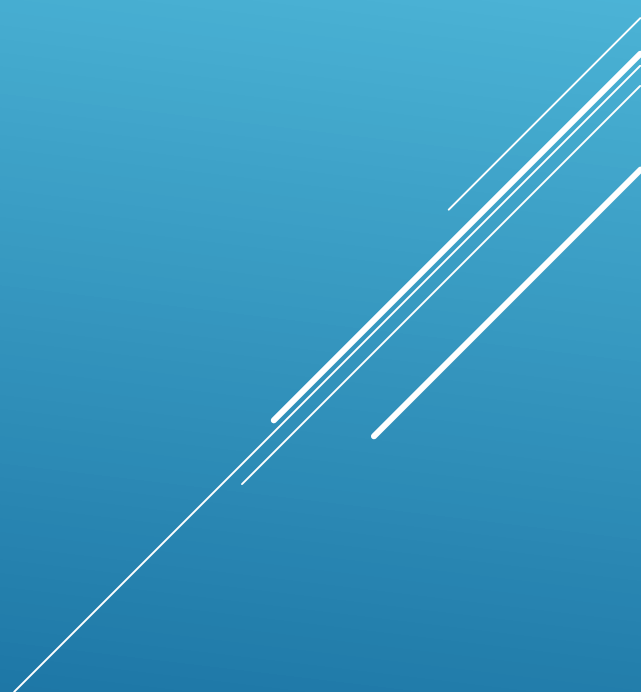


CONCOURS DE REPORTAGES PROFESSIONNELS

MCO1

A series of several parallel white lines of varying thicknesses, slanted diagonally from the bottom-left towards the top-right, located on the right side of the slide.

ENSEIGNE COMMERCIALE : FNAC DARTY



L'ENSEIGNE DARTY

Darty est une grande surface spécialisée dans l'électrodomestique :

- Créée en **1957** en France.
- En **2016**, l'enseigne Fnac a racheté Darty pour se fusionner entre eux.
- Elle regroupe en **2019**, 25 000 salariés dans le monde entier dont 1900 en France.
- Darty contient 412 enseignes en France.
- L'entreprise a plus de **50 ans de réussite** aujourd'hui.

Ils sont associés aux marques :

- Nature et découvertes,
- Wifix et Vander Borne.

Grâce à la Fnac, qui est le premier libraire en France, le groupe regroupe plus de **35 Millions de clients** chaque années et 44 Millions de visiteurs sur leur site internet.



Reprise
et recyclage gratuits
de vos appareils

L'OFFRE

L'entreprise Darty propose également des **offres** :

- Livraison offerte
- La carte Visa Darty
- Assistance téléphonique Darty 7j/7 et 24h/24
- Darty MAX
- Click & Collect 1h
- Retour sous 15 jours
- Garantie 2 ans par le SAV Darty
- Des produits électroménagers et électrodomestiques.



CONCLUSION

Darty bénéficie bien d'un critère de différenciation puisque l'entreprise a une **stratégie de contact multicanal** pour informer, recruter de nouveaux clients, vendre et fidéliser sa clientèle. De plus, l'enseigne se digitalise et accompagne le client tout au long de sa vente, il conseille les consommateurs à **adopter un comportement durable** par rapport à un produit. Grâce à la fusion Fnac Darty, l'enseigne évolue sur le marché en se développant et attire donc plus de consommateurs.

D.1

GROUPE 1

FNAC DARTY

Ressources :

- Humaine : 21K employés
- Matérielle : Unités commerciales, dépôts
- Immatérielle : Site internet, Notoriété, Réseaux social
- Financière : Chiffre d'affaires 2020 : 7 491 €

L'enseigne DARTY bénéficie-t-elle d'un critère de différenciation ?

L'ENSEIGNE FNAC DARTY SE CONSTRUIT DANS TOUTE LA FRANCE ET COMMENCE A SE DEVELOPPER EN BELGIQUE MAIS AUSSI EN AFRIQUE DU NORD.



