

SQUAMATE



ASSE

par



Notre équipe

MÉLINE



LISON



LUCIE



LENA



MAUD



**Chargées
communication**

**Chargée
évènementielle**

**Chargées
marketing**

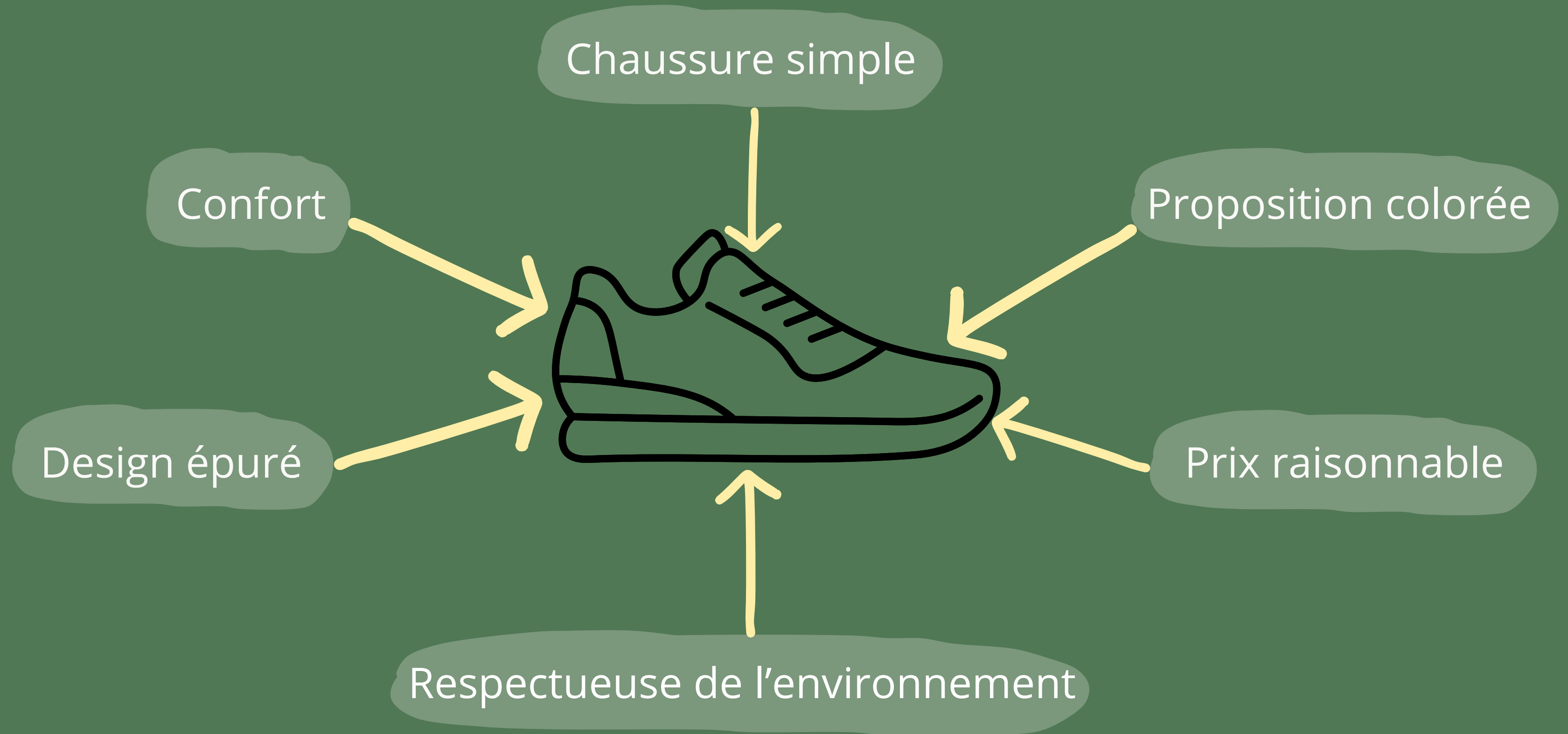
Contexte marketing



Rappels



Demande du client



Problématiques



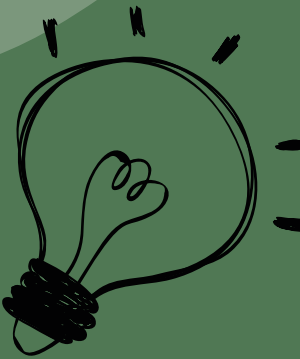
LANCEMENT PRODUIT

Quelles stratégies de marketing et de communication peuvent être mises en place pour réussir le lancement et la promotion efficace d'une nouvelle paire de chaussures sur le marché ?



COMMUNICATION

Comment tenir compte des tendances actuelles, des préférences des consommateurs et des canaux de diffusion les plus pertinents pour maximiser la visibilité et la notoriété du produit ?



ÉCO-RESPONSABILITÉ

Comment lier les exigences du marché des sneakers avec les impératifs de durabilité environnementale ?

COLLABORATION

Comment créer une édition spéciale de chaussures qui reflète l'identité de l'ASSE et qui suscite l'engouement des supporters, tout en explorant les opportunités de marketing et de promotion pour une collaboration réussie entre le monde du sport et de la mode ?

Politique

- Souhait de l'UE de diminuer les déchets textiles et augmenter le recyclage (plan économie circulaire 2025)
- Guerres (Ukraine, Israël)
- La taxe fiscale affectée pour le développement de l'industrie de la chaussure = taux de 0,145 % du CA



Technologique

- Utilisation de + en + de matériaux écologique (lin/chanvre/polyester recyclé)



Economique

- Pouvoir d'achat en baisse et inflation
- Marché de la sneakers très concurrentiel
- Beaucoup d'usines fermées à la suite du Covid
- Sneakers = 47 % du marché de la chaussure en France



Environnement

- Consommateurs + en + conscients de l'impact environnemental de la production de chaussures
- 82 % des Français tendent à adopter un comportement d'achat plus responsable



Social

- Population jeune influencé par les célébrités (EX: Adidas)
- Green gap = Fast fashion et consumerisme critiqué mais tendance de consommation réelle pas en adéquation avec ces critiques



Légal

- Afficher les Conditions Générales de Vente (CGV) sur le site en ligne.
- Décret n° 96-477 : relatif à l'étiquetage des matériaux utilisés
- Loi AGEC et la loi Climat et Résilience



STRENGTHS

- Marque éco-responsable
- Sneakers dessinée en France et fabriquée en Europe (Espagne & Portugal)
- Transparence
- Inclusivité = couleur adapté pour les daltoniens + modèle mixtes
- Livraison offerte
- Sneakers stylé et de qualité
- Compense leur impact carbone en travaillant avec Reforest'Action

