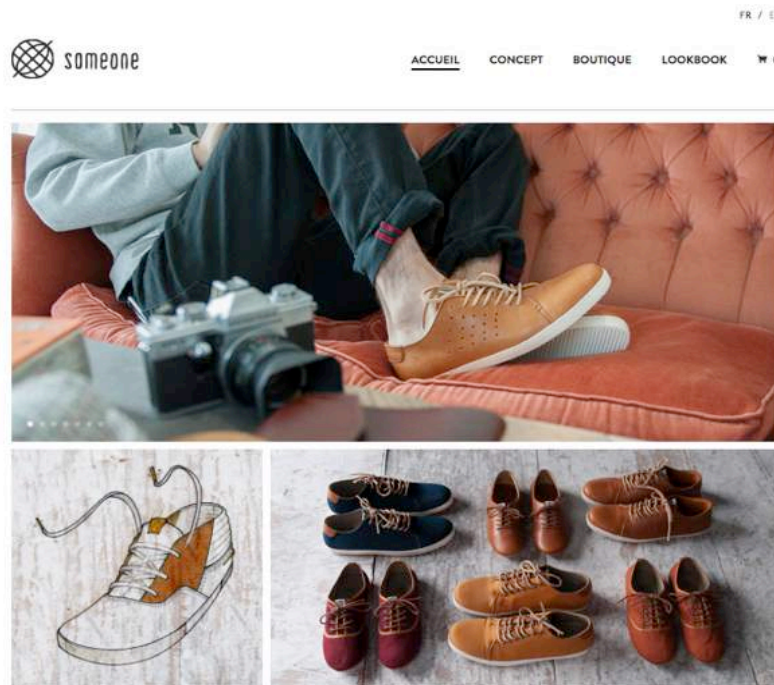
— Le workshop —



- Rapport Qualité / Prix très compétitif
- 25 artisans qualifiés + 5 en formations : effectif et atelier en pleine croissance (+30% / an)
- Savoir faire artisanal préservé : 30 ans d'expérience.
- Avantage concurrentiel :
 - Grande Flexibilité sur les volumes de production
 - Personnalisation économique
 - Lien privilégié avec le workshop