Nom de l'organisation : Darty

Finalité : Économique

Type : Entreprise privée

Champ géographique : International

Secteur d'activité : Tertiaire

Statut juridique : SAS

FOCUS SUR LE CONTRAT DE CONFIANCE

Darty s'engage envers ses clients à travers son célèbre Contrat de Confiance, qui garantit : le meilleur prix tout compris, garanti toute l'année par le remboursement de la différence, le meilleur choix dans l'offre de produits et de services, les services de qualité et personnalisés avant, pendant et après l'achat. Les collaborateurs Darty accueillent, renseignent, livrent et dépannent les clients. Tous les produits sont garantis 2 ans par Darty : en cas de panne, les clients peuvent bénéficier du service après-vente de Darty à domicile ou en atelier selon les appareils. Et pour certains produits, l'enseigne propose même de prêter un appareil de remplacement.

D3

DARTY EN CHIFFRES



- 25 000 SALARIÉS DANS LE MONDE
- 19 000 EN FRANCE



- EN AFRIQUE NORD, AU QATAR, EN SUISSE...



- 7 491 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES



- 44 MILLIONS DE VISITEURS PAR MOIS
- 29% DU CHIFFRE D'AFFAIRES



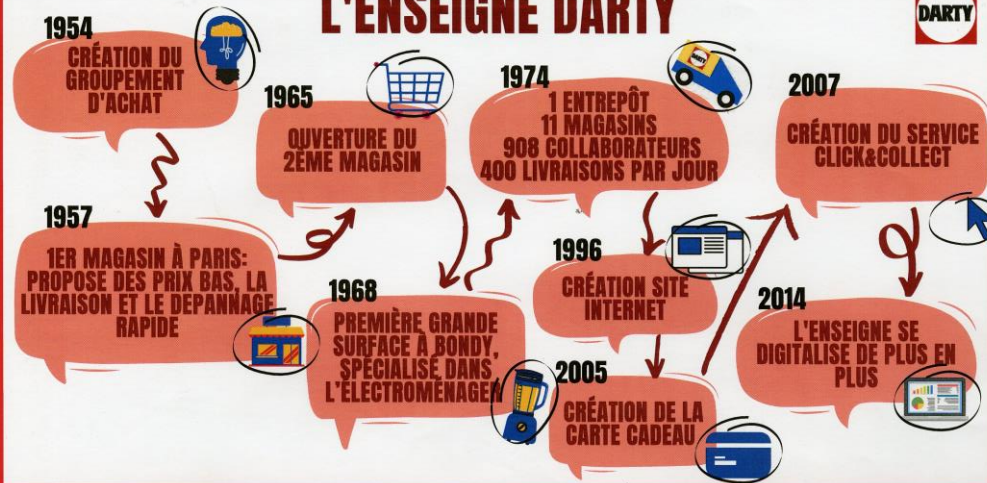
- 780 MAGASINS EN EUROPE
- 9 500 000 M2 D'ESPACE DE VENTES



- EN 2016 LA FNAC RACHÈTE DARTY POUR 1 MILLIARD D'EUROS

D3

L'ENSEIGNE DARTY



D3

DARTY BÉNÉFICIE D'UN CRITÈRE DE DIFFÉRENCIATION



LE CONTRACT DE CONFIANCE

- PRIX
- SERVICE
- CONSEIL
- DURABILITÉ



L'ABONNEMENT POUR RÉPARER ET PROLONGER LA DURÉE DE VIE DE VOS APPAREILS.

LEADER EUROPÉEN

- FORTE PRÉSENCE SUR INTERNET
- SERVICES LIVRAISONS (DANS LA JOURNÉE)
- RÉSEAU MAGASIN EN CONSTANTE EXPANSION



2,5 MILLIONS D'INTERVENTIONS S.A.V CHAQUE ANNÉE NOUS PERMETTENT DE SÉLECTIONNER DES APPAREILS PLUS FIAIBLES ET RÉPARABLES.



1ER COLLECTEUR DE FRANCE: DARTY S'ENGAGE À RECYCLER GRATUITEMENT VOS ANCIENS APPAREILS.

OBJECTIF

- ÊTRE LEADER SUR ENSEMBLE DES DOMAINES
- ÊTRE PLUS PUISSANT SUR LE PLAN COMMERCIAL

AUTRES

- DISTRIBUTEUR MULTICANAL D'EQUIPEMENT ELECTRODOMESTIQUE

GRUPE 3

Fnac et Darty ont fusionné pour devenir **Fnac Darty**.

Les anciens concurrents sont fusionnés pour devenir **Fnac Darty** en 2016 (pour la somme d'un milliard d'euros).