OPPORTUNITIES

- Tendance croissante vers une consommation responsable
- Prise de conscience de l'impact de la fast fashion

S

W

O

T

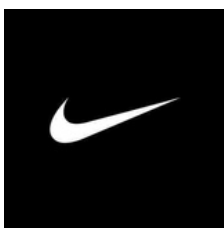
WEAKNESSES

- Prix élevé
- Pas de magasin propre, que de la vente en ligne
- Retour payant
- Gamme limitée

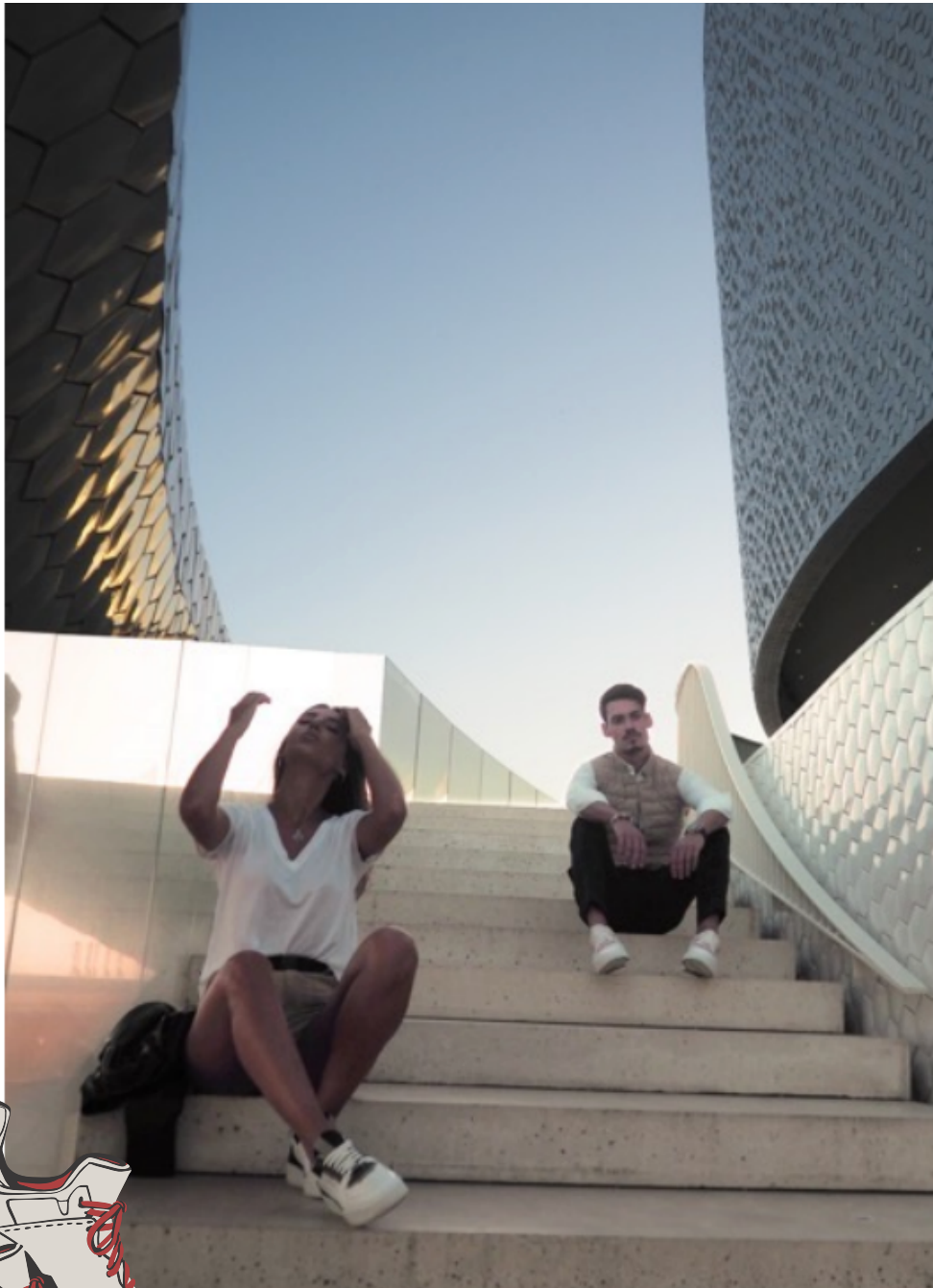
THREATS

- Greenwashing
- Intensité de la concurrence = de + en + de marque et certaine très ancrée (Ex : Veja)
- Fluctuations des coûts des matières premières

Benchmark concurrentiel

	Squamate				
DURABILITÉ ET ÉTHIQUE	★★★★★	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★☆
NOTORIÉTÉ	☆☆☆☆☆	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★★	★★★★★
GAMME					
IMAGE DE LA MARQUE	• Durabilité transparence. • Utilisation matériaux écologiques. • Fabrication éthique avec conditions de travail équitables. • Designs modernes, minimalistes.	• Durabilité transparence. • Utilisation matériaux écologiques. • Fabrication éthique avec conditions de travail équitables. • Designs modernes, minimalistes.	• Durabilité, responsabilité environnementale. • Utilisation matériaux écologiques. • Styles simples, épurés. • Engagement initiatives sociales, environnementales.	• Dynamique • Performance • Innovation technologique design des chaussures. • Culture de la sneaker • Inspiration	• Confort, qualité. • Styles classiques, intemporels. • Design unique • Durabilité
DISTRIBUTION ET ACCESSIBILITÉ	E-commerce Wholesale : magasins indépendants	5 magasins propre E-commerce Wholesale : grand distributeur et magasins indépendants	46 magasins propre E-commerce Wholesale : magasins indépendants	1032 magasins propre E-commerce Wholesale : grand distributeur	4500 magasins propre E-commerce Wholesale : grand distributeur

POSITIONNEMENT



PRIX FAIBLE

PRIX ÉLEVÉE

MARQUE TRÈS ÉCO-RESPONSABLE

MARQUE PEU ÉCO-RESPONSABLE

FAGUO



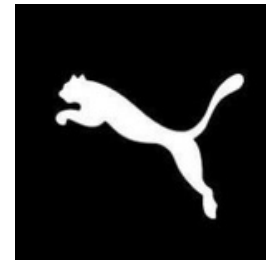
UBAC

Squamate

BELLE DONNE
Paris



adidas



VANS
"OFF THE WALL"

Cibles de communication

CIBLE SECONDAIRE

CIBLE D'INFLUENCE:

- Leaders d'opinion (influenceurs, chefs d'entreprises/associations, figures politiques)
- Conseillers de vente
- Journalistes
- Réseaux de distribution (importateurs, grossistes, détaillants)

CIBLE PRINCIPALE

Personne voulant allier style et éco-responsabilité. Aimant les sneakers tout en étant sensible aux causes environnementales

