

# CONCOURS DE REPORTAGES PROFESSIONNELS

**LES GAGNANTS**

A decorative graphic consisting of several parallel white lines of varying thicknesses, slanted diagonally from the bottom-left towards the top-right, set against a blue gradient background.

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

GAGNANT

ENSEIGNE BANQUE: CRÉDIT AGRICOLE

The image features a solid blue background with a gradient from light to dark. In the center, the text "ENSEIGNE BANQUE: CRÉDIT AGRICOLE" is written in white, uppercase, sans-serif font. In the bottom right corner, there are several white, parallel diagonal lines of varying lengths, creating a modern, abstract graphic element.

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



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

GAGNANT

ENSEIGNE COMMERCIALE : LA BELLE LURETTE

The image features a solid blue background with a gradient from light to dark. In the center, the text 'ENSEIGNE COMMERCIALE : LA BELLE LURETTE' is written in a white, sans-serif font. In the bottom right corner, there are several white diagonal lines of varying lengths and thicknesses, creating a modern, abstract graphic element.

61



### 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.

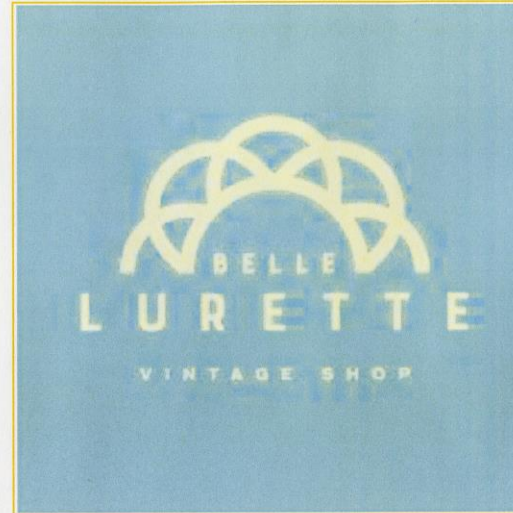
Etant la seule friperie de Vendée, elle ne possède aucun concurrent direct, et ne possède donc que des concurrents indirects (Celio, Jules...)

### 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.



# GAGNANT

# 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

# GAGNANT EX AEQUO

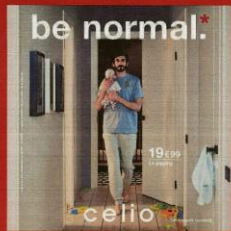


ENSEIGNE COMMERCIALE : CELIO



celio\*

\*  
\*  
\*



https://www.celio.com/

Réseau intégré

Surface de 500m<sup>2</sup>

Géré par Mr Lebouc

40 000 clients/an en moyenne

Chiffre d'affaire de 2m€ en 2020

Magasin de prêt à porter

Situé au Flaneries

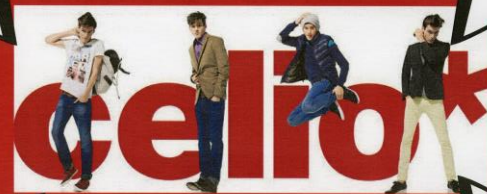
PHONE : 02 51 34 22 79

\* \* \*

# 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 appelle "monomarque" car elle ne commercialise qu'une seule marque de vêtements



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 recensant les 4millions de clients.

GAGNANT

# 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

# GAGNANT AE EXQUO