Les magasins sont séparés en plusieurs groupes : *Grand Ouest, Est, Îles de France.*

Le groupe **Grand Ouest** comporte: *84 magasins, 41 espaces cuisine, 13 SAV, 1 siège, 1 Centre d'appel.*

Le groupe comporte *25 000 salariés dans le monde et 19 000 en France, 780 magasins, 950 000m², 8 millions d'abonnées.*

Les services proposés : *SAV, Click en Collect, Darty MAX*

Le contrat de confiance Darty

- Prix

Les meilleurs prix pour faire des économies toute l'année

-Service

Nos services pour vous faciliter la vie

-Conseil

Les conseils éclairés pour vous accompagner au quotidien

-Durabilité

Tous nos services pour allonger la durée de vie de vos produits



Qu'est ce que c'est ?

Darty MAX est un abonnement qui simplifie votre quotidien et garantit une longue vie à vos appareils gros électroménager⁽¹⁾, achetés chez Darty... ou ailleurs⁽²⁾ !



La réparation de tous vos appareils⁽¹⁾

[En savoir plus](#)



Une assistance téléphonique prioritaire

[En savoir plus](#)



Intervention à domicile sous 24h

[En savoir plus](#)



Remboursement en carte cadeau au prix d'achat⁽¹⁾

[En savoir plus](#)



Une formule tout compris

[En savoir plus](#)

TROUVER MON MAGASIN

La digitalisation de la marque:

Une forte présence sur internet, Une personne sur deux achète sur Internet
44 millions de visiteurs sur le site internet par mois, Visio Chat



L'enseigne DARTY bénéficie-t-elle d'un critère de différenciation ?

Le magasin Darty ne se développe pas seulement en France. Il ont plusieurs magasins en Belgique, Luxembourg, Pays Bas, Suisse ou en Péninsule Ibérique. Et aussi à travers l'Afrique du nord.

Il a le premier franchisé à Challans. Il se démarque grâce à sa digitalisation de plus en plus avec Fnac.com et Labofnac.com. Elle se différencie grâce à sa mise en avant de l'offre, ces relations client



DARTY+

Les services Darty sans limite.

**FNAC DARTY**Avec Darty,
faites le choix
durable!

Fnac Darty est une entreprise française spécialisée dans la distribution de matériel électroménager, électronique et de produits culturels. La reprise de Darty par la Fnac en 2016 a donné naissance à un leader européen de la distribution omnicanale.

COMMERCE ET TRAFIC

La position de leader du groupe repose sur un trafic important :

254 millions de visites en magasins au niveau du Groupe et près de 44 millions de visiteurs uniques cumulés en moyenne par mois en France sur Internet (moyenne au cours de l'année 2020)

7,491 milliards d'euros de CA Groupe (2020) dont environ 29% réalisé sur le canal Internet

ADHÉRENTS FNAC

Près de 10 millions d'adhérents dans le monde dont 8 millions en France

Fnac+ et Darty+ rassemblent conjointement 2,3 million d'abonnés

En France, les adhérents réalisent plus de 62 % du CA.

PARC DE MAGASINS

908 magasins dans le monde (dont 344 franchisés)
Fnac : 213, dont 104 en franchise
Darty : 223 en intégré traditionnel, 210 en franchise

Quelques magasins dans le monde:
-85 en Belgique et au Luxembourg
-3 Fnac au Maroc, 2 Fnac au Qatar, 2 Fnac en Côte d'Ivoire



fnac

france billet

NATURE
DECOUVERTES

Angélo et Azamat

GROUPE 5

ENSEIGNE BANQUE: CRÉDIT AGRICOLE





CRÉDIT AGRICOLE

groupe 1

Coucou ma chérie, c'est maman, j'ai vu que tu étais passé au crédit agricole ?

la quoi ?
On parle d'une banque ?

je vais peut-être passer au crédit agricole moi :)

oui, j'ai fait le choix de changer pour une banque qui se modernise.
Au crédit agricole, la banque fait attention aux jeunes, il se lance maintenant dans la digitalisation en plus !

Oui ! Le Crédit agricole a décidé de lancer une branche plus moderne, je peux discuter maintenant avec mon banquier depuis chez moi, et en chausson.
je gagne du temps, et surtout de l'argent.

Nouveau concept

Découvrez nos nouvelles fonctionnalités directement en magasin !

Des écrans pour vous aider, et pleins d'autres nouveautés !

