

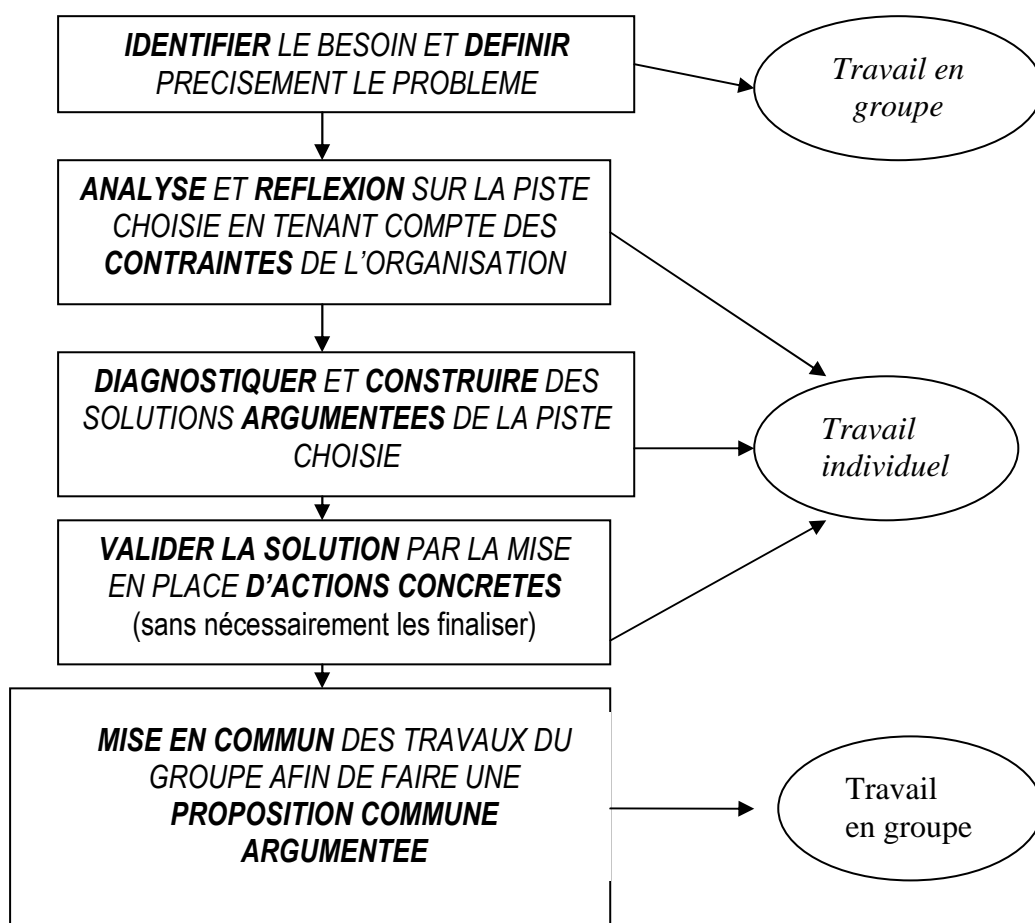
Mod'in Calais

PRESENTATION DU CONTEXTE

Madame Louvigné s'intéresse à un local qui vient de se libérer rue Royale à Calais afin d'y vendre du prêt-à-pour hommes et femmes installée. Son positionnement se situerait en moyenne et haute gamme ; elle souhaite commercialiser les marques Serge Blanco, Angels Never Die, Cavaletti, IKKS, La fée Maraboutée, Marlboro...

Elle s'interroge sur la faisabilité de son projet et sur les actions mercatiques à mettre en place pour faire se faire connaître, satisfaire les besoins de sa clientèle potentielle et la fidéliser.

DEMARCHE METHODOLOGIQUE GLOBALE POUR LE PROJET



NB : Objectifs de la phase mise en commun :

- permettre à chaque élève du groupe d'avoir une vue d'ensemble des travaux réalisés
- de positionner le travail personnel par rapport aux autres productions du groupe
- de faire un choix final des actions mercatiques à mettre en place ou de les hiérarchiser.

RECHERCHE DOCUMENTAIRE D'AIDE A LA RÉALISATION DU PROJET

NB : ces indications ne sont nullement exhaustives

➤ INTERNET

Adresse site	Contenu
http://www.statistiques-locales.insee.fr/esl/default.asp?page=statistiques-locales/chiffres-cles/recherche-zonage/choix-pdf&IdSelGeo=62193&Niveau=COM	Statistiques locales Calais
http://www.federation-habillement.fr/fr/chiffres-cles/distribilan-source-ifm/	Chiffres clés de la consommation d'articles d'habillement et textiles
http://www.lsa-conso.fr/stabilisation-des-ventes-de-pret-a-porter-feminin,119589 http://www.ac-franchise.com/fr/actualite-affaires-general-0_5474.html http://www.observatoiredefranchise.fr/dossier-franchise/le-pret-a-porter-masculin-devrait-rebondir-en-2011-449.htm http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/02/24/les-francaises-refrenent-leurs-envies-de-mode_1647946_3234.html http://www.lsa-conso.fr/les-jeunes-hommes-mordus-de-mode,116155	Quelques articles sur la tendance du marché

28/01/2008 – Site www.ac-franchise.com : **Le marché du prêt à porter masculin progresse**

La consommation d'habillement a progressé de 0,3 % avec un marché masculin particulièrement dynamique sur l'ensemble de l'année 2006. Il a enregistré une hausse de 1,3 % pour le prêt à porter et de 1,6 % pour les petites pièces. Selon l'Institut Français de la Mode et la Fédération des Enseignes de l'Habillement, **la distribution du prêt à porter masculin** (entre janvier-juin 2006 et janvier-juin 2007) **a évolué globalement de + 3,6 %** et plus précisément, par circuits de distribution :

- grands magasins (type Galeries Lafayette, Printemps, Nouvelles Galeries...) : + 7,8 %
- chaînes (franchisés, succursalistes) : + 6,1 %
- grandes surfaces spécialisées (type La Halle aux Vêtements, Gemo, Kiabi...) : + 2,7 %
- vente par catalogue : + 1,5 %
- magasins indépendants : + 0,3 %
- hypermarchés, supermarchés : - 1,2 %