

Nous souhaitons nous positionner sur le marché du **prêt à porter femme** et plus particulièrement sur le marché de la femme « **master** », une femme de **45 à 55 ans** qui exprime des envies de **style**, de **couleurs**, de **qualité** et de **confort**.

Nom de la société	DISTINGUO
Activité	Création et distribution de vêtements féminin
Statut juridique	SARL
Adresse	2 Grand rue – 13 920 Saint mitre les remparts
Capital	30 000 Euros

## Cible



Nous touchons les femmes actives, en fin de carrière ou début de retraite qui n'ont plus d'enfants à charge et qui aime prendre du temps pour elles.

Elles ... ne veulent pas qu'on leur colle une étiquette de femme âgée  
aiment papoter entre copines  
**séduisent** encore et toujours  
subissent des **variations de poids**  
travaillent avec des jeunes

*Ces femmes expriment un désir d'**élégance** et de **couleur**, tout en **simplicité** : elles ne souhaitent « ni ressembler à leurs mères, ni faire preuve de jeunisme »*

## Concept



Notre griffe allie **simplicité**, **séduction** et **rigolade**...

En effet, nous proposerons des pièces traitées couture aux **détails ludiques et originaux**. Nous avons pris le parti d'offrir un **vêtement qui s'adapte au corps de la femme et pas l'inverse**. C'est pourquoi, nous voulons nous distinguer par nos vêtements aux formes simples, trapèze et **ajustables sur 3 tailles**, qui prennent en compte la morphologie et les variations de poids de notre cible.

## Modèles

La collection s'articule donc autour de trois axes :

Une collection **ludique** par nos astuces et coupes évolutives

- Un parti-pris **Séduction**: Des coupes simples qui se veulent intemporelles et élégantes. Ces coupes embellissent le corps avec les effets de formes.
- Un parti-pris **Rigolade**: Une griffe qui vient se poser là où on ne l'attend pas et jamais deux fois au même endroit.
- Un parti-pris **Astuces**: Des astuces de liens, de cordons à retrousser, de ceintures

Notre collection s'articule en 4 lignes, mis en adéquation avec la saisonnalité, pour couvrir tous les besoins de notre clientèle.

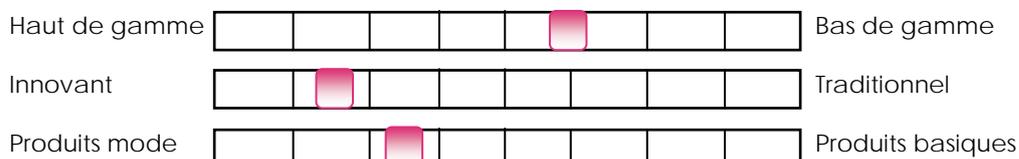
Les pièces de bas sont travaillées dans des tonalités neutres, tandis que les pièces de haut viennent donner de l'impulsion avec des couleurs vives.

En créant un style qui traverse les modes et les saisons nous créons une collection **mix & match**, aux vibrations positives, qui correspond aux grandes tendances sociologiques et stylistiques des années à venir.



## Positionnement

Nous nous positionnons sur le **bas du moyen de gamme** :



Nos principaux concurrents sont ; Captain tortue, Tanais, jacqueline Riu

## Stratégie

Nous souhaitons développer une relation privilégiée avec notre clientèle. La vente à domicile nous amène au plus proche de cette-ci, dans son intimité, pour partager avec elle un instant plaisir décomplexé.

Nous avons décidé d'implanter notre siège social dans le sud de la France pour être à proximité de notre cible, mais également de nos confectionneurs de la zone Euromed.

Nos trois ambitions :

- Générer du trafic
- Fidéliser la clientèle et nos démonstratrices (VDI)
- Instaurer une image de marque
- Instaurer une relation de confiance entre l'entreprise, les VDI et les clientes

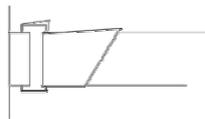
## Chiffres clés

- Prix moyen de vente : 75€TTC
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2011 : 736 568€
- Evolution de notre réseau de VDI sur 3 ans

Années d'activités de l'entreprise	Nombres des VDI	Chiffre d'affaires
2011	16	736 568 €
2012	22	962 438 €
2013	28	1 290 965 €

## Confection

- Voici un aperçu de nos astuces :



Boucle en métal



Utilisation de ruban ton sur ton

- Pour notre première collection nous avons fait le choix de travailler en tant que donneurs d'ordres.

Nous travaillons de deux manières différentes selon les produits et les partenaires :

- Méthode 1 : Achat de produit fini avec sourcing semi-dirigé
- Méthode 2 : Achat de produit fini  
Pour optimiser les coûts, réunir les compétences

## Communication

- ILV
- Site internet (vitrine)
- Cadeaux hôteses
- Presse régionale (Fémina)