Le nouveau concept actuellement en développement au crédit mutuel, est la mise en place de "BOT".

Cela permet à nos clients, de poser leurs questions 24H/24 et 7/7



Profil type BTS

Nous recrutons chaque année des jeunes étudiants sur l'ensemble de nos activités en France ou à l'international !

En alternance, jobs d'été ou stages, venez découvrir nos métiers pour acquérir une première expérience.

Découvrez sans plus tarder nos opportunités en fonction de votre profil sur notre site:

<https://www.credit-agricole.fr/>



GROUPE 1

Suite à la crise sanitaire, les téléchargements et l'utilisation des applications bancaires mobiles ont fait un bond comme les messageries sécurisées et les paiements sans contact. Nouveaux outils, pour accélérer le traitement des demandes de prêts garantis par l'Etat, mise en place de service d'E-retrait d'argent permettant de retirer des espèces dans les distributeurs automatiques de billet. Pour le groupe Crédit Agricole, le réaménagement des agences



STAGE BTS

les différentes qualités requises sont :

de la rigueur et le sens de l'analyse,
le goût des chiffres et de l'intérêt pour la finance et l'économie,
un bon relationnel, le sens du contact et la capacité de travailler en équipe,
le goût du challenge et une bonne élocution.



Après 5 à 10 ans d'expérience en agence bancaire, l'employé de banque peut évoluer vers des métiers plus spécialisés. La gestion de patrimoine pour conseiller des clients plus fortunés, le métier de chargé de clientèle de professionnels auprès de très petites entreprises ou le management au poste de directeur d'agence, ce qui prouve que dans la banque les possibilités d'évolution sont multiples.



CA 2



Crédit Agricole

C'est une banque française systémique créée en novembre 1894 c'est principalement une banque mais elle exerce d'autres activités : assurance avec Pacifica et immobilier avec Square Habitat.



stratégie: stratégie Click & Mortar (Mortier) = Stratégie Hybride.

Caractéristiques de ces métiers:

- collecter de l'argent pour en prêter
- gérer et assurer les paiements (virements, chèques...)



10 000 agences en France (160 000 collaborateurs)
principales qualités: cohésion, l'esprit d'équipe, la pédagogie et la confidentialité.



Chaque banquier possède environ 700 client à l'année.
Les salariés ont l'opportunité de réaliser une formation 15 jours par an.

-3ème groupe bancaire en Europe, et représente avec le Crédit Mutuel 60% du marché
-2ème assureur derrière Axa (30 millions de clients)



Objectif: « tiers de confiance », gérer et assurer le quotidien des français

GROUPE 2

LA DIGITALISATION AU COEUR DES BANQUES DU CREDIT AGRICOLE ?

- Du côté des banques, le digital a joué un rôle majeur. Les téléchargements et l'utilisation des applications bancaires mobiles ont fait un bond, au même titre que l'utilisation des messageries sécurisées, les paiements sans contact sont devenus la norme.



Des nouvelles idées pour répondre au besoins des client !

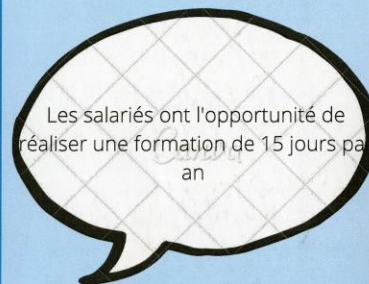
Les réseaux bancaires français ont rivalisé d'idées pour répondre aux demandes des clients. Développement de nouveaux outils, notamment pour accélérer le traitement des demandes de prêts garantis par l'Etat, mise en place de service d'E-retrait d'argent permettant à ceux qui n'ont pas de carte bancaire de retirer des espèces dans les distributeurs automatiques de billet.



CA3

LE CREDIT AGRICOLE

Le crédit agricole est une banque française systémique qui a vu le jour en 1894. Elle exerce aussi d'autres activités : l'immobilier avec square habitat et l'assurance avec Pacifica.



Les salariés ont l'opportunité de réaliser une formation de 15 jours par an



Chaque banquier possède environ 700 clients à l'année.

