

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



:Réalisé par

**BELHASSAN Selma**



**YVES ROCHER**

# **Introduction**

# Le Plan



## Première partie: Présentation de l'entreprise

- 1) Bref aperçu
- 2) Historique
- 3) Répartition géographique
- 4) Le développement durable

## Deuxième partie: L'étude Marketing

- 1) Le Mix Marketing
- 2) L'analyse SWOT
- 3) La matrice de PORTER
- 4) Le CRM

## Troisième partie: L'analyse concurrentielle

- 1) Les stratégies territoriales ( Yves Rocher VS Sephora )
- 2) Les stratégies commerciales ( Yves Rocher VS Sephora )

## INTERVIEW



**YVES ROCHER**

**Première partie**

**Présentation de  
l'enseigne Yves Rocher**

# Bref aperçu

Fondée par **Yves Rocher**.

Yves Rocher est une entreprise de cosmétique bretonne née en 1956.

Bénéficie d'une renommée tant nationale qu'internationale.

Première marque de cosmétiques végétales dans le monde.

Yves Rocher est l'un des ambassadeurs de la Franchise française à l'étranger.

Elue 3ème Marque engagée en faveur du développement durable.

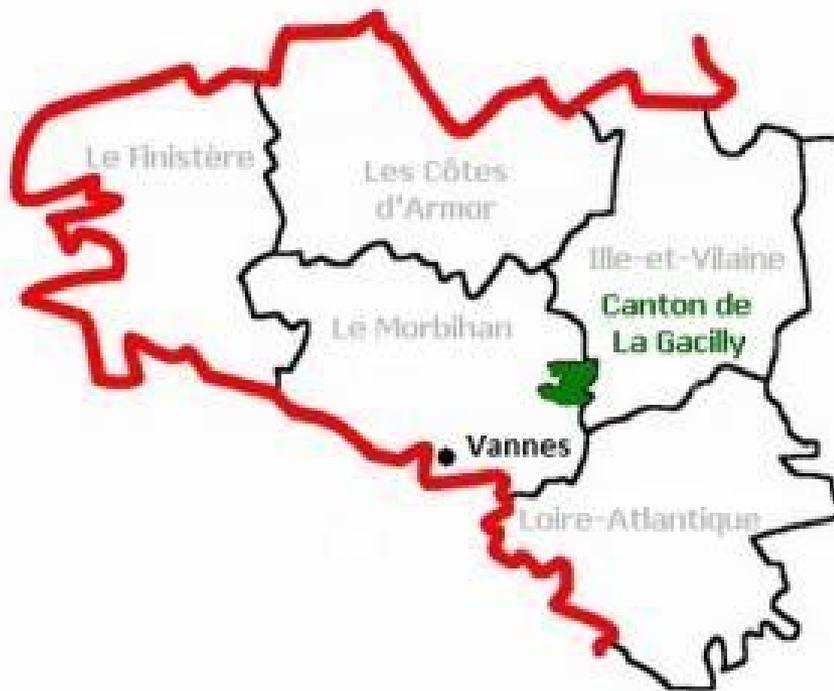
# Historique



YVES ROCHER

1959: Yves Rocher crée son premier laboratoire à la

Gacilly



Blason de la ville de la Gacilly





**YVES ROCHER**

**1965** : Yves Rocher met à disposition le livre vert de la beauté.



**-Le Livre Vert de la Beauté, Edition 2010-**



**YVES ROCHER**

**1969** : A la Gacilly, Yves Rocher ouvre l'usine de la Croix des Archers. Avec l'ouverture de cette usine, Yves Rocher ouvre son premier magasin à Paris.