COEUR DE CIBLE

PERSONAS



PERSONA 1





ALBANE FERRATON

20 ANS

ÉTUDIANTE

CÉLIBATAIRE

APPARTEMENT À
SAINT-ÉTIENNEEN
COLLOCATION

PASSIONÉE DE
SNEACKERS ET DE
FOOTBALL

BIOGRAPHIE

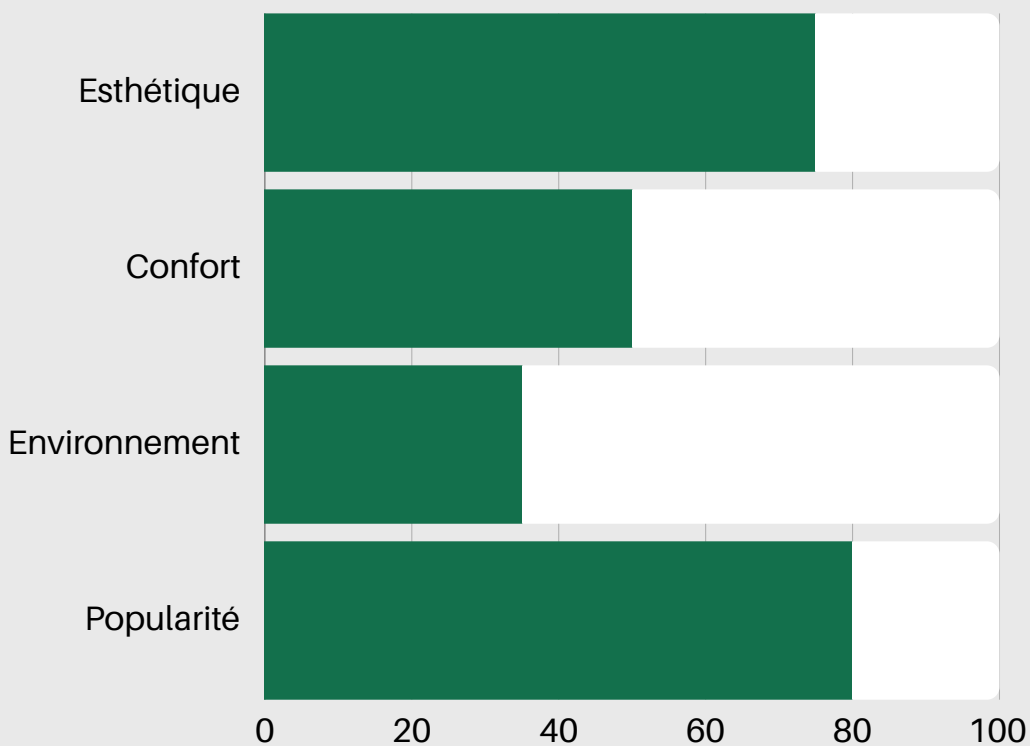
Albane est une jeune femme de 20 ans dynamique, étudiante en école de commerce à Saint-Étienne.

Elle est passionnée de sneakers et en possède déjà une belle quantité. Elle est à l'affut des nouveautés et ne loupe pas une occasion pour avoir une nouvelle paire de basket.

Elle à également une passion pour le football et supporte l'équipe de l'AS Saint-Étienne. Elle équilibre avec succès ses études et ses loisirs.

Sociable et curieuse, elle est déterminée à atteindre ses objectifs, tout en appréciant pleinement sa vie à Saint-Étienne.

INTÉRÊT POUR LES SNEAKERS



MARQUES PRÉFÉRÉES



GRAND
FRAIS

PASSIONS

Sneakers:

Albane est une véritable passionnée de sneakers. Sa collection est impressionnante, allant des classiques indémodables aux éditions limitées les plus recherchées. Elle suit de près les sorties et ne manque jamais une occasion d'ajouter une nouvelle paire à sa collection.

Football:

Grande amatrice de football, Albane est une fervente supportrice de l'AS Saint-Étienne. Elle assiste régulièrement aux matchs de son équipe préférée et connaît chaque détail de leur performance. Elle aime discuter tactiques, joueurs et moments mémorables avec ses amis.

PERSONNALITÉ

Sociale et
amicale



Albane est connue pour sa convivialité et sa facilité à se faire des amis. Elle aime partager ses passions avec les autres, que ce soit en discutant de ses dernières acquisitions de sneakers ou en vibrant pour son équipe de football préférée avec ses camarades.

Curieuse



Toujours avide de découvertes, Albane est curieuse et ouverte à de nouvelles expériences. Que ce soit essayer un nouveau style de baskets ou explorer des endroits insolites dans Saint-Étienne, elle est toujours partante.

Organisée et
déterminé



En tant qu'étudiante en école de commerce, Albane sait gérer son temps de manière efficace. Elle est déterminée à réussir dans ses études tout en consacrant du temps à ses passions.

PERSONA 2





BIOGRAPHIE

Christophe est un chef d'entreprise et père de famille qui vit sur les hauteurs de Saint-Étienne d'où ils supporte fièrement son club de coeur, l'ASSE.

Au quotidien, il aime porter des vêtements à la mode et plus particulièrement des chaussures qu'il peut mettre avec toutes sortes de tenues. Ses enfants de 15 et 20 ans lui apporte conseils et lui communique les bons plans sneakers.

Christophe est très sensible aux causes environnementales et apporte une grande importance à respecter la planète, son engagement envers l'environnement se reflète dans son mode de vie quotidien et dans ses actions au sein de sa famille

CENTRE D'INTÉRÊTS

Famille

La famille occupe une place centrale dans la vie de Christophe. Il apprécie les conseils de ses enfants en matière de mode.

Mode et Chaussures

Au quotidien, Christophe aime adopter un style vestimentaire à la mode. Il a une passion particulière pour les chaussures.

Sensibilité environnementale

Sensible aux causes environnementales, il adopte un mode de vie respectueux de la planète, choisit des produits et biens respectueux de l'environnement et encourage des pratiques écoresponsables au sein de sa famille et de son entreprise.

Football

Passionné de football et supporter fervent de l'ASSE, il suit assidûment les matchs de son équipe favorite et ressent une grande fierté à la représenter.

PERSONNALITÉ

Passionné et engagé

Christophe dégage une passion indéniable pour ses centres d'intérêt, que ce soit en soutenant activement son club de football préféré, en suivant les dernières tendances de la mode ou en s'impliquant dans des actions en faveur de l'environnement.

