

BLOC 2

DÉTECTOR LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES ET DÉVELOPPER UN PORTEFEUILCLIENTS EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

DURIF Charley
DJOUAHRA Yanis



INTRODUCTION	01
IDENTIFICATION DU MARCHÉ	02
STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION	03
ASPECT OPÉRATIONNELS	04
CONCLUSION	05

SOMMAIRE

INTRODUCTION

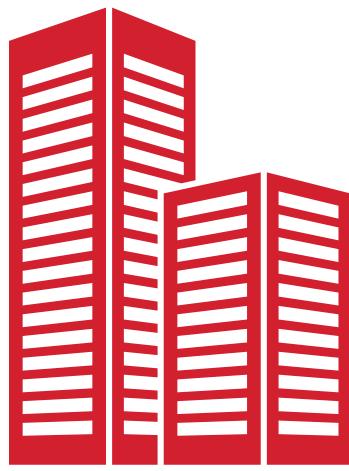
CONTEXTE

- Les plus grandes marques de streetwear
- spécialiste dans la course à pied
- Concurrence assez rudes

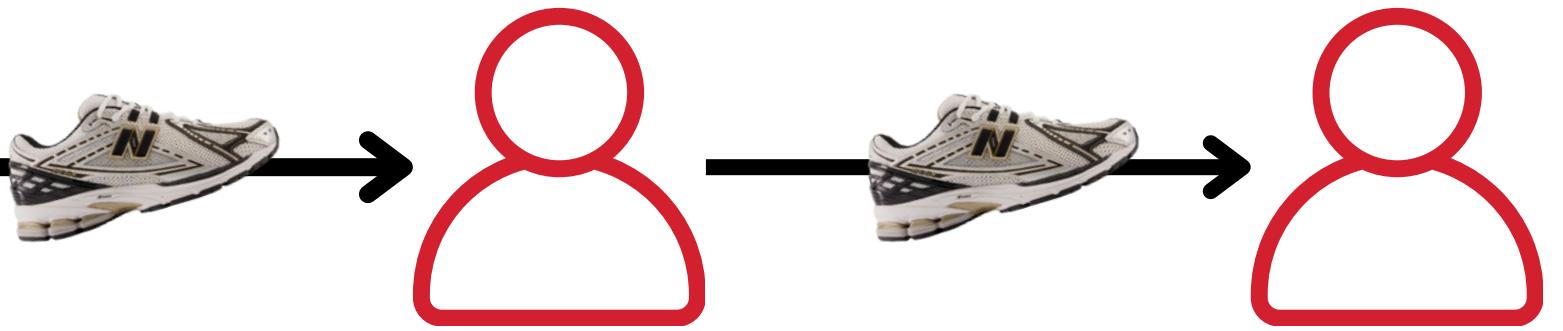
01



ÉVOLUTION DU MARCHÉ



Marché de la seconde main



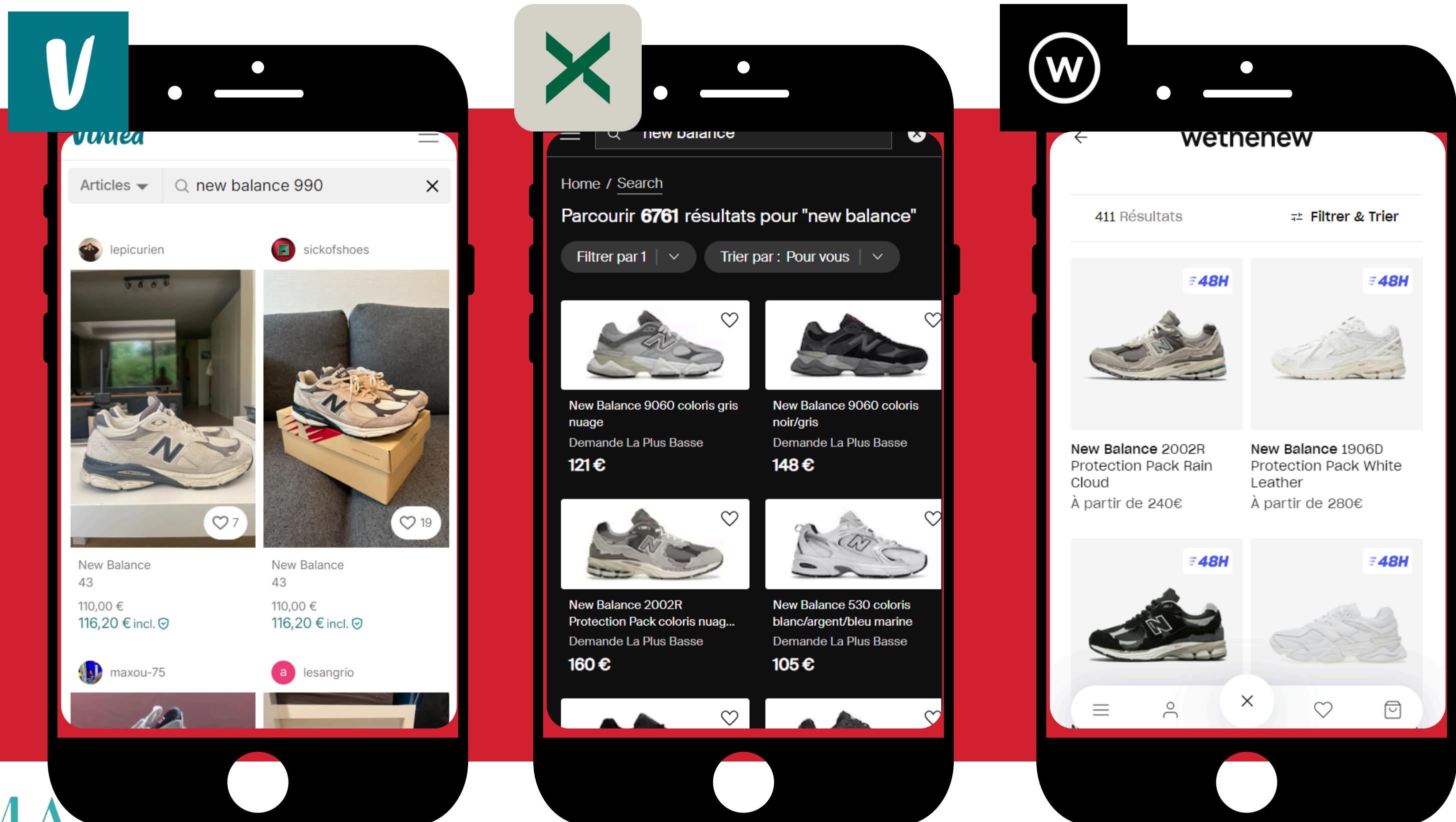
B To C To C



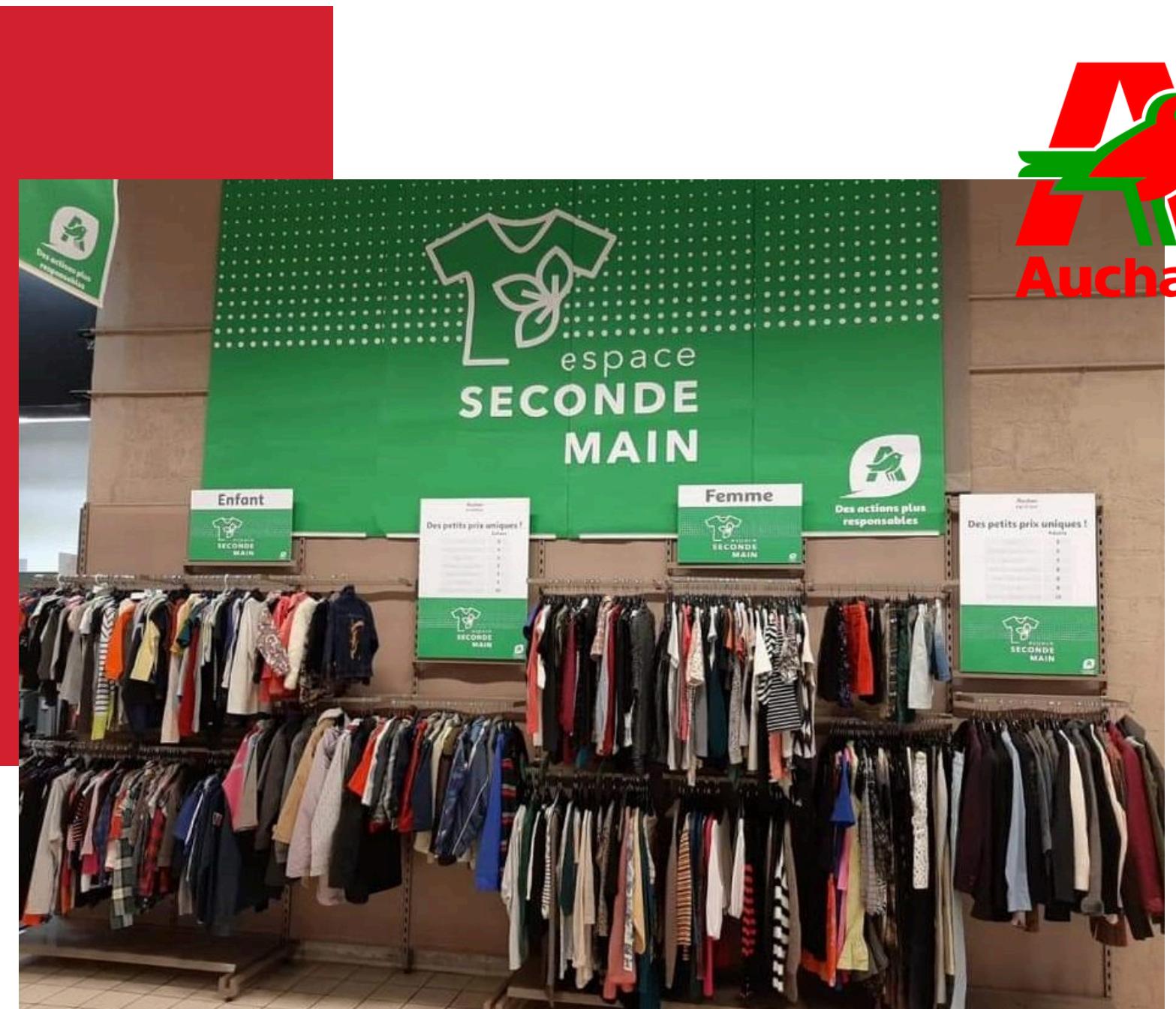
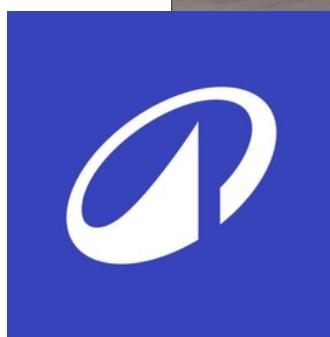
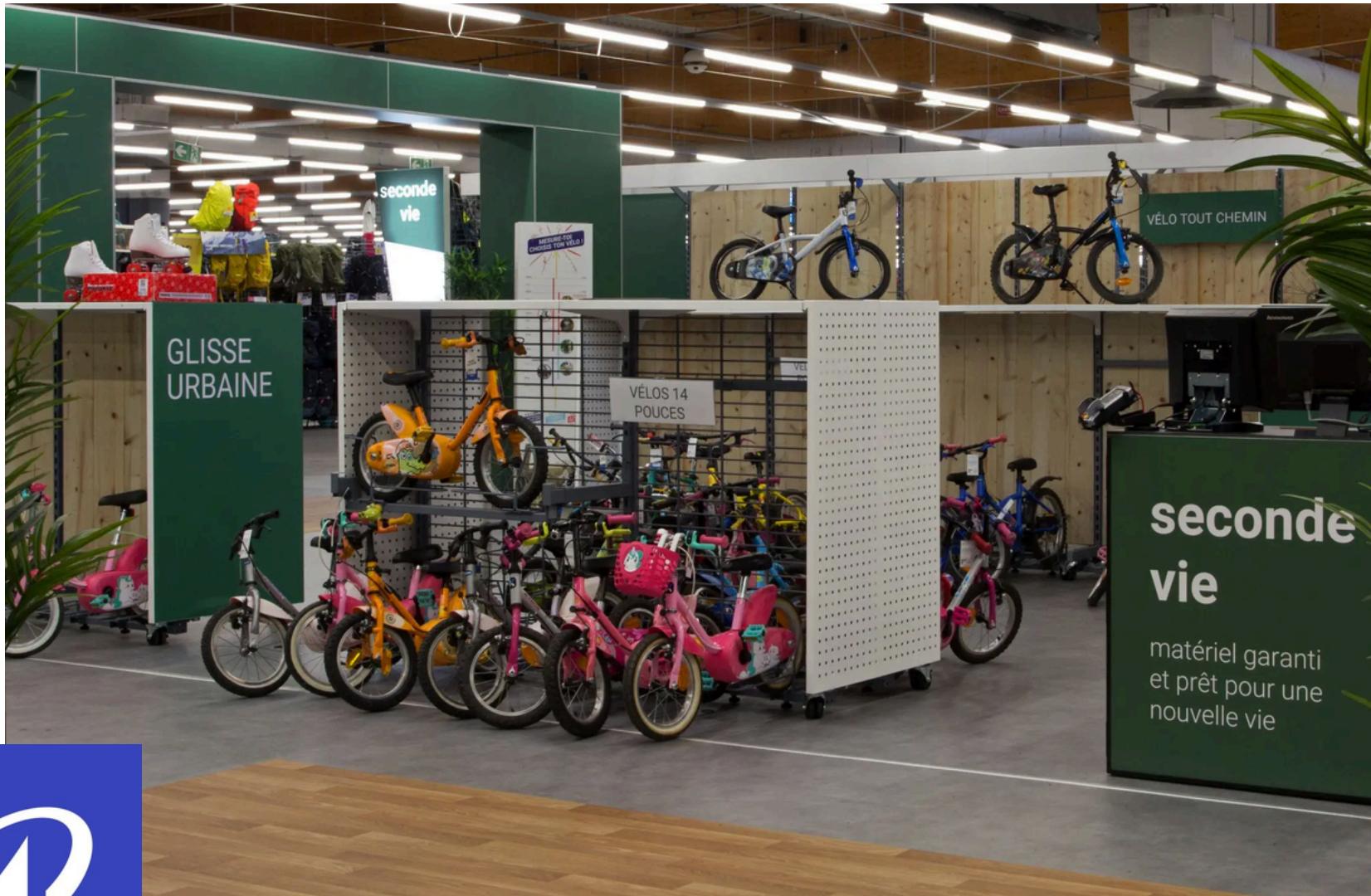
- 105 Milliard d'€ à l'échelle mondiale
- Plus de 64% des Français ont déjà acheter un produit de seconde main
- les 3 plus gros consommateurs