- 10 000 agences en France
- 160 000 collaborateurs
- 3ème groupe bancaire en Europe
- 2ème assureurs français avec 30 millions de clients

GROUPE 3

ENSEIGNE COMMERCIALE : LA BELLE LURETTE

The image features a solid blue background with a gradient from light blue at the top to a darker blue at the bottom. The text "ENSEIGNE COMMERCIALE : LA BELLE LURETTE" is centered horizontally in a white, sans-serif font. In the bottom right corner, there are several white, parallel diagonal lines that create a sense of motion or a graphic element.

G1



Belle lurette, un commerce indépendant.

Effectivement Belle Lurette est un commerce indépendant, il n'est lié à aucune autre enseigne, créé entièrement par Mme Carré.

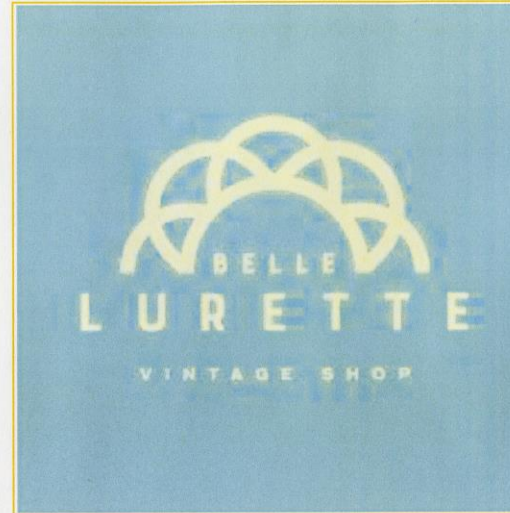
Etant la seule friperie de Vendée, elle ne possède aucun concurrent direct, et ne possède donc que des concurrents indirects (Celio, Jules...)

Mme Carré, une entrepreneuse accomplie.

Mme Carré a créé son entreprise seule se nommant « Belle Lurette », dans cette friperie, on y retrouve des vêtements vintages, elle a créé sa collection pour suivre la tendance grâce à ses fournisseurs « made in France », de part ces efforts, elle a réussi grâce à sa publicité sur les réseaux sociaux, sa publicité impact grandement sur la clientèle, dès qu'il y a un post sur l'un d'eux des clients viennent dès le lendemain pour acheter les produits. Il y a également une partie de ces clients qui rendent visite au magasin simplement pour suivre les conseils de Mme Carré sur les styles vestimentaires.

On peut donc voir l'esprit entrepreneurial de Mme Carré à travers son envie de faire venir la friperie en Vendée et de sa stratégie publicitaire novatrice.

La seule friperie de la Roche-sur-Yon ?



bellelurettevintageshop

S'abonner

372 publications 5 920 abonnés 705 abonnements

Belle Lurette Vintage Shop

Prêt-à-porter et accessoires

Votre friperie à La Roche Sur Yon

Pas de dépôt vente

Friperie & Brocs

Ouvert du lundi au samedi de 10h à 19h sauf le lundi 13h-19h

#ecoresponsable

vm.tiktok.com/ZMR9pMcp2



Mais qui est donc Mme Carré ?

Venant d'un apprentissage coiffure, elle a travaillé en tant que coiffeuse. Etant fan de brocantes, de vides greniers, elle a décidé de se lancer à son compte en devenant gérante d'une friperie.

En 2020, elle voulait ouvrir sa friperie mais le Covid a reporté l'ouverture du magasin en début d'année 2021. Elle a décidé de faire connaître grâce aux réseaux sociaux notamment sur Tik Tok, Instagram et Facebook. Cela lui a permis de gagner rapidement en notoriété.



GROUPE 1

BELLE



LURETTE



Concept innovant sur La Roche Sur Yon "Friperie" unique

Le but de cette friperie est de donner une seconde vie à des vêtements jamais portés, ces vêtements proviennent de fournisseurs qui possèdent les invendus des magasins .



Madame Carré, une
entrepreneuse

QUI EST DERRIÈRE TOUT ÇA?

Etant une personne adepte des friperies, Madame Carré a décidé d'implanter ce concept qui était encore inexistant auparavant à la Roche Sur Yon. Madame Carré a trouvé le courage, utilisé ses ressources et son plein potentiel, mit en œuvre tous les moyens nécessaires pour aboutir au projet qu'elle souhaitait.

BELLE LURETTE, UN COMMERCE INDÉPENDANT

On peut dire que Belle Lurette est un commerce indépendant puisque le magasin est géré et administré seulement par Madame Carré.