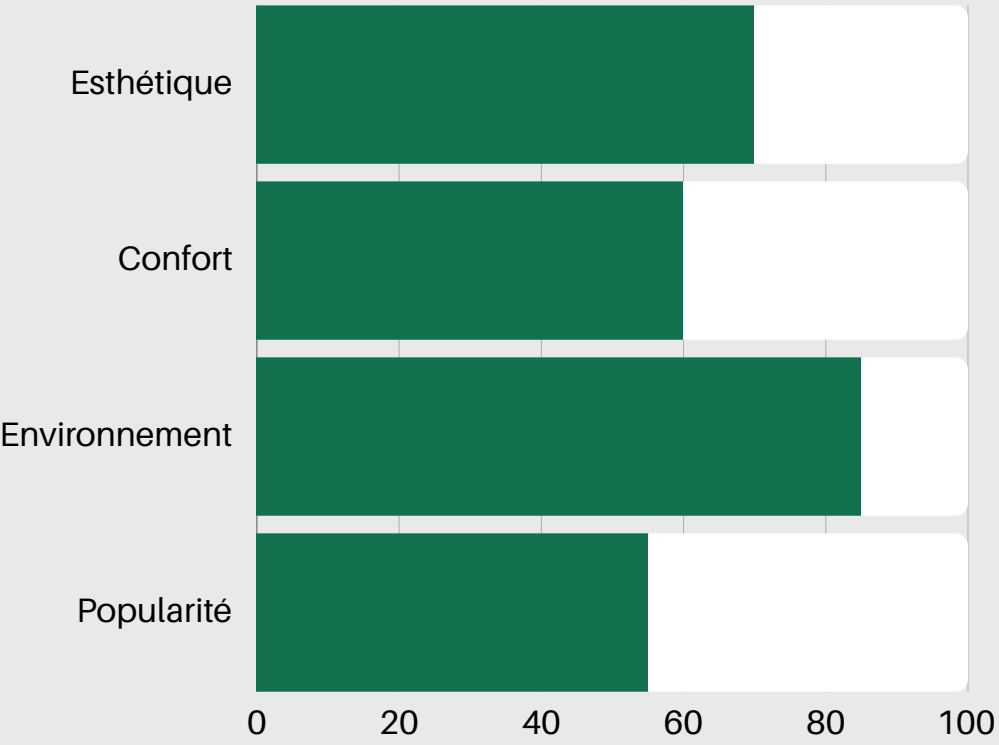
Familial et ouvert

La famille occupe une place centrale dans sa vie. Il est ouvert à l'influence de ses enfants et valorise leurs conseils en matière de mode. Son approche familiale se reflète dans sa façon d'échanger et de coopérer avec ses proches pour construire un environnement harmonieux.

Écoresponsable et conscient

Sa sensibilité envers les causes environnementales démontre sa conscience sociale. Son mode de vie écoresponsable, son choix de produits respectueux de l'environnement et ses efforts quotidiens pour adopter des pratiques respectueuses de la planète reflètent un souci profond pour les générations futures.

INTÉRÊT POUR LES SNEAKERS

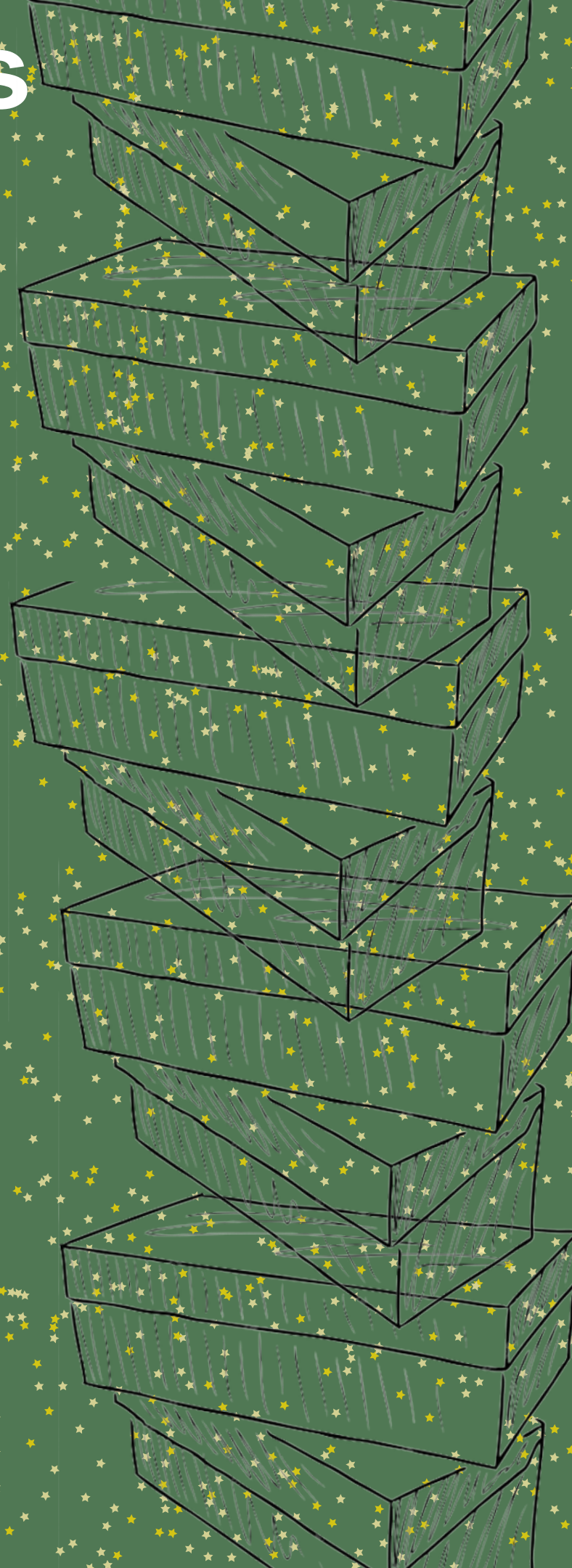


MARQUES PRÉFÉRÉES



Model de sneackers

Femme



Model de sneackers

Homme



LES 7P



L'évènement

Notre événement



Jeu sur le terrain lors de la
mi-temps du match :



X



MARDI 5 DÉCEMBRE

20 H 45



Jeu 100% gagnant





GOODIES

Squamate

— x ASSE —



Stratégie de communication



Communiqué de presse

Saint-Étienne, le 5 novembre 2023.

SQUAMATE ET L'ASSE UNISSENT LEURS FORCES POUR LE LANCEMENT EXCLUSIF D'UNE CHAUSSURE COLLABORATIVE

Squamate, la marque de chaussures innovante, annonce avec fierté le lancement de sa collaboration exclusive avec l'AS Saint-Étienne. Cette union exceptionnelle donne naissance à une chaussure emblématique qui incarne le style, la performance et la passion du football. Pour célébrer cette sortie tant attendue, Squamate organise un événement spécial lors du match entre l'ASSE et Guingamp qui aura lieu le 5 décembre 2023 .