— Les collections précédentes —

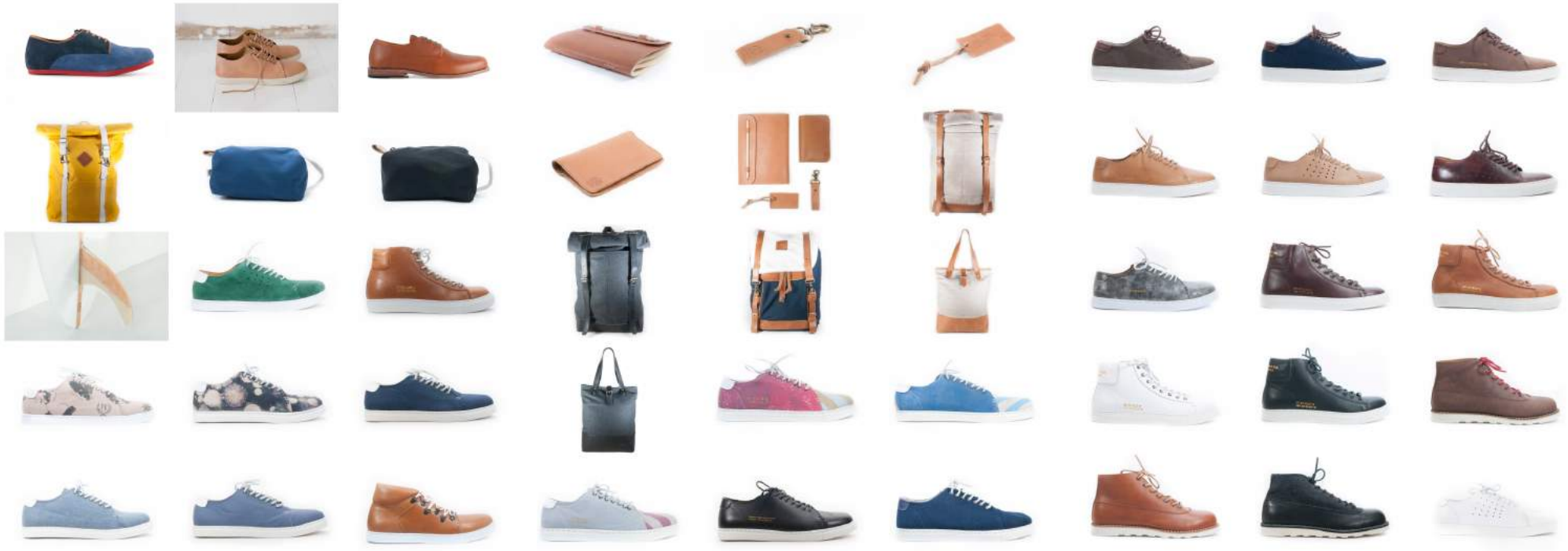


Life is a trip,
enjoy the ride
in someone's shoes



We do not only
sell cool shoes,
we also share
authentic travel stories.

— COLLECTION AUTOMNE / HIVER 2015 —



Chaque collection s'oriente autour d'un nouveau pays : La collection Automne / Hiver 2015 s'inspire de l'ISLANDE. Le créateur et son équipe sont ainsi parti explorer cette région pour prendre en photos les produits de la collection.

La « Alaska Tan », modèle phare de la collection AW14, a été imaginée en hommage à Christopher McCandless, mort le 18 Aout 1992 dans un bus abandonné sur la piste Stampede Road en Alaska (Film INTO THE WILD)

— Les projets pour 2016 —



COMMUNIQUE DE PRESSE SOMEONE COMPANY DU 24/10/2015
LANCLEMENT DU MODELE TRAVEL ARTIC



/SOMEONE est une marque française de chaussures et d'accessoires faits main, imaginés pour voyager dans le monde avec style, authenticité et qualité.

Les régions polaires sont au cœur du changement climatique qui touche l'ensemble de la planète, car c'est là où l'impact y est le plus fort.

Pour l'avenir, le réchauffement envisagé au cours du 21^e siècle dans l'Arctique sera deux à trois fois plus fort que dans le reste du monde : **disparition de la banquise, fonte totale du Groenland, délocation de l'Antarctique, des phénomènes communs au nord et au sud menaçant grandement notre planète.**

/ SOMEONE ET L'ENVIRONNEMENT

La cause environnementale fait partie intégrante de l'esprit SOMEONE, c'est pourquoi Camille, le créateur, a souhaité créer un nouveau modèle pour soutenir et contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique. Ce nouveau modèle exclusif s'inscrit dans une réflexion **éco-responsable et locale**.

Le TRAVEL ARTIC, a spécialement été imaginé pour répondre aux enjeux environnementaux actuels, et plus particulièrement, au réchauffement sur les Pôles. Nous avons donc décidé de **radicaliser la fabrication, et le choix des matières, en France**.

Le cuir végétal et naturel est ainsi sélectionné avec soin dans une tannerie locale puis assemblé à la main sur Bordeaux. Les amplacements en cuir de poisson sont le fruit d'une collaboration avec une peaussière de peau marine de la région : FEMER, reposant sur une démarche d'économie circulaire.

Symboliquement le TRAVEL ARTIC est gravé des coordonnées GPS du pôle Nord et Pole SUD à la date d'aujourd'hui.



Fabriquée en France à Bordeaux



/ DONS

En adéquation avec la **Cap21** et dans le but de matérialiser notre implication, nous tenons à reverser une partie des ventes (10€ par paire) à une association environnementale que nous soutenons.