LES PLATEFORMS



EXEMPLE

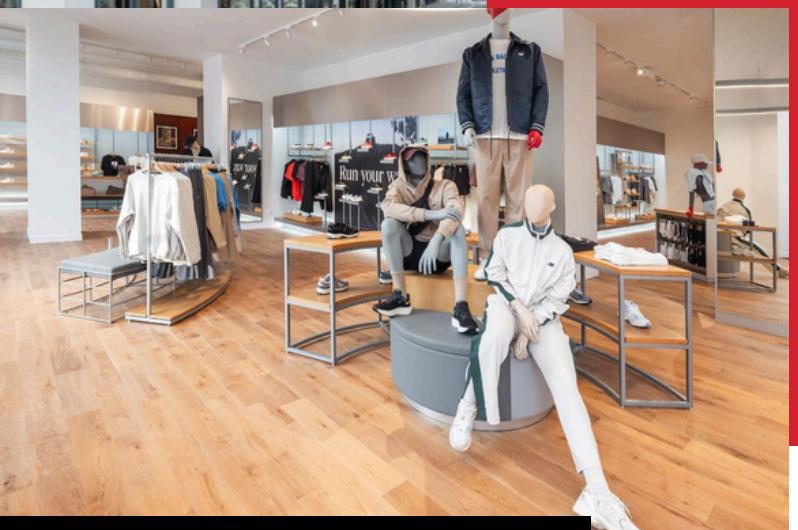


PROJET : SECONDE VIE



OBJECTIFS DE COMMERCIALISATION

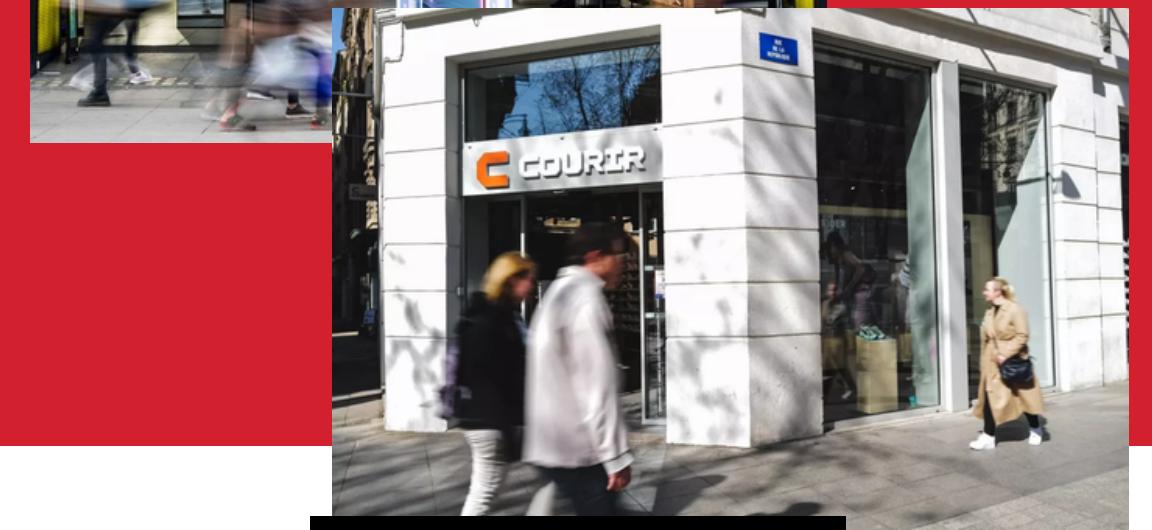
Les différents type de magasin :



NEW BALANCE STORE



NEW BALANCE FACTORY



RESSELS STORE

MISE EN PLACE



SECONDE VIE



- Mettre en place les bacs de récupération

- Création d'une nouvelles gammes
- Rayon “Seconde vie”

Magasins :

- 6 en France
- 5 en Angleterre

E-commerce :

Site internet

OBJECTIFS

QUALITATIFS

- Atteindre **8 milliards d'euro** de **Chiffre d'Affaire** en **2025**
- Vendre **1 millions d'articles** de la nouvelle gamme “seconde vie”
- Avoir **10 000 nouveaux client** inscrit à nos comptes fidélité d'ici fin 2025

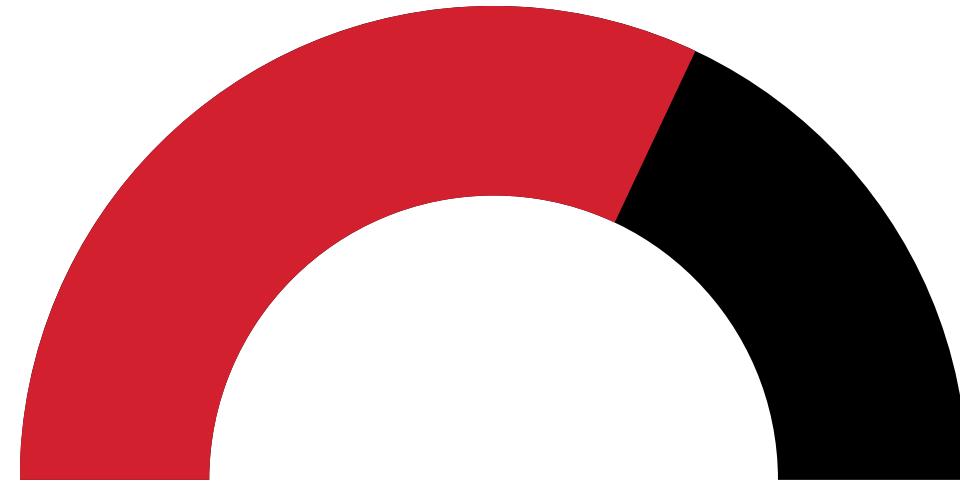
QUANTITATIFS

- Faire **connaître** notre nouvelle gamme au plus grand monde
- Faire **aimer** les valeurs environnemental de New Balance
- Augmenter la satisfaction client (avis sur notre nouvelle gamme)