**- La Croix des Archers, à la Gacilly -**

**1970** : Ouverture du 1er magasin en franchise à Grenoble et de la première filiale en Belgique.

**1981** : La Marque fête son 1er milliard de Francs (soit 153 millions d'euros).

**1986** : Yves Rocher fait une importante découverte biologique cosmétique : l'ADN Végétal.



**1991** : la Fondation Yves Rocher voit le jour.

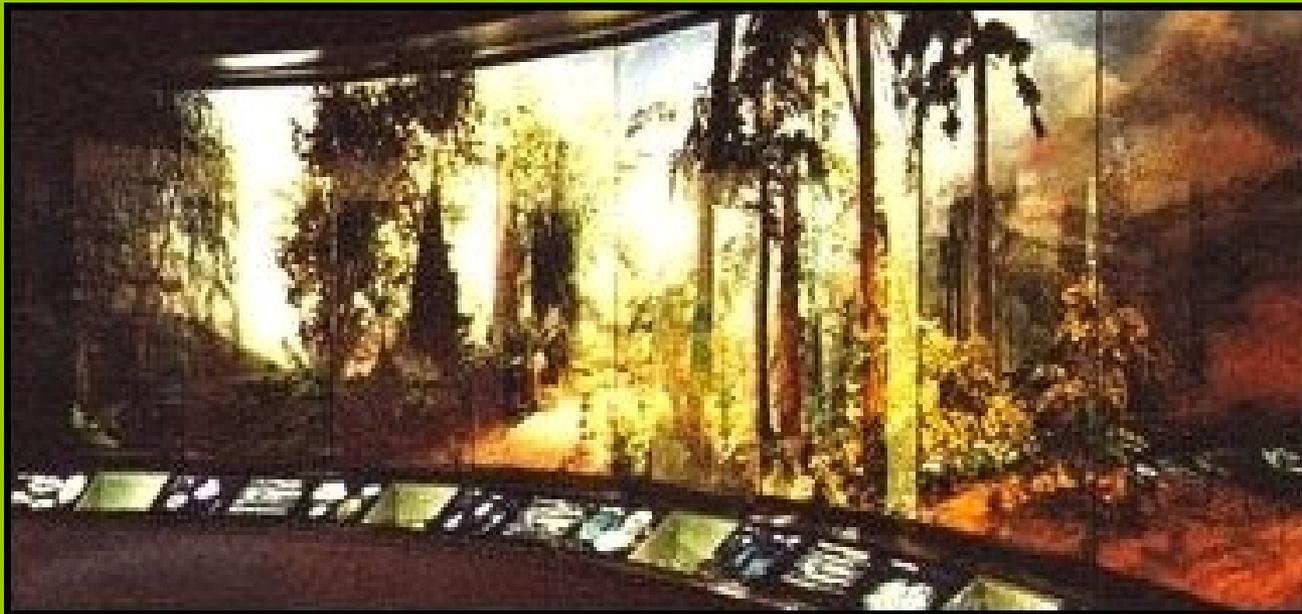


**Logo de la Fondation Yves Rocher--**



**YVES ROCHER**

**1998:** Yves Rocher crée, en collaboration avec le Muséum d'Histoire Naturelle, **le Végétarium.**



**-Le Végétarium-**



**YVES ROCHER**

**2008** : la **nouvelle carte** d'Yves Rocher est disponible.



**-Carte Yves Rocher-**



**YVES ROCHER**

**Octobre 2008 : Le nouveau concept du magasin.**



**-A gauche : l'ancien concept ; A droite : le nouveau concept-**



**YVES ROCHER**

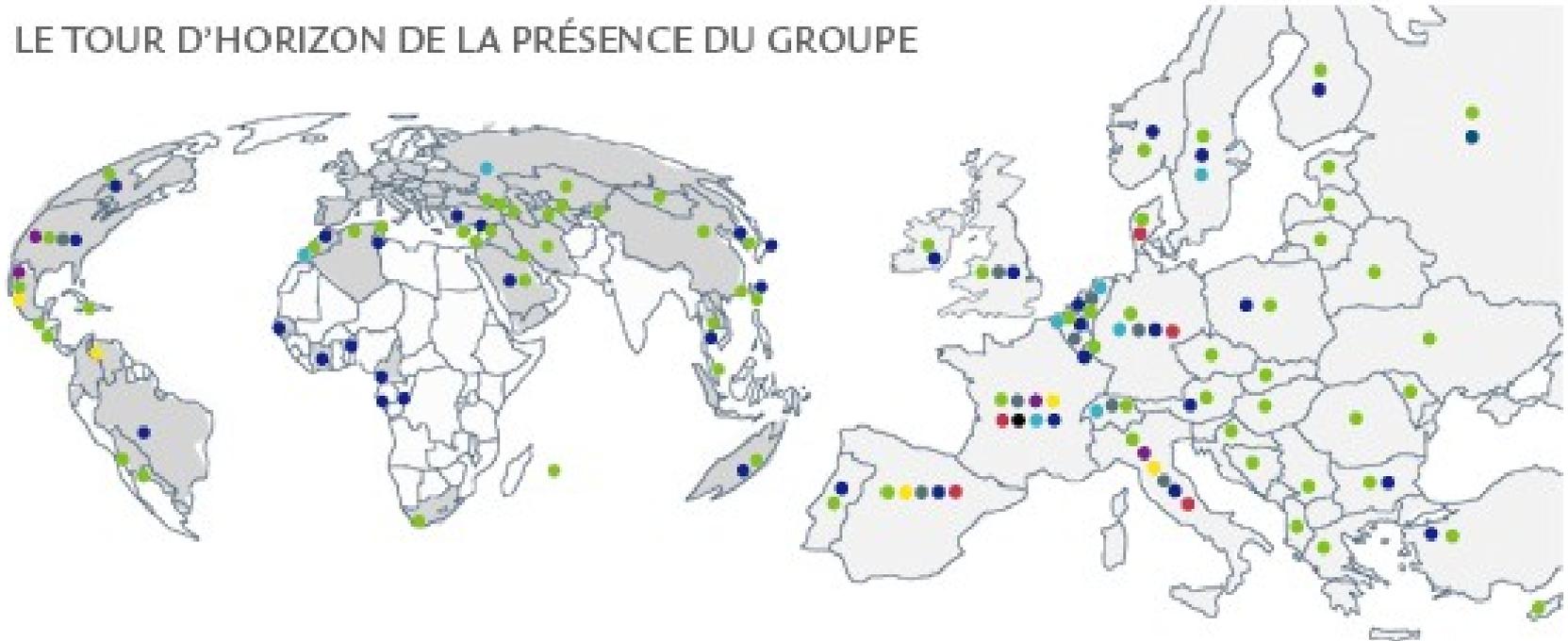
**2009 :** Yves Rocher décède à l'âge de 79 ans.





# Répartition Géographique YVES ROCHER

LE TOUR D'HORIZON DE LA PRÉSENCE DU GROUPE



- |  |   |  |
|--|---|--|
|  Yves Rocher  |  Docteur Pierre Ricaud |  Kiotis         |
|  Petit Bateau |  Daniel Jouvance       |  Galerie Noémie |
|  Stanhome     |  Isabel Derroisné      |  |



YVES ROCHER

# Le développement durable

## L'Eco-citoyenneté en pratique

Concevoir des produits respectueux de l'environnement.  
Produire dans des usines « propres » puis distribuer.

## La « verte attitude » des collaborateurs du Groupe

Le dire et le faire...





YVES ROCHER

# Deuxième partie L'étude Marketing

# Le Mix Marketing

## Le Produit

Parfums, Maquillage, Soins du corps, Soins du cheveu, Soins du visage, Accessoires.



**YVES ROCHER**

## Le Prix

Yves Rocher, propose des prix moyens accessibles à tous.

Les réductions proposées sont souvent, que ce soit par mailing ou en magasins, de -40 à -50 %.

Les prix proposés par YVES ROCHER permettent de toucher une vaste cible.



**YVES ROCHER**

## La communication

Partenariat publicitaire à la télévision.

Internet.

Le bouche à oreille et le parrainage.

Présence géographique des enseignes.

Les citations sur des sites et magazines féminins.

Les communiqués de presse et les partenariats.



**YVES ROCHER**

## La distribution

La distribution se fait au travers de plusieurs canaux : la VPC (Le Livre Vert), Internet, la vente par relation et la vente en magasin.