Un Événement Inoubliable : Le Tir au But Spectaculaire

En marge du match, Squamate offre une expérience unique aux fans de football. Un jeu de tir au but palpitant aura lieu lors de la mi-temps, ouvert à 20 participants préalablement inscrits parmi les détenteurs de places pour le match. Cette opportunité exclusive permettra aux participants de remporter des prix exceptionnels, soulignant la passion commune pour le football et la collaboration Squamate x ASSE.

Des Lots Exceptionnels à Gagner

Les participants auront la chance de remporter des prix de grande valeur, dont des places pour des matchs à venir, des maillots officiels de l'AS Saint-Étienne, la paire de chaussures Squamate x ASSE en avant-première, ainsi que des délices chocolatés de la prestigieuse marque Weiss. Le jeu de tir au but est conçu comme une expérience 100% gagnante, avec des goodies tels que des verres, des porte-clés, et des abonnements gratuits au service Compass.

À Propos de Squamate et de la Collaboration avec l'ASSE

Squamate est reconnue pour sa fusion unique de style et de performance dans le monde des chaussures. La collaboration avec l'ASSE symbolise l'engagement de Squamate envers l'expression artistique et l'amour du sport. La chaussure Squamate x ASSE incarne le dynamisme du football et l'esprit intrépide de ceux qui le jouent.

Participer à l'Événement

Pour avoir la chance de participer au jeu de tir au but, les détenteurs de places pour le match peuvent se préinscrire sur le site officiel de Squamate avant la date limite indiquée.

À Propos de Squamate

Squamate est une marque de chaussures contemporaine qui allie esthétique et performance. Chaque paire de chaussures est le résultat d'un artisanat exceptionnel et d'une conception innovante. Pour en savoir plus, veuillez visiter le site web squamate.com .

Contact presse :

LM Event
lmevent@gmail.com
04 75 33 45 67

COMMUNICATION OFFLINE

Communiqué de presse

En amont et en aval pour parler de l'évènement

Affiche

Tramway, panneaux publicitaire, dans le stade Geoffroy Guichard, dans les commerce

Radio

1 semaine d'annonce de l'évènement pendant 30 secondes sur Radio Scoop

COMMUNICATION ONLINE

Création de contenu sur le compte Instagram de Squamate et de l'ASSE

- *Post pour annoncer la collaboration*
- *Annonce de l'évènement*
- *Carrousel de l'évènement*
- *Campagne d'emailing*
- *Display*