/ DISTRIBUTIONS

Le TRAVEL ARTIC est disponible en prévente exclusive sur notre e-shop : www.someoneshoes.com/shop au prix de 145euros (Livraison sous 4 semaines)

/ CONTACT PRESS

Camille LAMBRECH / 0670157608 / camille@someoneshoes.com





Concept Store DARWIN

— Les valeurs —

- PRODUITS

Someone Shoes propose un concept original centré sur une forte image de marque, celle d'une invitation aux voyages et aux rencontres.

L'entreprise est engagée dans une démarche de production socialement juste avec un atelier indonésien, qui forme de nouveaux artisans et produit les chaussures dans le respect des conditions de travail et des traditions locales.

Sensible à l'économie locale, SOMEONE développe également avec l'atelier de production Bordelais « Le Chalet Aquitain » une nouvelle gamme de chaussures labélisée « Made in France ».

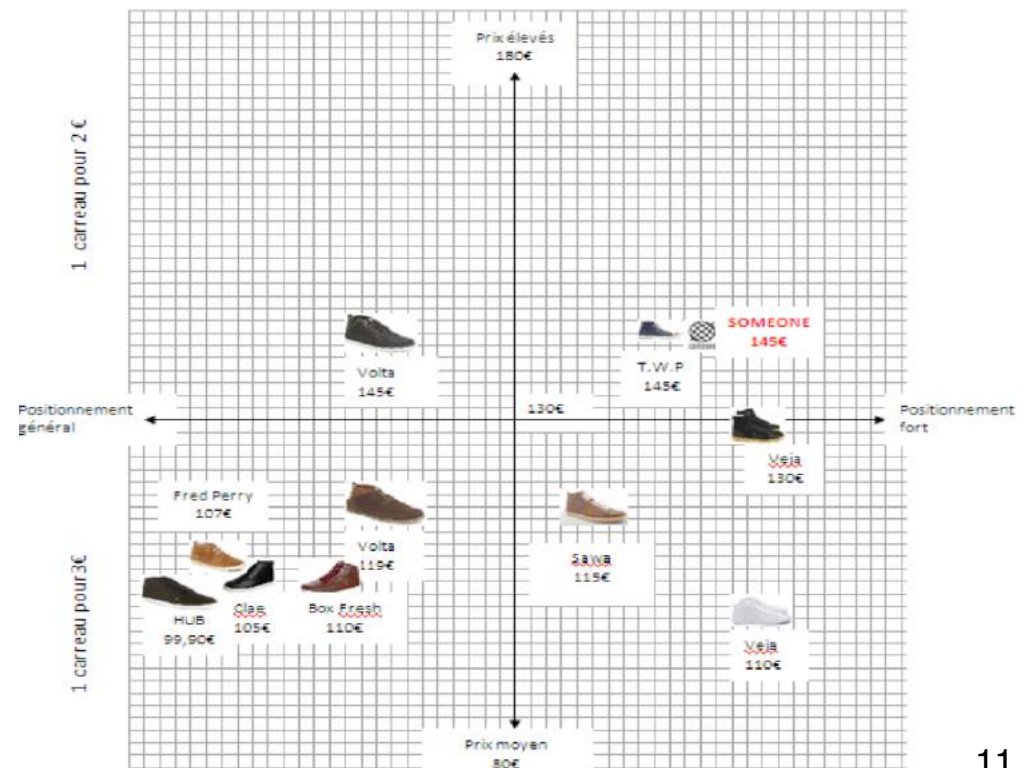
Notre cible concerne les hommes / femmes 20/45 ans souhaitant associer qualité, style, élégance et authenticité avec un coeur de cible qui concerne les hommes CSP+ sensible aux voyages et la mode.



- PRIX

"Haut de gamme accessible" : de 85 euros à 190 euros, tout en bénéficiant de l'exclusivité que leur confère cette volonté de ne pas faire de réassort, et de la qualité haut de gamme de produits fait main.

Si l'on fait un comparatif avec les produits proposés par ses concurrents, Someone se situe au même prix que Twins For Peace qui propose ses sneakers à un prix de vente moyen de 145 euros.