# L'analyse SWOT



YVES ROCHER

<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>
Produits naturels et de qualité	Peu d'expérience dans les pays émergents
Notoriété internationale	Budget de communication encore faible
Prix	Manque de clarté face aux différents labels de certification bio et naturel
Innovation	



## Opportunités

Augmentation du pouvoir d'achat au Maroc

Population jeune<sup>1</sup>

Occidentalisation de la consommation

Marché en forte croissance

Intensification de la prise de conscience des problématiques écologiques

## Menaces

La concurrence

Produits traditionnels encrés dans la culture marocaine

Revenu moyen par habitant

Marques de distributeurs et produits référencés en grande distribution à prix compétitifs

<b>Âge médian</b> ( <i>population totale</i> )	ans 26,5
- Hommes	25,9 ans
- Femmes	27 ans
<b>Structure par âge</b>	% 28,7
- 0-14 ans	% 65,4
- 15-64 ans	% 6
- 65 ans et plus	

(<sup>1</sup>)



YVES ROCHER

# La matrice de Porter -Yves Rocher au Maroc-

- Production en dehors du Maroc et quelques fournisseurs de matières premières sont locaux.  
- peu d'expérience dans les pays émergents, elle devra se mettre au courant des prix pratiqués au Maroc.

Le marché des cosmétiques est en forte expansion, il risque d'attirer de nouveaux entrants

**La menace de nouveaux entrants : Forte**

**Le pouvoir des fournisseurs : Faible**

**L'intensité concurrentielle : Moyenne**

**Le pouvoir des clients : Faible**

fabrication artisanale de certains produits, forte tradition Marocaine (utilisation des plantes...)

Nombre de concurrents en augmentation - Fort taux de croissance du marché des cosmétiques

Concentration de la population dans les grandes villes

**La menace de produits de substitution : Moyenne**

# »Le « CRM

La carte de fidélité

Bons de réduction

Les offres promotionnelles régulières

La vente directe

Le Courrier

L'envoi de mailings

L'annonce des produits dans la presse

L'ouverture des magasins pour rendre la marque plus visible

Les achats de bannières publicitaires

Yves Rocher est à la fois récoltant, fabricant et distributeur, ce qui, sur le plan du CRM, offre un avantage évident en termes de connaissance client.