SQUAMATE
X
ASSE



05
JOUR

12
MOIS

23
ANNÉES

→

Notre évènement



📍 **Stade Geoffroy Guichard**

⚽ **Saint-Etienne
VS
Guinguamp**

🏟️ **Jeux à la mi-temps avec de
nombreux lots à gagner**

→

De nombreux lots à gagner
100% gagnant



Weiss
LE CHOCOLAT DEPUIS 1882
FRANCE

Compass

→

On vous attend nombreux

Pour ne rien manquer, suivez nous
sur nos réseaux sociaux

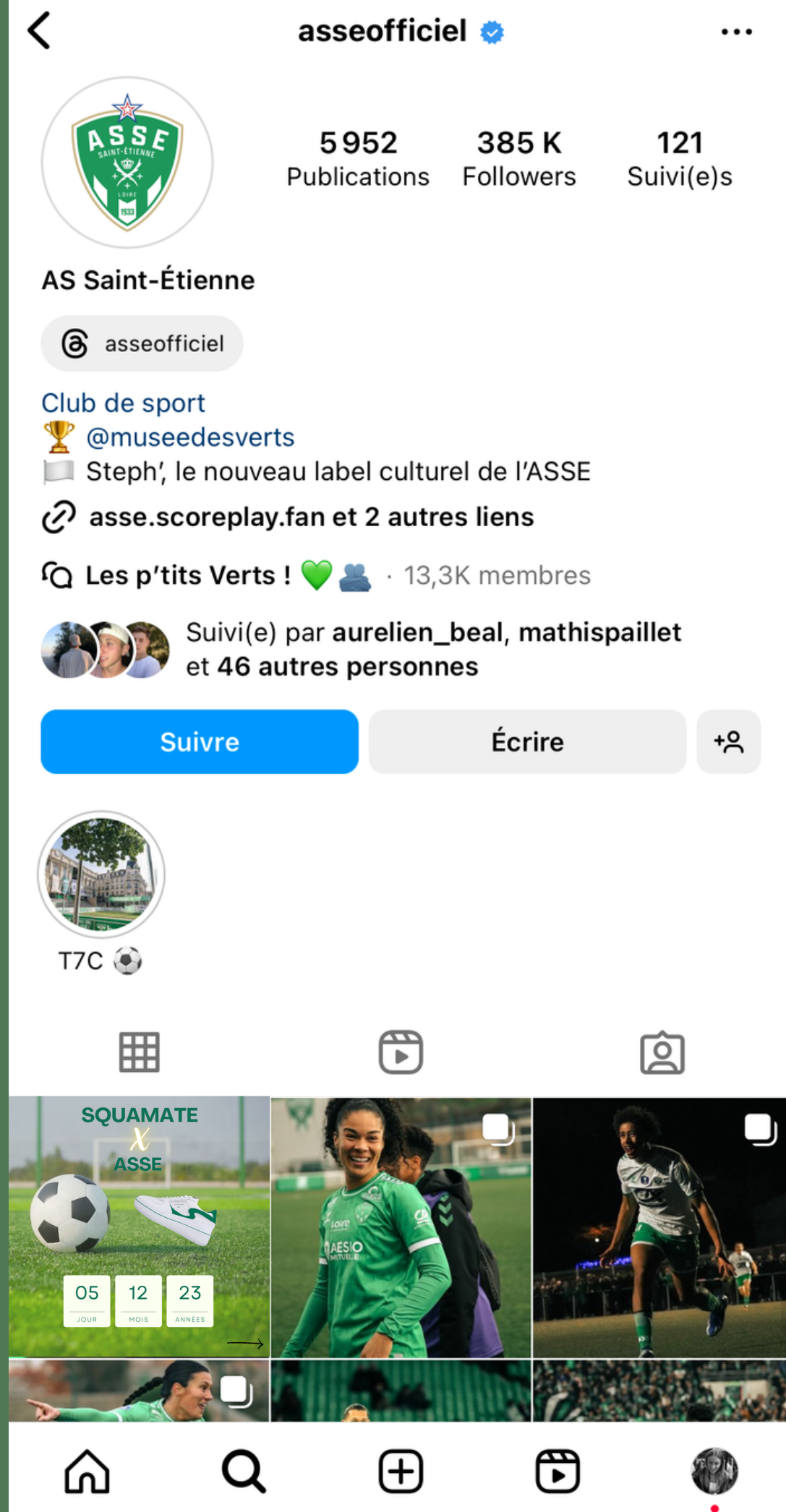
↓ ↓ ↓

C
A
R
R
O
U
S
E
L

CAMPAGNE EMAILING



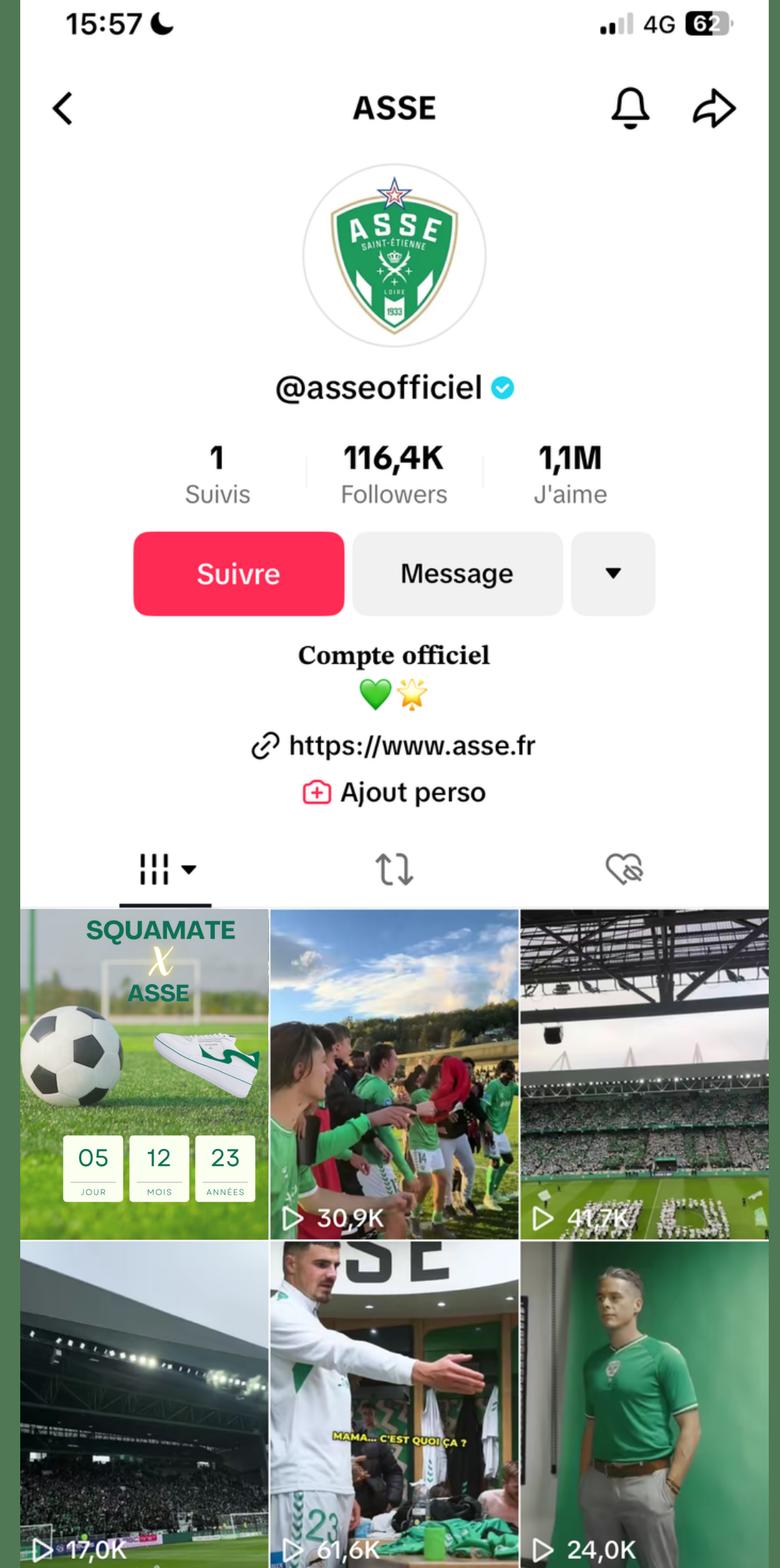


INSTAGRAM

Public jeune et dynamique
post informatif

TIKTOK

Public jeune et dynamique
vidéo attractive



SITE WEB BANNIÈRES



leboncoin ACCUEIL DÉPOSER UNE ANNONCE OFFRES DEMANDES MES ANNONCES BOUTIQUES [Se connecter](#)

Que recherchez-vous ? Toutes catégories **RECHERCHER**

☐ Recherche dans le titre uniquement ☐ Annonces ★ Urgentes uniquement

Pays de la Loire Ville ou code postal

Annonces : Pays de la Loire



Toutes 1 760 841 Particuliers 1 622 791 Professionnels 138 050 Trier par : Date

L'automobile magazine 1969
Livres
Allonnes / Sarthe
1 €
Aujourd'hui, 18:25

Volkswagen Golf 7 Allstar Tdi



PANNEAUX PUBLICITAIRE

Les bons plans du moment à saisir

Les dernières offres et bons plans de Saint-Étienne, juste ici !