Madame Carré :

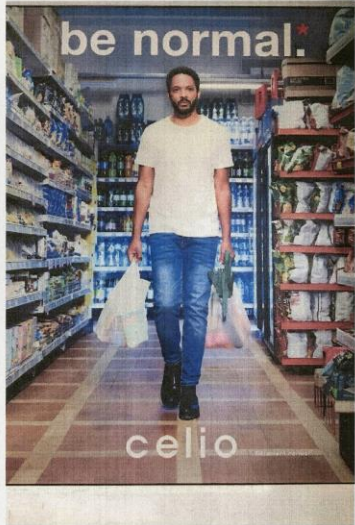
- gère les commandes auprès des fournisseurs
- sélectionne les vêtements pour le magasin
- lave et repasse les vêtements avant de les mettre en vente
- gère les ventes et conseille les clients
- gère les finances du magasin

GROUPE 2

ENSEIGNE COMMERCIALE : CELIO



celio
be normal.*



A PROPOS*

dirigé par Denis LeBouc
Rdpt des Flâneries, 85000 La Roche sur Yon
équipe de 7 salariés
magasin pour homme avec +de 600 références
slogan "be normal"
1330 magasins à travers 46 pays

RESEAU MIXTE *

Un réseau de distribution mixte est un réseau de distribution comprenant à la fois des points de ventes sous forme de succursales et des points de ventes détenus par des indépendants (franchisés, concessionnaires,...)

L'OFFRE *

Celio porte sur la vente de produits vestimentaires masculins. Depuis peu, Celio se lance dans la chaussure en proposant des collections sportwear une collection orientée sur la ville. L'offre se compose : producteurs, distributeurs, fournisseurs et concurrents. Ils sont distributeur dans un secteur de prêt à porter d'homme et qui est très concurrentiel où les offreurs sont nombreux.

* PARTICULARISME

Celio se met à l'actualité en faisant des produits sous licence (casa de papel, Dragon Ball Z...) pour attirer la clientèle fanatique. Il doivent payer un droit pour les vendre, ce sont des stocks limités car Celio dispose d'un mois pour vendre ses marchandises.



GROUPE 1

* CE QUI DIFFERENCIE CELIO DE SES CONCURRENTS

Celio est une marque engagée, elle met à disposition une box de collecte où on peut se débarrasser de nos anciens vêtements pour en faire don à des associations caritatives. En plus, elle vous permet de cumuler des bons d'achat Celio : tout le monde est gagnant !



Il impose l'achat avec les règles environnementales et d'hygiène pour son image de marque (esclavage moderne, travail de l'enfant). En parallèle avec son image de marque, celio fait des dons à l'association CKDB (c'est que du bonheur), environ 200 000 vêtements donnés par an et il organise des journées solidaires (les feel good days).

Ce qui le différencie de ses concurrents sont :

- les produits proposés
- composition du produit au bon moment
- faire des produits d'une certaine qualité
- qualité d'accueil



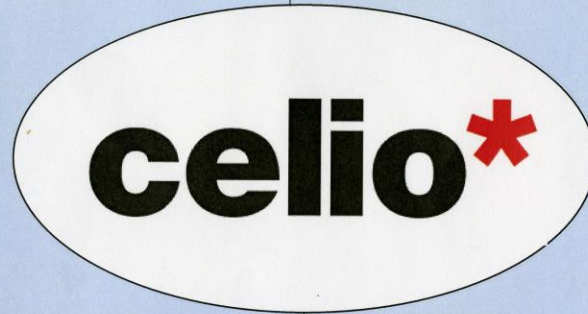
L'offre CELIO et son particularisme

- Magasin monomarque
- Géographie des produits réfléchi
- Merchandising -> nouvelle offre tous les 15 jours
- présence de ventes additionnelles (sous vêtements)



Denis LEBOUc

- Directeur Celio Les Flâneries
- Accompagné d'un Adjoint, un assistant et de 4 Vendeurs
- Enveloppe de 300 000€ annuel pour payer ces salariés



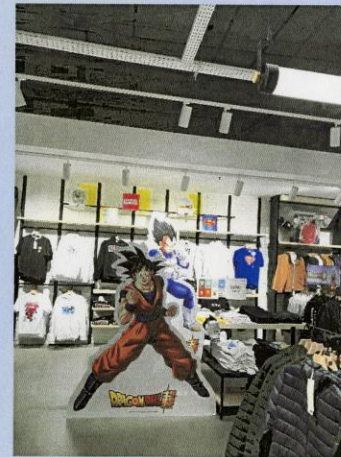
A propos de L'entreprise :

- Superficie de 500m2
- 8000€/ mois
- Bail de 9 ans renouvelables
- 2 Millions de CA (suppositions
- Réseaux intégrés (prend les décisions avec le groupe Celio)



Pourquoi CELIO-Les Flâneries à LRSY se différencie-t-il de ses concurrents en Vendée ?