— Les valeurs —

- LA DISTRIBUTION :

La majorité des ventes est aujourd'hui réalisée sur notre eshop. Seulement quelques magasins sélectionnés distribuent aujourd'hui les chaussures Someone car Camille souhaite **maîtriser** le réseau de nouveaux distributeurs en proposant des collaborations exclusives avec des concepts store qui partagent les valeurs essentielles de Someone.

Nous souhaitons proposer des collections personnalisables propres à chaque shop sous forme de coordonnées GPS gravées sur les chaussures. Ainsi chaque collection devient unique en fonction du lieu de distribution.



- COMMUNICATION

Le site internet est l'élément clef de la communication de l'entreprise reflétant ainsi l'esprit de la marque. Un design épuré, des couleurs douces pour mettre en valeur les photographies, visuels et vidéos produits par l'équipe SOMEONE qui vont illustrer les valeurs de la marque, le voyage, les rencontres, une production socialement responsable.

Chaque collection est unique et chaque produit raconte une histoire qui est présentée sur l'eshop, l'objectif étant que le client soit séduit par le produit mais aussi par l'esprit de la marque.

SOMEONE réalise également une campagne de communication pour chaque lancement de collection avec l'envoi du Dossier de presse à notre carnet d'adresses de journalistes, blogueurs, influenceurs...



QUATORZE AVENUE 14 avenue du général de Gaulle 93000 St-Denis France	MICHAUD ARDILLIER 10 rue de la République 93000 St-Denis France	DARWIN 81 rue de la République 93000 St-Denis France
1972 10 rue de la République 93000 St-Denis France	L'ÉPICERIE D'ART 10 rue de la République 93000 St-Denis France	YDÉE 81 rue de la République 93000 St-Denis France

ILS S'INTÉRESSENT AU VOYAGE DE SOMEONE

Budget Global R.P sur 2 ans :
<1000 € pour 130 000 € de retombées médiatiques.

La forte identité de la marque lui a permis de trouver sa place sur ce marché encouragé par les nombreuses parutions presse de mode masculine. La communication et R.P a été traitée en interne grâce au réseau de Camille et ses compétences en photos et en graphisme.



BONNE GUEULE

Blog mode homme, conseils pratiques et pin-ups asiatiques



**COMME un
CAMION.com**

BLOG BOUTIQUE FORUM

ANOUS PARIS

E L L E



L'ÉQUIPE
magazine

FMAG
FASHIONMAG.COM

— Eléments financiers —

Capital de départ : 5 000 €

C.A TOTAL sur 18 mois d'exercices 2014: 103 K€ HT

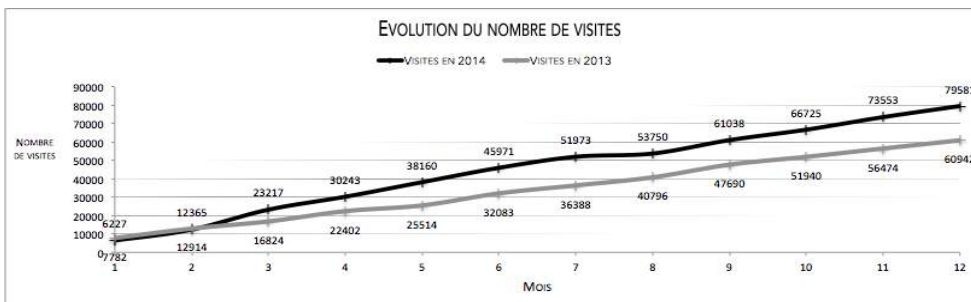
REPARTITION CA

- 70% du CA est généré sur l'eshop
- 10% magasins multimarques
- 15% collaborations
- 5% affiliations et Market place