YVES ROCHER

# Troisième partie

## L'analyse Concurrentielle



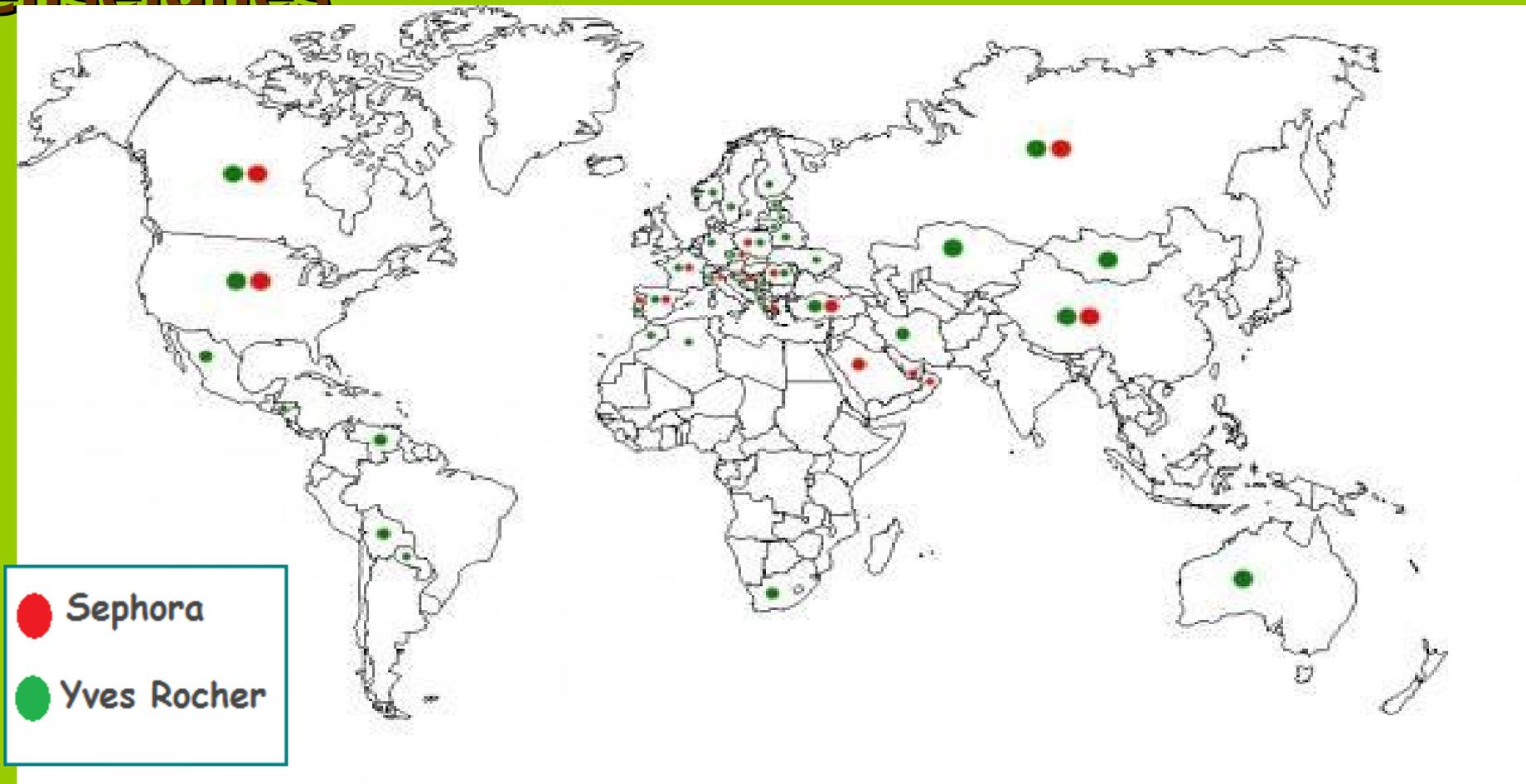
**VS**





YVES ROCHER

# Les stratégies territoriales des deux enseignes

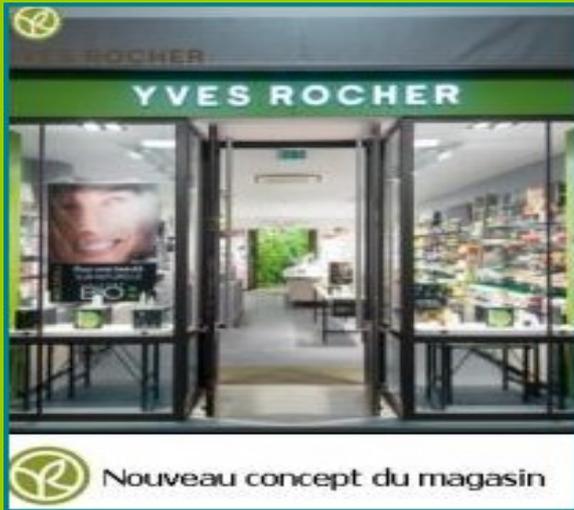




YVES ROCHER

# Les stratégies Commerciales

## A) Le Magasin



**Yves Rocher** met fin aux boutiques « standard » grâce à ce nouveau concept qui s'intitule « L'Atelier ».

L'envie de revenir au **naturel** est importante pour cette entreprise avec des couleurs dominantes telles que **le vert, le blanc** et le **brun**.



- En entrant dans un magasin **Sephora**, on trouve 3 couleurs dominantes : **le noir, le blanc** ainsi que **le rouge**.
- Ces couleurs mettent en avant l'image que la marque veut véhiculer, c'est-à-dire le **luxe**.



YVES ROCHER

## B) Le système de carte de fidélité



En ce qui concerne Yves Rocher , il n'ya **qu'une carte**: La carte Yves Rocher **We Love You**.