Celio se démarque sur le marché du prêt à porter étant donné que l'entreprise propose un catalogue monomarque très diversifié, qui touche une catégorie de clients très large. Bien qu'elle soit spécialisée dans le prêt à porter pour homme, elle propose des gammes très différentes, notamment avec la présence de « collections capsules » (The BigBang Théorie, Dragon Ball Super, Casa de Papel...). Grâce à ces caractéristiques, Celio a réussi à se frayer une certaine place sur le marché du prêt à porter malgré la présence de son concurrent direct : JULES.



celio*

Rdpt des Flaneries,
85000 La Roche-sur-
Yon

02 51 34 22 79

Services disponibles:
Achats en magasin ·
Retrait en magasin

Surface: 500m2

Equipe: 1 Directeur et
7 salariés



MAGASIN

prêt-à-porter masculin
monomarque (vente de
vêtements celio
uniquement)

CLIENTELE

- vise une large clientèle (différents univers: sportswear, casual...)
- fidélisation du client (carte de fidélité, points pour l'offre anniversaire...)
- parcours client (vitrine identifiable dans tous les celio existant)

DIGITALISATION

- 4 millions sur la base de données
- click & collect: réservez sur celio.com et retirez votre article en magasin en moins d'1h



Fondé en 1978, par Maurice Grosman, ce réseau à la fois indépendant et intégré rassemble plus de 1500 magasins dispersés dans 46 pays avec plus de 1800 employés.

celio be normal.*

CELIO LES FLÂNERIES

SE DISTINGUE

Ce n'est pas l'unique magasin de prêt-à-porter masculin présent dans ce centre commercial mais il arrive à se démarquer de ses concurrents par son merchandising en se mettant en valeur mais aussi par le développement des technologies (présence de tablettes de commandes en magasin).

MAGASIN

Ce magasin de prêt-à-porter masculin situé aux flâneries, a été rénové il y a 3 ans. Il accueille en moyenne 40 000 clients par an donc une centaine par jour.

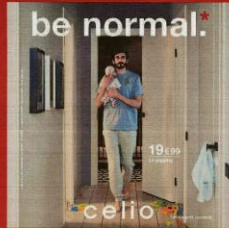
RENTABILITE

Sur seulement ce magasin, Celio connaît un chiffre d'affaires d'environ 2 millions d'euros par an

GROUPE 3

celio*

*
*
*



https://www.celio.com/

Réseau
intégré

Surface de
500m²

Géré par Mr
Lebouc

Chiffre
d'affaire de
2m€ en 2020

40 000
clients/an en
moyenne

Magasin de
prêt à porter

Situé au
Flaneries

PHONE : 02 51 34 22 79

* * *

Particularités

Celio est un magasin
spécialisé dans la
vente de prêt à porter
exclusivement
masculin

Employé spécialisé
venant chaque semaine
afin de faire de la PPV
(Pub sur point de vente)



C'est une enseigne qu'on
appel "monomarque" car
elle ne commercialise
qu'une seule marque de
vetements

Elle commercialise aussi
des produits licenciés tel que
Dragon ball Z ou la Casa de
Papel (8% reversé aux
créateurs)



celio*



CONCLUSION*

CELIO SE DIFFÉRENCIE DE SES CONCURRENTS PAR UN PARCOURS CLIENT
ATYPIQUE :

*Vitrine identifiable propre à tous les
magasins Celio*

- ATTIRANT L'OEIL DU CLIENT. 
- L'INSCITANT À ENTRER DANS LE MAGASIN.

Coin capsule

- Association de produit
allant entre eux.

Digitalisation de l'activité

- Site e-commerce avec d'ici 5ans,
15% du CA du magasin sera
effectué via internet.
- base de donnée ressassant les
4millions de clients.

GROUPE 4