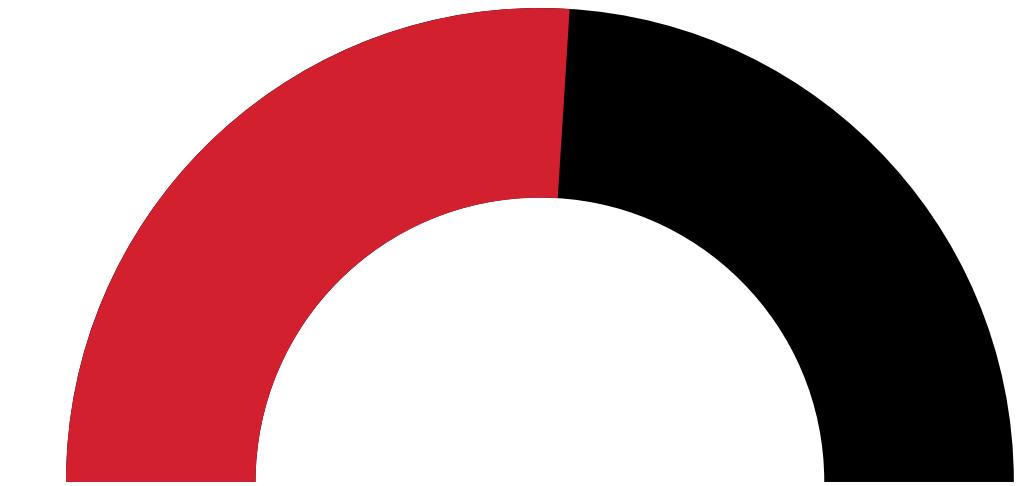


IDENTIFICATION DU MARCHÉ

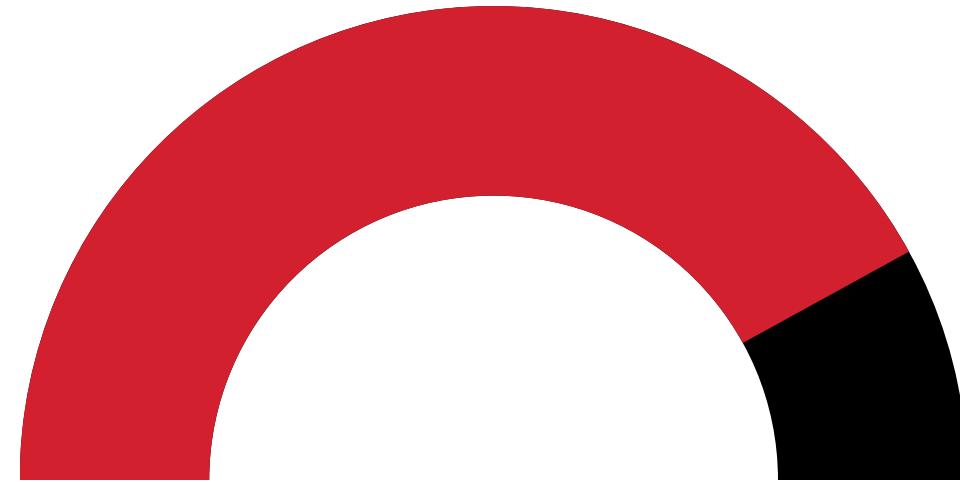
EN FRANCE



64% des français ont déjà acheter au moins un produit de seconde main

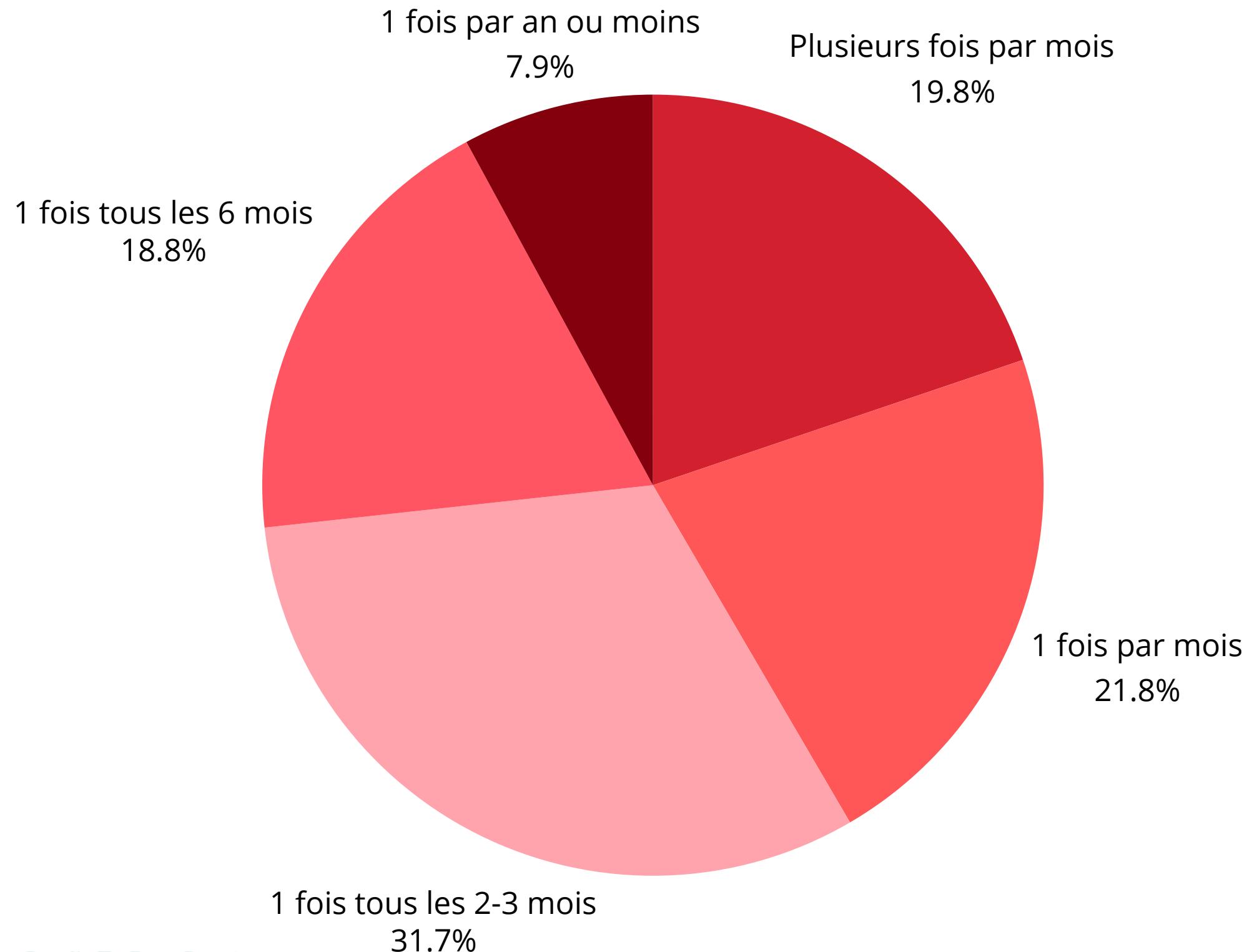


52% qui n'ont jamais acheter ont déjà penser à le faire



82% d'empreinte carbone en moins entre un vêtement neuf et un vêtement d'occasion