• LOISIRS

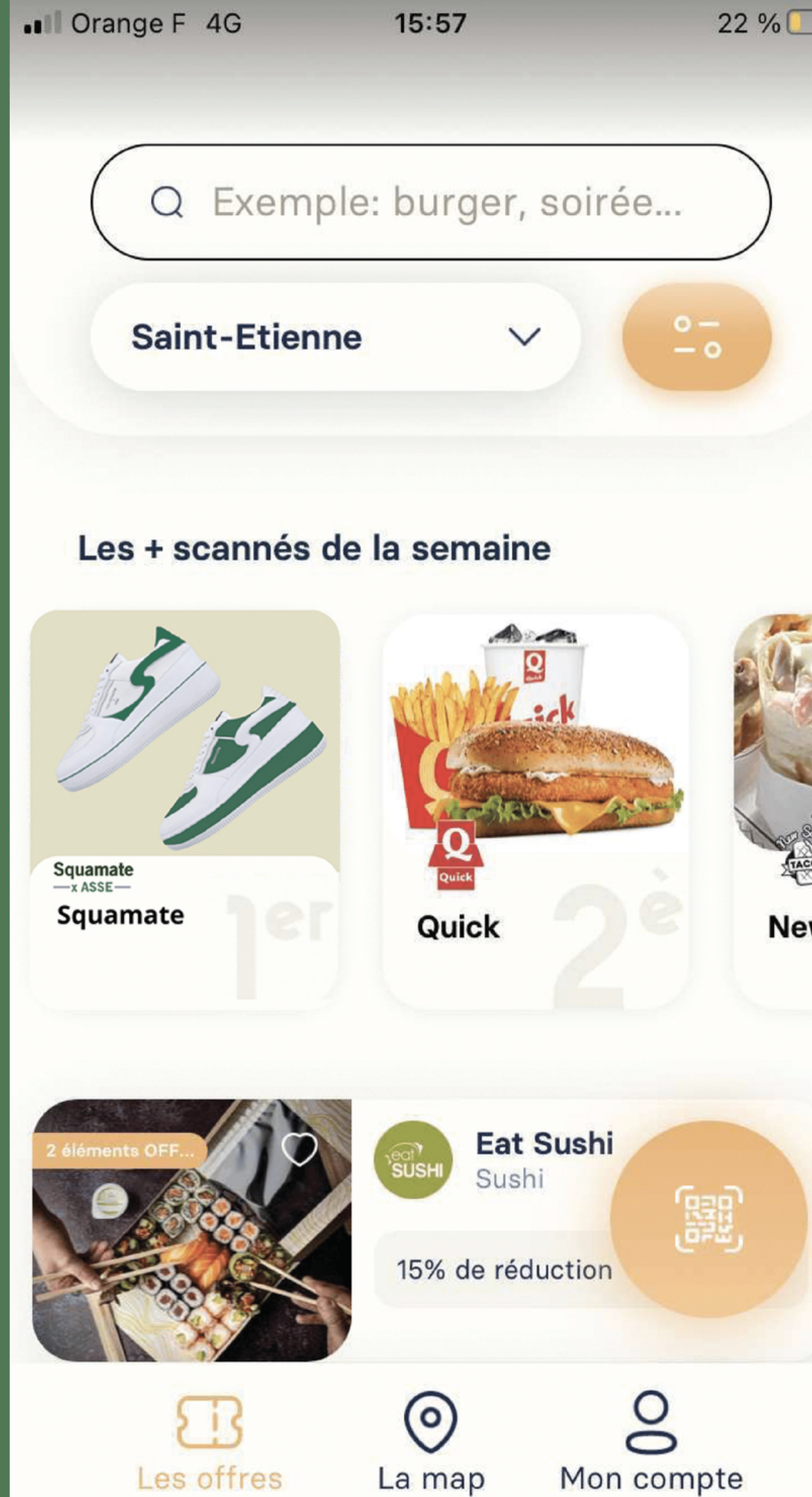
Ton match ASSE - Guingamp en partenariat avec Squamate

Nos PARTENAIRES

COMPASS



LA BOGE



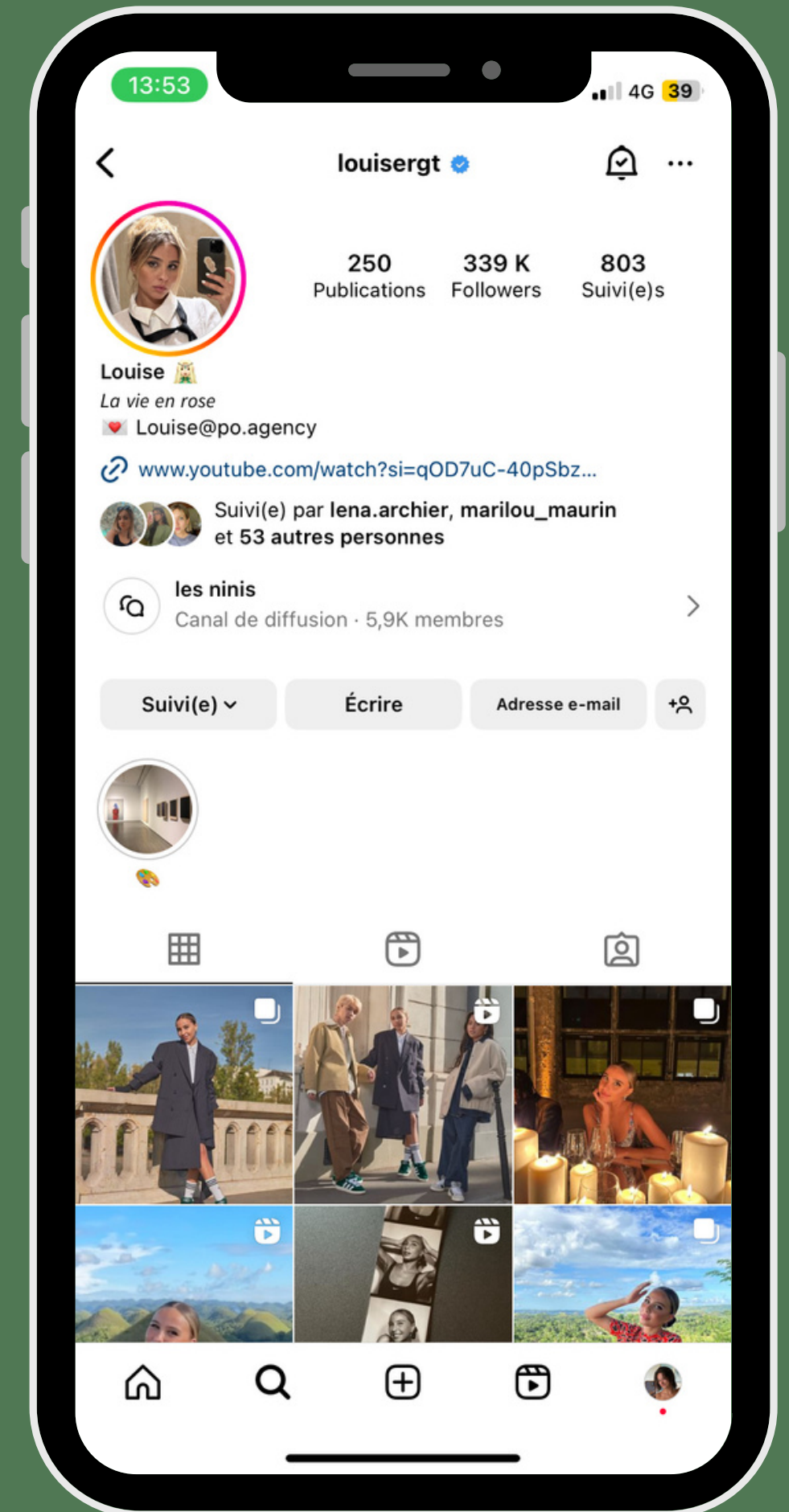
Louise Ragot



- *Fan de sneakers*
- *Suivie par beaucoup de jeunes*
- *Influenceuse jeune*
- *Travaille chez kikikics, magasin de revente de chaussure de marque*

