



methodepfr@u-bordeaux.fr

<b>Nom et groupe : LAMBERT Gaëlle</b>	<b>Groupe 2</b>
<b>PFR : Sac à main rechargeable éco-responsable</b>	

<b>Validé</b> 	<b>Non validé</b> 
-------------------	-----------------------

## Document d'étape N° 3 : analyse des environnements du PFR

La rédaction de ce document consiste à retranscrire de manière formalisée l'application à votre PFR de concepts relatifs au thème désigné par le titre.

### **Consignes pour valider les compétences suivantes**

<b>Compétences à acquérir</b>
Rechercher les tendances
Souligner les spécificités de l'environnement
Décrypter les influences

<b>Analyse du contexte commercial</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Analyse du comportement</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<b>Décisions stratégiques</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<b>Décisions opérationnelles</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



methodepfr@u-bordeaux.fr

Analyse du macro environnement du lancement commercial du PFR : citer et décrypter deux tendances **fortement en lien** avec le marché générique

Analyse du micro environnement du lancement commercial du PFR : citer et décrypter le rôle de deux acteurs **vraiment spécifiques** à l'environnement du PFR et *non encore étudiés dans les précédentes étapes (pas les clients, les concurrents etc.)*

Avant de remettre ce document, vérifier que :

- Sa présentation est très soignée (pas d'élément manuscrit sauf autorisation),
- Les fautes d'orthographe et de syntaxe sont inexistantes
- Les tendances envisagées concernent *vraiment* le PFR
- Les acteurs sont *vraiment* spécifiques, cités de manière non générale, avec des exemples
- Les opportunités et menaces décryptées sont externes et non relatives à des points forts ou faibles du PFR
- Les sources sont titrées et datées.

**En l'absence d'un de ces éléments le document ne sera pas lu.**

Tendances	Description	Opportunité ou menace	Source
La mobilité de la recharge	Les consommateurs français aiment se savoir libres de leur déplacement sans être limités par la durée de batterie de leur smartphone qui est de plus en plus sollicité tout au long de la journée et occupe une multitude de fonctionnalités (comme le GPS). C'est pour cela que les produits/services proposant une plus ample mobilité de la recharge sont très recherchés par les français qui utilisent leur smartphone à longueur de journée.	Il y a ici une <b>opportunité</b> pour les entreprises qui vendent des produits permettant de recharger son smartphone à l'extérieur de notre domicile (ex : batterie externe, sac à dos avec batterie...) De plus, les entreprises tournées vers la technologie de recharge en général, qui sont capables de s'expandre et envisagent une pluralité dans la gamme de leurs produits peuvent saisir cette opportunité pour entrer sur le marché de cette tendance.	<a href="https://blog.cadeaux.com/batterie-externe-tendance-ou-depasse/">https://blog.cadeaux.com/batterie-externe-tendance-ou-depasse/</a> (Cadeaux.com Le Mag, 2 juillet 2019) <a href="https://www.leparisien.fr/guide-shopping/quelle-batterie-externe-choisir-12-03-2020-8276562.php">https://www.leparisien.fr/guide-shopping/quelle-batterie-externe-choisir-12-03-2020-8276562.php</a> (Le Parisien, 12 mars 2020) <a href="https://www.boursorama.com/patrimoine/actualites/quelques-idees-de-cadeaux-high-tech-pour-les-fetes-5ceaf139a2bba9c2a180e61a1a761d17">https://www.boursorama.com/patrimoine/actualites/quelques-idees-de-cadeaux-high-tech-pour-les-fetes-5ceaf139a2bba9c2a180e61a1a761d17</a> (Boursorama, 12 novembre 2020)



methodepfr@u-bordeaux.fr

**L'éco-  
responsabilité,  
la  
consommation  
engagée**

Les français tendent de plus en plus à avoir des actions respectueuses de l'environnement, y sont beaucoup plus sensibles et cherchent à ajuster leur consommation sur des produits tournés vers cette tendance d'éco-responsabilité.