FRÉQUENCE D'ACHAT

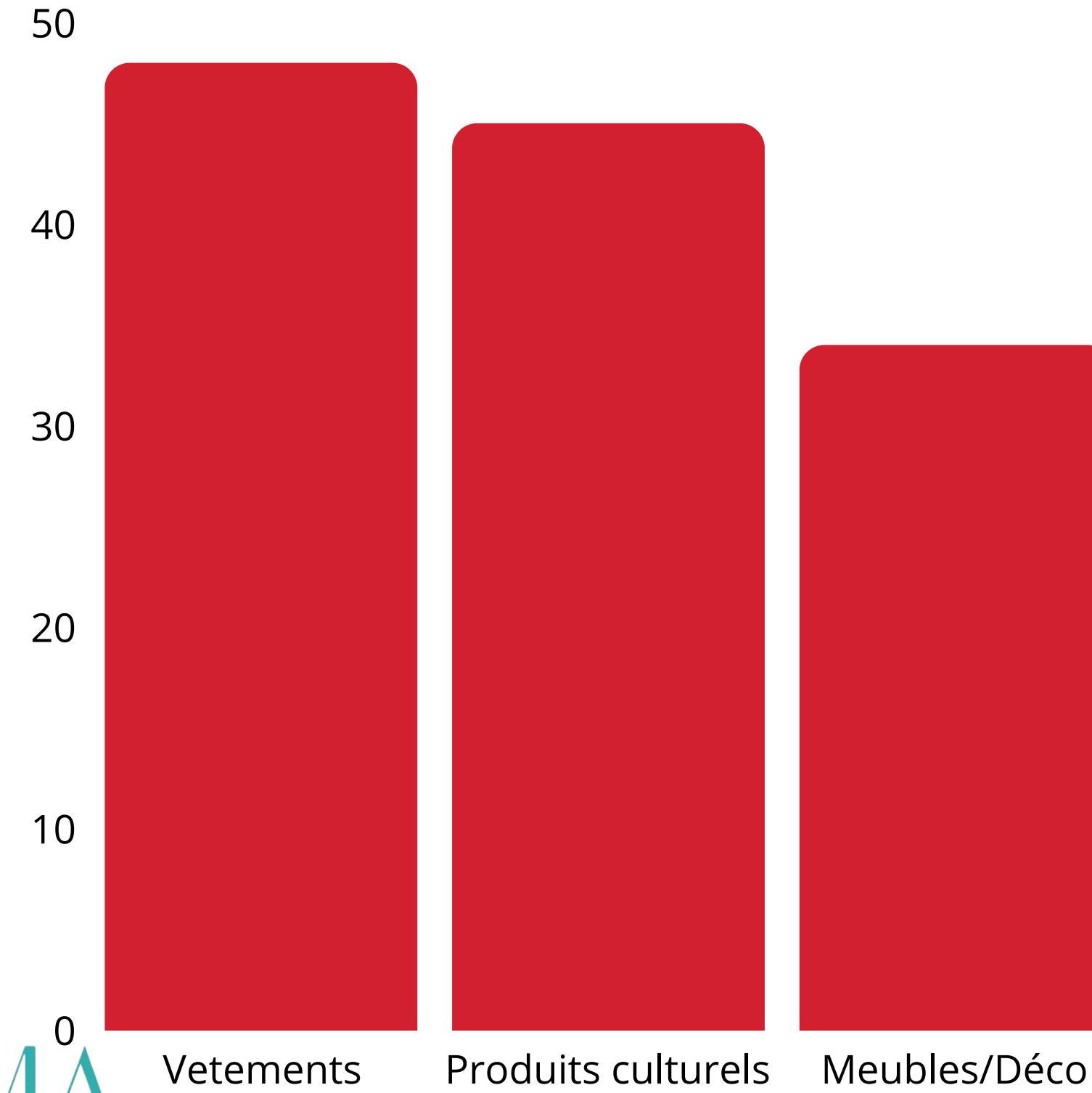


les plus gros acheteurs :

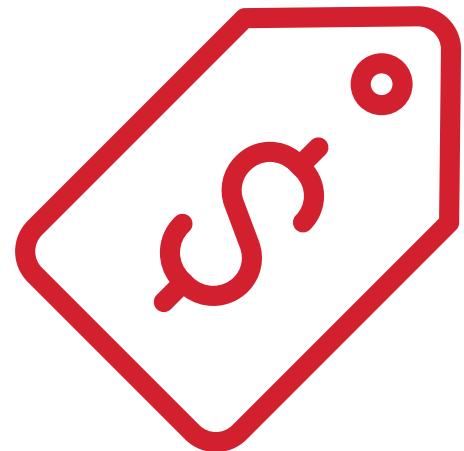
- 25-44 ans
- Femmes et familles
- Toutes CSP

87% ont déjà vendu des produits d'occasion

PRODUITS LES PLUS VENDUS



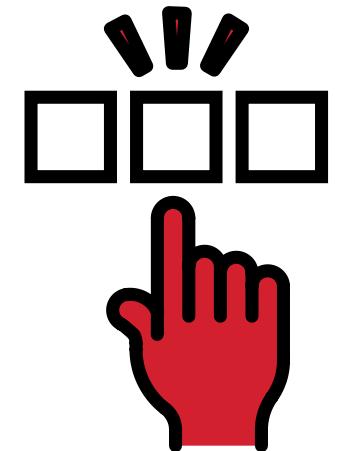
MOTIVATIONS



- Faire des économies
- Acheter plus avec le même budget
- Acheter des produits récent/meilleurs qualités/luxe



- Geste écologique
- Donner une seconde vie
- Geste solidaire

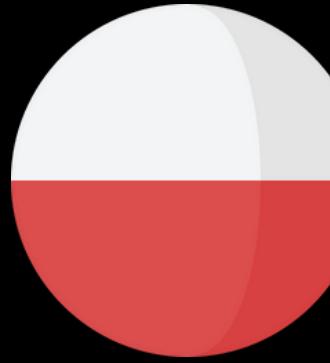


- Choix vaste
- Trouver d'ancien modèle
- Trouver des pièces vintage
- Bonnes affaires