Nombre d'abonnés : **339 K**

Taux d'engagement moyen : **6K**



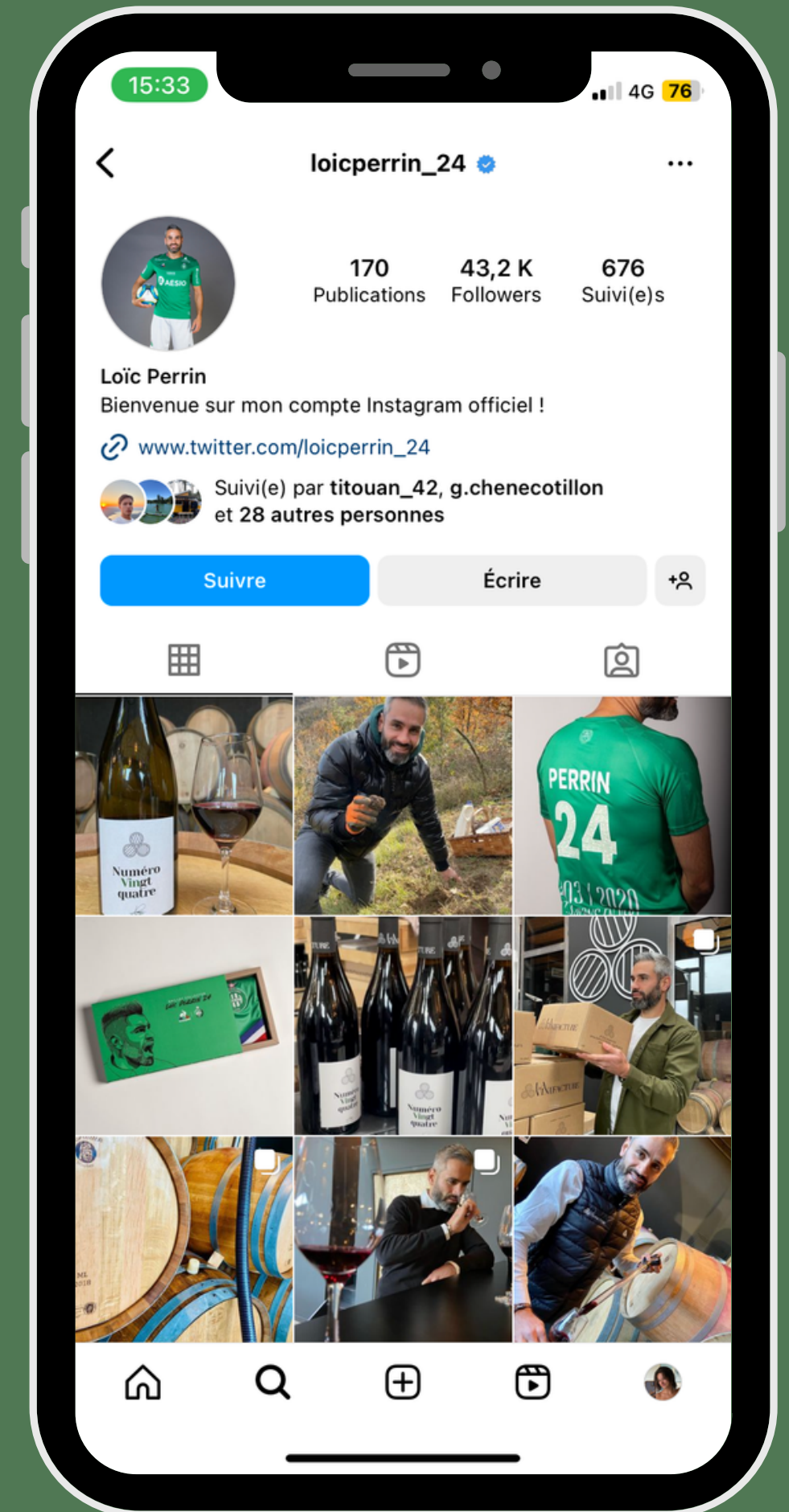
Loïc Perrin

- Ancien footballeur français de l'ASSE
- Actif sur les réseaux sociaux
- Partage son quotidien
- Très suivis par les stéphanois



Nombre d'abonnés : **43,2 k**

Taux d'engagement moyen : **15%**



CONTENU DEMANDÉ



- Une story Instagram
- Code promotionnel



- Présent le jour J
- Communiquer en amont de l'événement (Story)
- Une publication permanente Instagram



- Une publication permanente Instagram
- Une story Instagram
- Code promotionnel

BUDGET *COMMUNICATION*

DESCRIPTION	MONTANT
Influenceurs (story + post)	5 700€
Campagne d'affichage pour 1 semaine	2 000€
Diffusion sur TL7	3 000€
Production vidéo	1 500€
50 affiches dans le stade	400€
1 semaine sur radio scoop	1 500€
Campagne google display	2 000€

TOTAL = 16 100€

BUDGET *ÉVÈNEMENT*

DESCRIPTION	MONTANT
Lieu	Gratuit
2 paires de chaussures Squamate X ASSE	320€
4 places pour l'ASSE	60€
Maillot ASSE	80€
20 tote bags avec goodies	40€
1 000 gobelets ASSE X Squamate	600€
10 organisateurs	350€

TOTAL = 1 450€

Rétroplanning

Septembre

Début de la collaboration
Squamate x ASSE

Recherche et élaboration d'un
plan de communication

Octobre

Recherche et prise de contact
avec les influenceurs

Début de l'organisation de l'évènement :
communication, lieu, moyen techniques

Novembre

Communication online et offline sur l'évènement
et sur le lancement des chaussures

Relance des influenceurs / Organisation des
animations et des lots

Décembre

ÉVÈNEMENT

Communication online et offline
après l'évènement

Janvier

Code promo par les influenceur
présent pour reparler du produit

Février & mars

Vidéo retrospective sur l'évènement qui sera
diffusé lors des matchs pour montrer l'évènement
qui a eu lieu

Création de contenu pour continuer à
promouvoir la marque

Squamate

— X ASSE —

RÉPARTITION DU TRAVAIL

Lucie

- Réflexion sur l'événement
- Recherche des influenceurs
- Création de la vidéo
- Réflexion sur la communication online et offline
- Proposition des lots
- Elaboration du budget

Léna

- Réflexion sur l'événement
- Rappel de la demande du client
- Problématique
- Cibles de communication
- Personas
- Définitions produits
- Les 7P

Méline

- Réflexion sur l'événement
- Réflexion sur la communication offline et online
- Post instagram
- Carrousel sur l'événement (insta)
- Campagne emailing
- Elaboration du Budget

Lison

- Réflexion sur l'événement
- Retroplanning
- Réflexion sur la communication offline et online
- Proposition graphique
- Partenaire
- Communiqué de presse
- Campagne emailing

Maud

- Réflexion sur l'événement
- Problématique
- Pestel
- Swot
- Benchmark concurrentielle
- Réalisation du mapping de positionnement
- Les 7P

Nous avons réalisé le diaporama toutes les 5