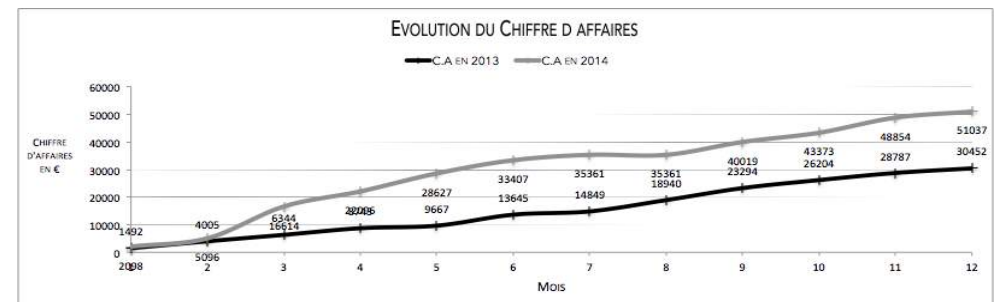
ESHOP

- Panier Moyen : 110 €
- 88% achat en France dont 60% Parisiens
- 59% du trafic en lien direct (e-reputation très bonne)

Nombre de visiteurs unique total :
2014 : 79 581 2014 : 81 021



Le chiffre d'affaires de l'e-shop :
2014 : 51 037 € 2015 : 80 840 €



— Stratégie de développement —

2015 2016	2016 2017	2017 2018
CHIFFRE D’AFFAIRE : 353 K€* RESULTAT NET : -38 K€ CAPITAL INVESTIS : 255 K€	CHIFFRE D’AFFAIRE : 901 K€ CROISSANCE : +155% RESULTAT NET : 21 K€	CHIFFRE D’AFFAIRE : 2017 K€ CROISSANCE : +124% RESULTAT NET : 230 K€
<ul style="list-style-type: none"> - Structurer la société : Embauche d'un commercial et d'un responsable logistique / Production - Ouverture d'un concept store (bureau/ showroom-store-café à Bordeaux) courant 2016, - Ouverture début mars d'un pop' up store sur Paris (75002) en collaboration avec Voyageurs du Monde. - Développement de la gamme labélisée « Made in France » pour augmenter nos volumes. (projets Cuir de poisson, jeans recyclés...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Développement de la gamme d'accessoires de voyage - Création d'un concept store Parisien. - Participation au salons CAPSULE / MAN pour commercialiser les collections et la création de corner SOMEONE en France et à l'international. - Embauche d'un designer, d'un administratif et d'un second commercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Embauche d'un développeur web - Développement de la gamme produits. - Création de nouveaux concepts stores. - Implantation à l'international.

* La stratégie de développement a été réalisée en collaboration avec le cabinet d'expertise comptable Exco Ecaf et le porteur de projet. Les données financières et les hypothèses retenues sont présentées dans le dossier financier Exco Ecaf « Someone Shoes – 2015 – Rapport ».



Après avoir validé la qualité de ses produits, positionné l'identité / Story telling de marque et amorcé la notoriété / distribution de ses produits en France, SOMEONE souhaite accélérer son développement et se structurer en s'associant avec un VRAI partenaire.

Bénéficiant d'un avantage stratégique certain : Univers de marque, concentration du sourcing des matières premières, flexibilité de la production et Partenariat avec des producteurs Français (CHALET AQUITAIN).

Objectifs à court terme :

- Ouverture d'un concept store SOMEONE à BORDEAUX.
- Développement de la gamme labélisée « Made in France » et de la gamme de modèles personnalisables (Printemps / Eté 2016)
- Développement du réseau de distribution Français et collaborations avec des concepts store influents (Paris / Lille / Lyon / Marseille / Toulouse / Nantes...)
- Implantation de la marque au Japon, US et Angleterre.