À L'INTERNATIONAL

MARCHÉ DE L'OCCASION

Marché les plus populaires



- Angleterre : 4-me
- France : 6-me

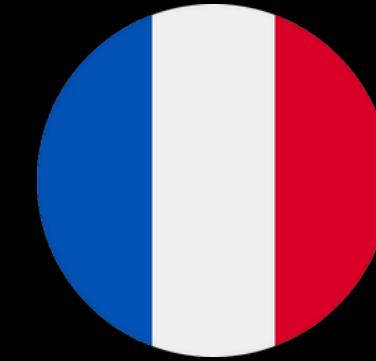
Plus grosse progressions



- France : 4-me

MARCHÉ DES VÊTEMENTS ET CHAUSSURES

Plus grosse progressions



- La **France** est passé **deuxième** en 2021

Revente de sneakers

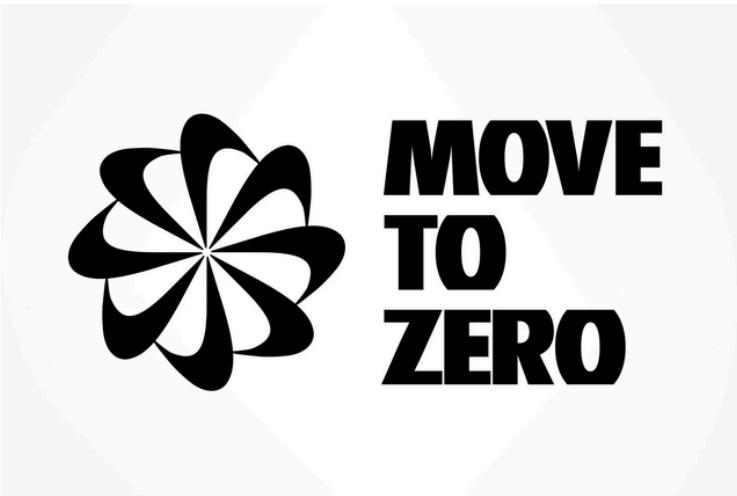
1.8 Mrd \$

Meilleurs Ventes

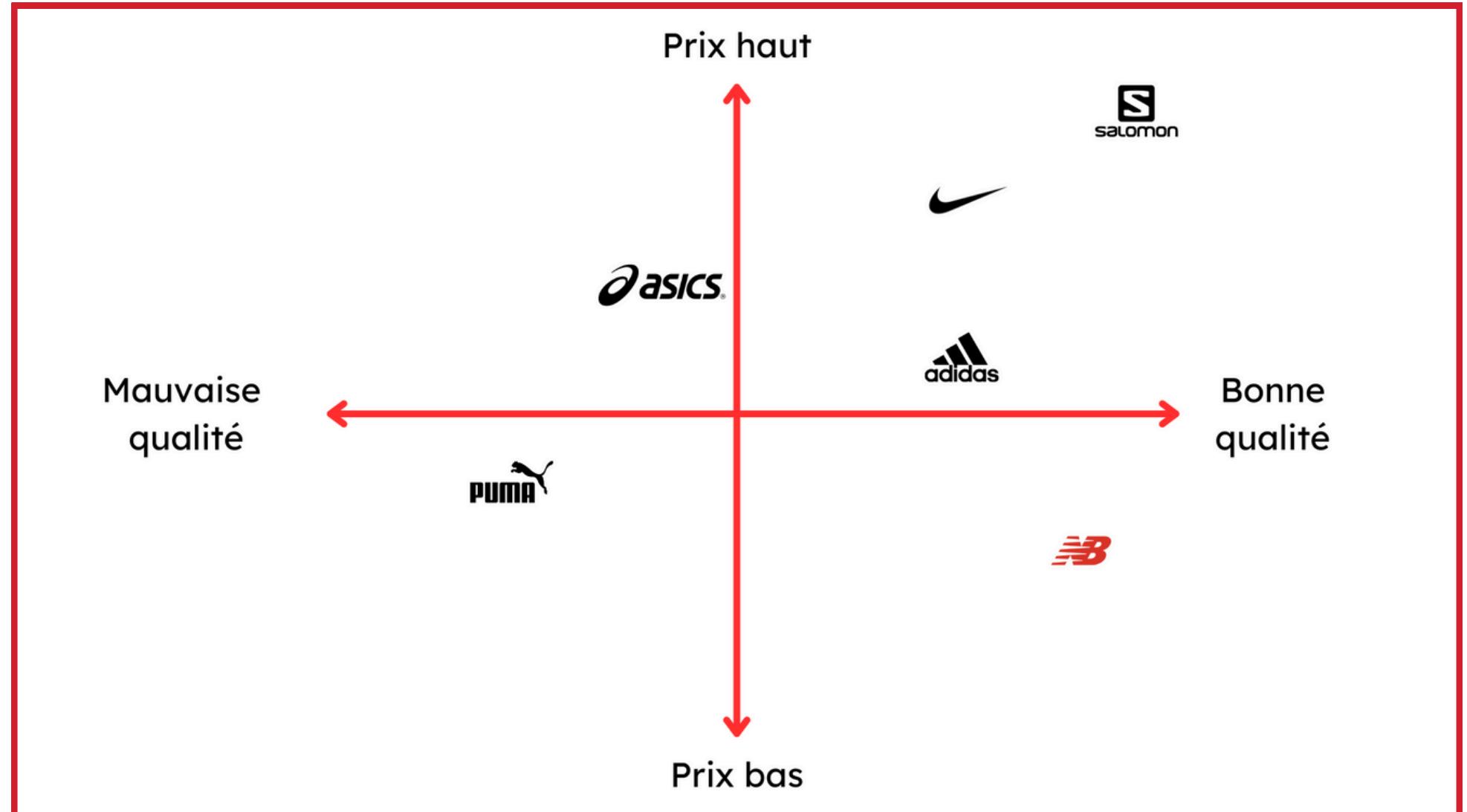


SYNTHÈSE

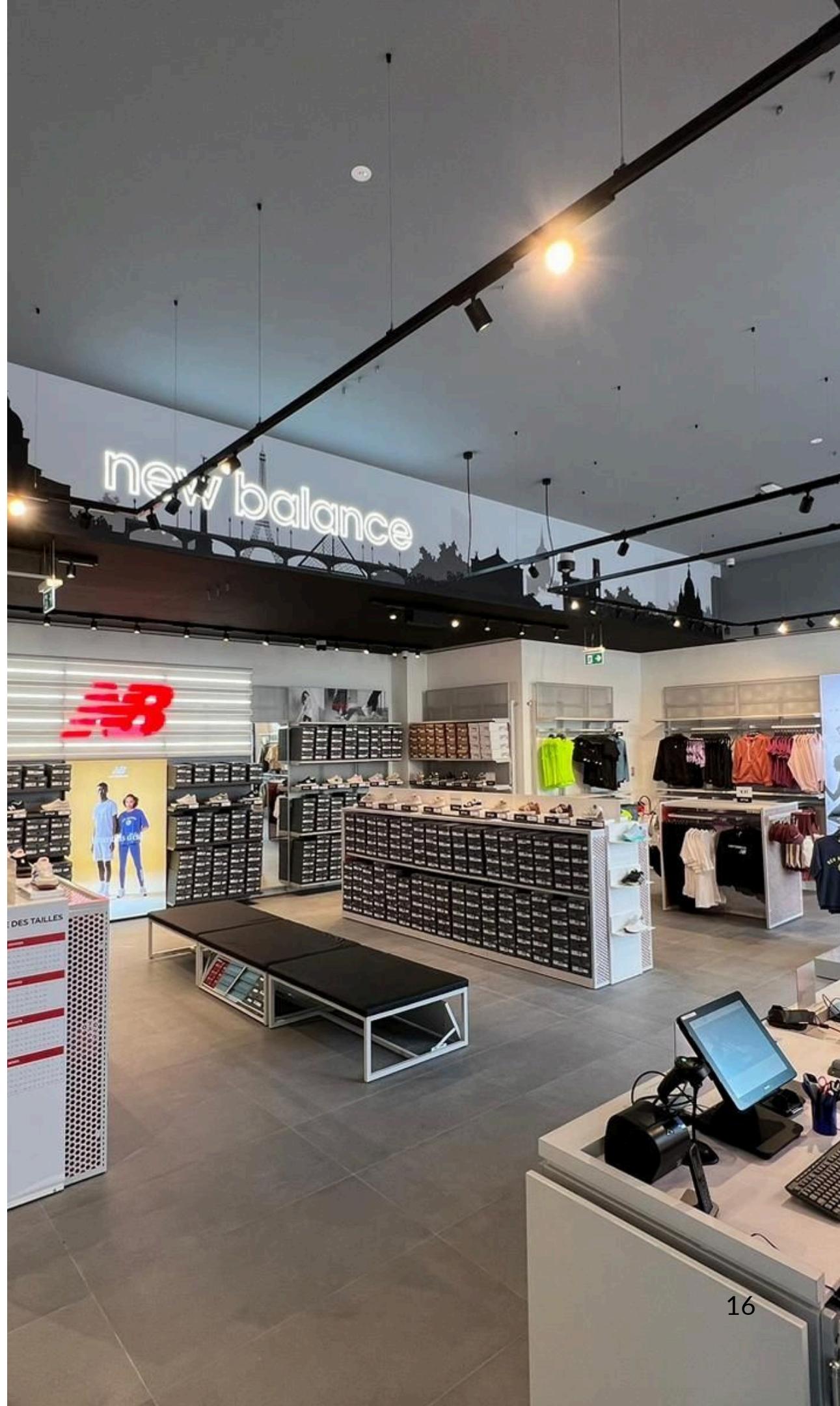
- Toucher une nouvelles cible
- Pénétrer un nouveau marché
- Gagner des parts de marché
- Se démarquer de nos concurrents