Elle est recouverte d'un film thermique, permettant d'inscrire une promotion personnalisée à chaque passage en caisse.

- **Sephora White**: Octroyée dès le premier achat en magasin.
- **Sephora Black**: Délivrée au bout du quatrième passage en caisse.
- **Sephora Gold**: Disponible seulement pour les meilleurs clients.



YVES ROCHER

## C) Les offres promotionnelles



Pour Yves Rocher, les offres promotionnelles sont plus régulières.

Les personnes qui ne sont pas fidélisés peuvent profiter d'offres promotionnelles très intéressantes et avantageuses, en échange d'une fidélisation de la part du client.



➤ Sephora fait quelque fois des **offres durant une certaine durée.**

➤ Des fois ils **ciblent une catégorie de produits.**

➤ *Par exemple:* un bon de réduction de -15% sur tous les produits de couleur bleue.



YVES ROCHER

## D) La publicité



Yves Rocher est présent à la **télévision**.

La marque **cible** ses publicités sur un produit.

On peut retrouver ses publicités dans des **magazines**.

Yves Rocher se met en avant grâce à un **Eco-Hôtel Spa à la Gacilly**.



➤ Tout d'abord, on peut retrouver la vidéo de la publicité de Sephora au **cinéma**.

➤ On retrouve aussi des publicités dans des **magazines**.

➤ Sephora a **sponsorisé** fin 2006 l'émission de Marc-Olivier Fogiel sur M6.

# Sondage

Voici le sondage en question :

**Sexe** :  Féminin

Masculin

**Tranche d'âge** :  0-25 ans

25-50 ans

50 ans et +

**Connaissez-vous** :  Yves-Rocher

Séphora

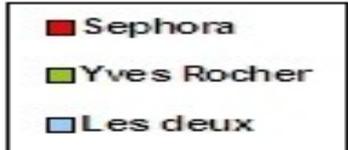
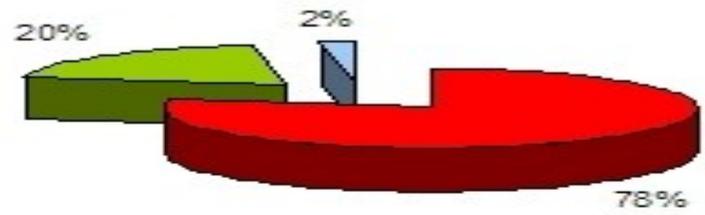
**Lequel préférez-vous ?**

**Pourquoi?**

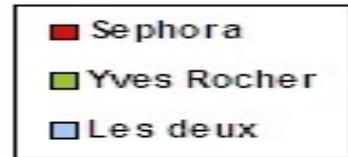
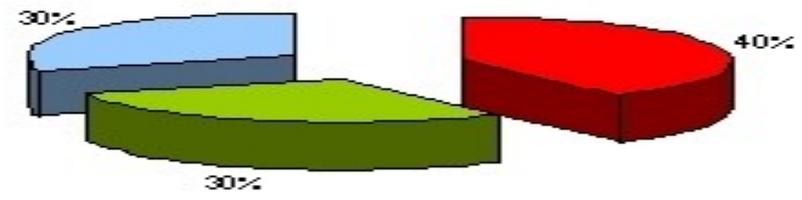
# Résultats du sondage

## -POUR LES FEMMES-

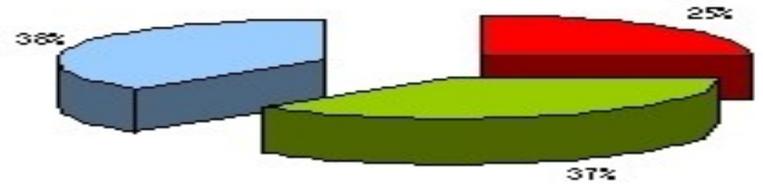
Femme de 0-25 ans



Femme de 25-50 ans

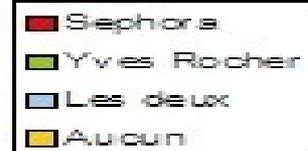
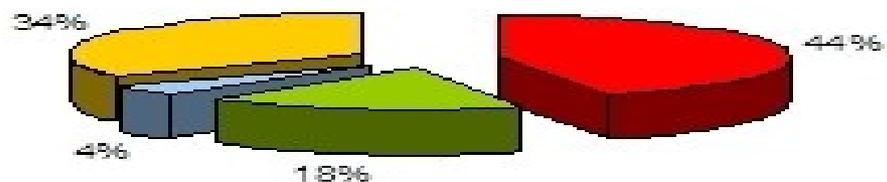