Objectifs à moyen terme :

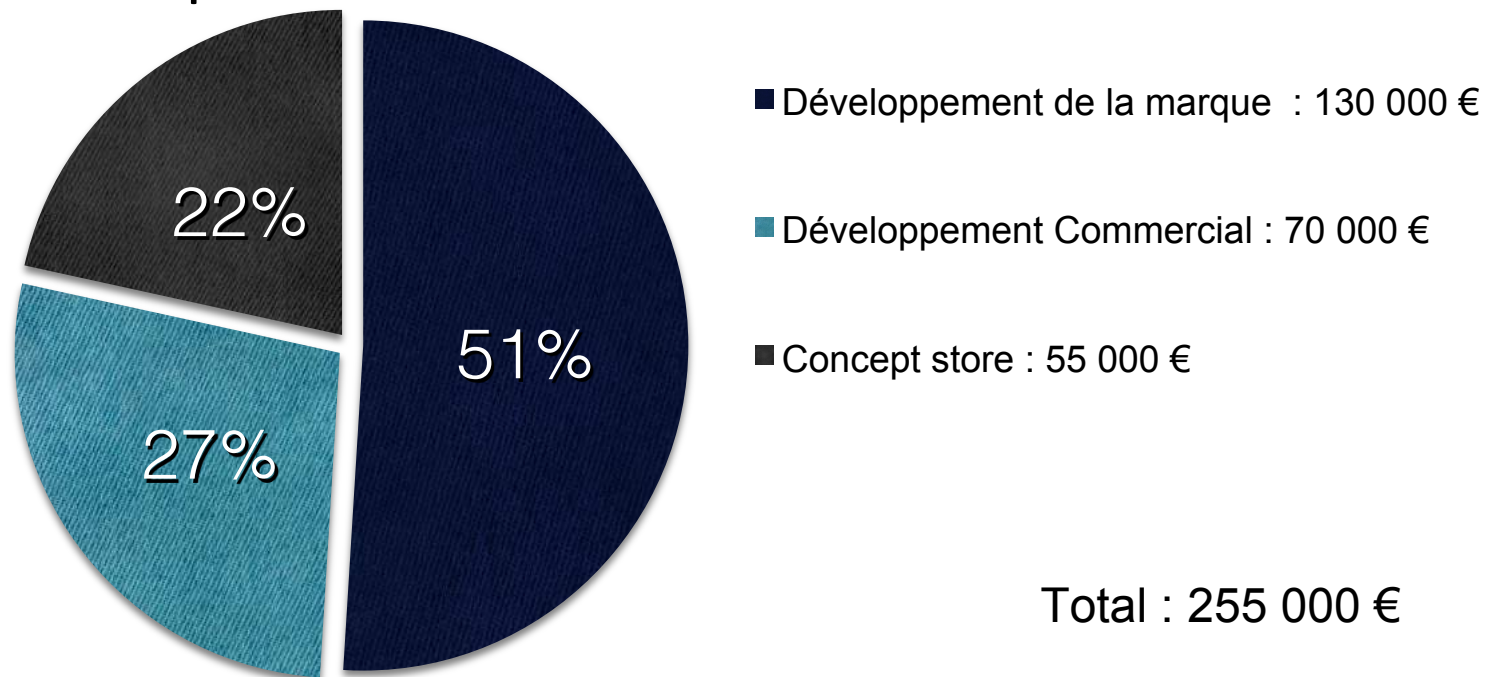
- Installation de corners SOMEONE dans des points de ventes physiques et points de ventes éphémères sélectionnés par leur notoriété, influences dans la mode et univers en adéquation avec la marque.
- Investissement dans l'atelier de production à Bandung pour optimiser le process de fabrication des chaussures. (objectif : 3000 paires / mois)
- Développement commercial à l'international

Objectifs à long terme :

- Elargir la gamme de produits
- Implantation de concept store SOMEONE à l'International

Les projets en chiffres

Répartition des fonds* :



**Les données financières et les hypothèses retenues sont présentées dans le dossier financier Exco Ecaf « Someone Shoes – 2015 – Rapport ».*



- Camille Lambrecq ouvre le capital de sa société SAS SOMEONE COMPANY afin de trouver un VRAI associé et financer le développement de SOMEONE SHOES.

- **Valorisation : 850k€**
- **Ticket: 255 K€ pour 30% d'actions**