Stratégie de positionnement



- Large gamme à prix réduit
- Cible : Angleterre et France
- Marché en évolution



STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

MIX MARKETING

Produit

LIFESTYLE



RUNNING



Prix

LIFESTYLE



120/84€



140/105€



120/91€



50€



63€



54€



120/77€

46€

160/119€

71€

150/119€

71€



Prix

RUNNING



80/56€



110/70€



160/90€



160/105€



190/133€



160/105€

30€

42€

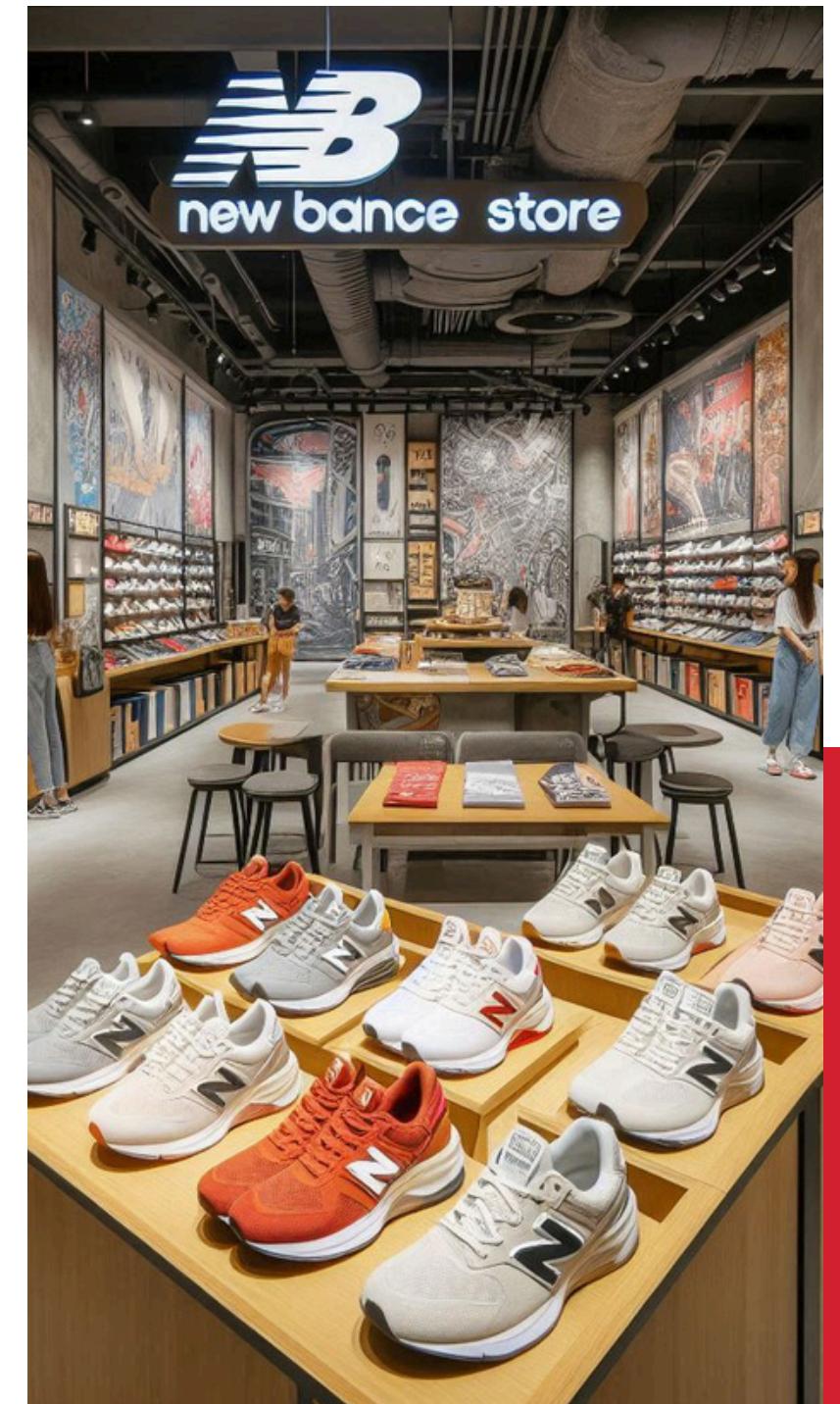
54€



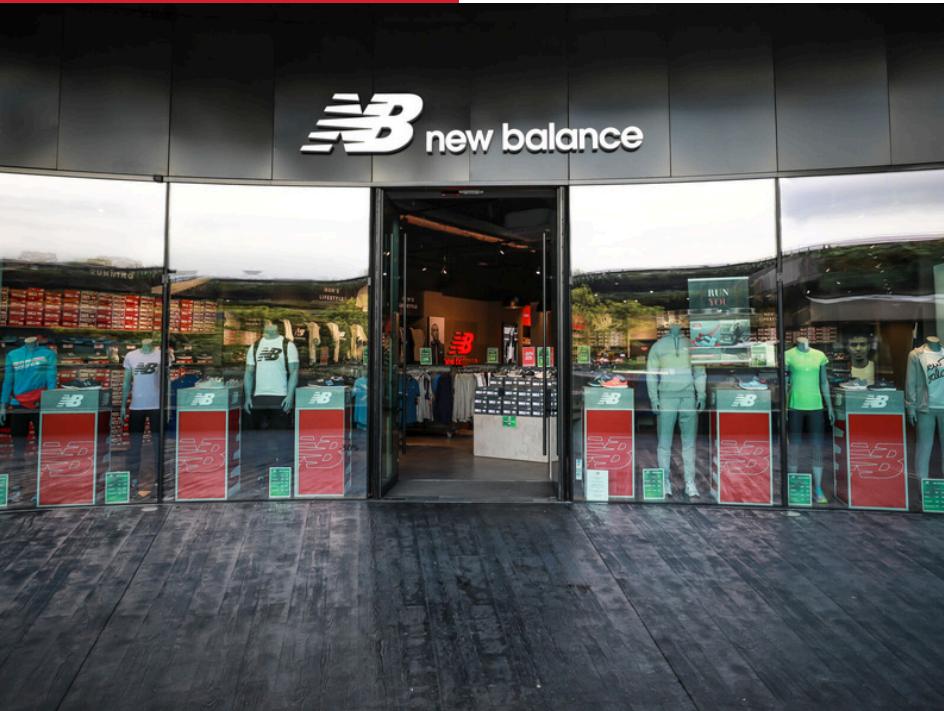
63€

79€

63€

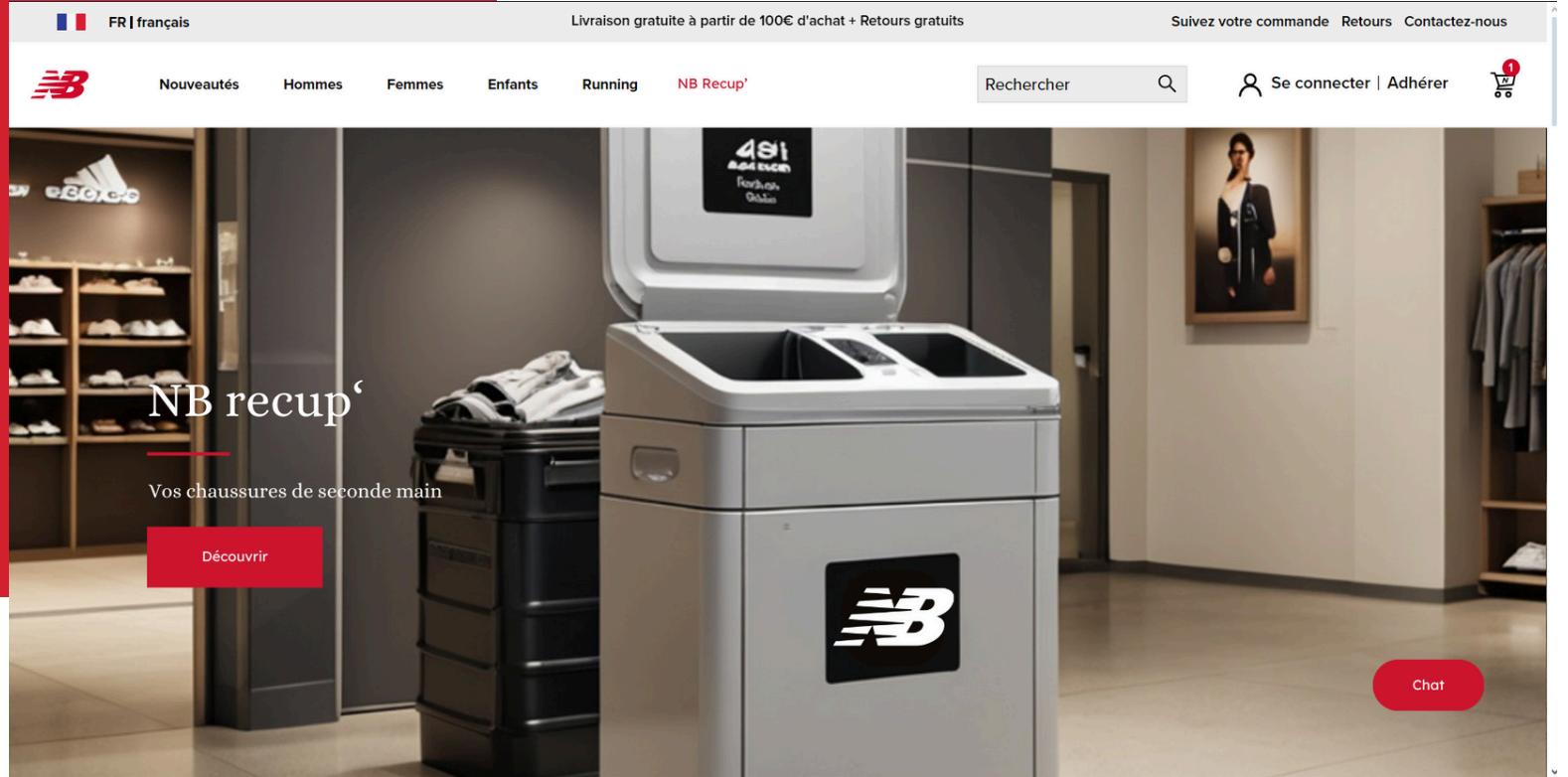


DISTRIBUTION



- Récupération de produit datant **d'1 an**
- **élargir la gamme de produit**
- **Meilleur cohérence entre l'offre et le canal de distribution**