Femme de 50 ans et plus

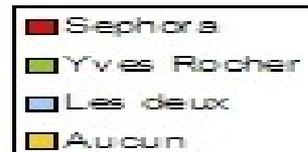
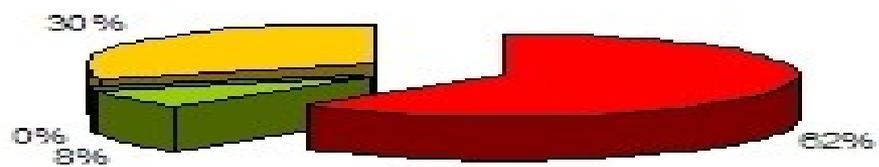


# -POUR LES HOMMES-

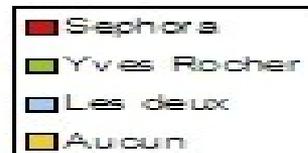
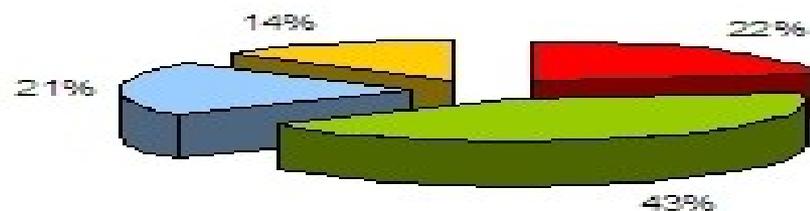
Homme de 0-25 ans



Homme de 25-50 ans



Homme de 50 ans et plus





YVES ROCHER

# Conclusion



**YVES ROCHER**

# Interview

- 1)- *Quel est le profil de votre clientèle ?* - Beaucoup féminine, mais de plus en plus d'hommes. La clientèle est composée de clients de toutes générations confondues, mais depuis l'ouverture du nouveau magasin, il y a de plus en plus de jeunes.  
- *Sont-ils réguliers ?* - Oui les clients sont réguliers.
  
- 2)- *Jouez vous sur l'apparence de votre magasin ?* - Oui, celle-ci est très importante. De plus, tous les magasins au Maroc sont identiques pour que peu importe dans quel magasin le client se rende, il se sente toujours comme chez lui.
  
- 3)- *Lors de quelle période vendez-vous le plus ?* - Surtout à Noël.
  
- 4)- *Comment testez-vous vos produits ?* - Depuis 1989, les produits sont testés sur du végétal et des minéraux.
  
- 5)- *Quel est votre chiffre d'affaire ?* - Ils n'ont pas souhaité le communiquer.



**YVES ROCHER**

**Fin de la  
...présentation**

# Bibliographi

e Marketing Direct N°119 - 01/04/2008

## Webographie

- <http://www.toute-la-franchise.com/franchise-365-yves-rocher.html>
- <http://ccbvsyr.free.fr/strategiesyr.htm>
- <http://astroblog.typepad.fr/phcallot/files/Inde.pdf>
- <http://www.maroceco.ma/web/%C3%89conomie/environnement-des-affaires/rapport-le-revenu-moyen-dun-marocain-est-le-plus-faible-de-la-rive-sud-de-la-mediterranee.html>
- [http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9mographie\\_du\\_Maroc](http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9mographie_du_Maroc)
- [http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?  
langue=fr&codePays=MAR&codeTheme=1&codeStat=SP.URB.TOTL  
.IN.ZS](http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=MAR&codeTheme=1&codeStat=SP.URB.TOTL.IN.ZS)