PROMOTION



- Campagne print
- Campagne digital
- Campagne In-Store
- Adaptation culturel

ASPECT OPÉRATIONNEL



Logistique et distribution



5 usines



1 usine



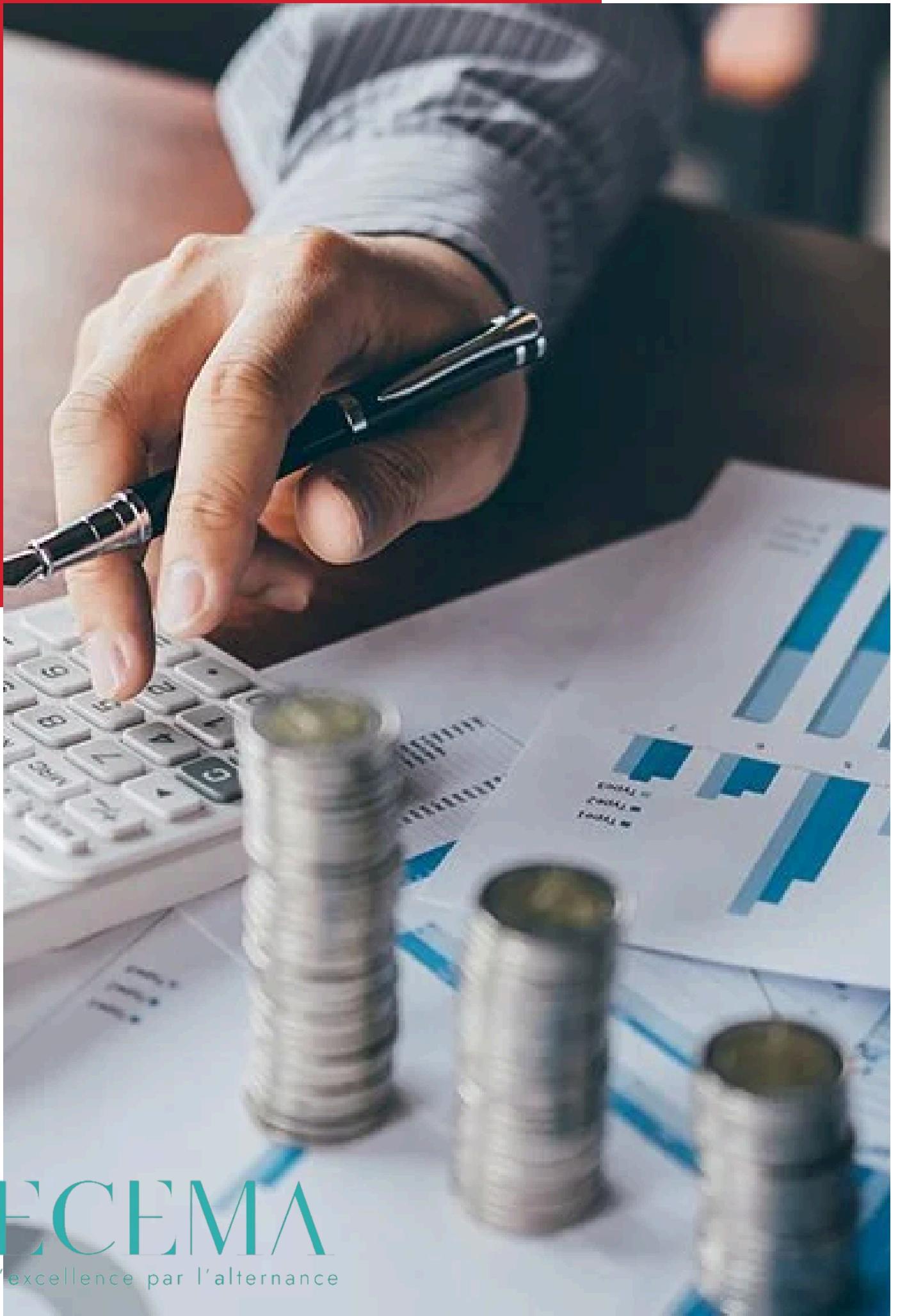
4 usines

- Formation
- Création de postes
- Nouvelle méthode de travail
- Solution économique

Cadre Juridique

- Normes de **sécurité** et de **qualité**
- **Étiquetage** et marquage **CE**
- **Protection** des consommateurs
- Droit **commercial**
- Droit du **travail**
- Propriété **intellectuelle**
- Normes **environnementales**





Risques et contingence

- Coût
- Ressources Humaines
- Tendance et concurrents



CONCLUSION



Seconde vie

"Your old shoes for a **new** life"