**Opportunité** pour les fournisseurs qui proposent des produits éthiques qui entrent en valeur avec cette tendance, par exemple des produits solaires, des matières extraites de plantes ou traitées de manière naturelle, recyclées... Les entreprises telles que Vinted proposant des produits de seconde main ont également le vent en poupe quant à cette tendance. Cette dernière laisse également plus de chance aux Petites et Moyennes Entreprises car la consommation locale est également un enjeu de l'éco-responsabilité. Les individus se tournent vers des structures parfois moins reconnues mais qui assurent par exemple une chaîne d'approvisionnement transparente et éthique ou encore une production de leurs produits dans des conditions de travail décentes et humaines, respectueuses de l'environnement.

<https://www.lightspeedhq.fr/blog/consommation-responsable-avenement/> (lightspeed, 26 février 2020)

<https://journalmetro.com/art-de-vivre/tendances/2405354/2020-mode-signe-ecoresponsable/> (métro, 10 décembre 2019)



methodepfr@u-bordeaux.fr

Acteurs	Rôle	Opportunité ou menace	Source
<p>Les sites internet d'achat et vente en ligne</p>	<p>Permettre la visibilité d'un produit pour le vendre</p>	<p>Tout d'abord des sites comme Amazon ou Cdiscount proposent des gammes de produits très larges et peuvent permettre de mettre des marques en avant par la fonctionnalité de « recherche ». Je m'explique : le consommateur peut rechercher un produit en général sans vraiment avoir de marque précise en tête ce qui peut laisser sa chance à toutes les marques de se distinguer sur leurs produits mêmes et ainsi leur apporter peut-être plus de visibilité étant donné que ces deux sites internet sont des géants de la distribution en ligne (l'un à l'échelle internationale et l'autre national).</p> <p>D'un autre côté, l'on retrouve aussi des sites dédiés directement à des produits exclusivement éco-responsables tel que Waio.co qui possède plusieurs partenaires pour inciter les gens à acheter des produits responsables, durables et éthiques. Cette entreprise apporte aussi de la visibilité à ses marques partenaires en décidant de les regrouper sous un même site où les personnes voulant opter pour une consommation éco-responsable peuvent se rendre.</p> <p>Ces sites internet sont donc des <b>opportunités</b> car les consommateurs commandent énormément en ligne, tout particulièrement en ces temps de crise sanitaire.</p>	<p>Site « Waio »</p> <p>Réflexion personnelle</p> <p><a href="https://business.instagram.com/success?case_study_tags[]=stories-ad">https://business.instagram.com/success?case_study_tags[]=stories-ad</a> (Instagram, non datée car mis à jour perpétuelle)</p> <p><a href="https://www.lmin30.com/social-media-marketing/fonctionnement-pubs-instagram-5702">https://www.lmin30.com/social-media-marketing/fonctionnement-pubs-instagram-5702</a> (1min30 challenge your marketing!, non datée)</p> <p><a href="https://www.zdnet.fr/blogs/watch-it/plus-de-pubs-sur-instagram-39888421.htm">https://www.zdnet.fr/blogs/watch-it/plus-de-pubs-sur-instagram-39888421.htm</a> (ZDNet, 28 juillet 2019)</p>



methodepfr@u-bordeaux.fr

<p>Instagram et les influenceurs</p>	<p>Inciter à une consommation plus responsable de l'environnement</p>	<p>Dans un premier temps, le réseau social Instagram en lui-même représente un acteur important dans le développement du public touché par mes tendances. Instagram est un réseau social qui n'a cessé de grandir ces dernières années et qui représente un réel spot publicitaire pour les marques en développement. L'utilisation des publications (posts) mais aussi des stories sponsorisées est en vogue actuellement car elle représente 22% des publications et 26% des stories vues par les utilisateurs et présente des marques reconnues comme des boutiques nouvelles ou familiales. Il est donc accessible à chacun d'utiliser ce mode de publicité pour augmenter la croissance de ses ventes et développer sa notoriété. Les résultats générés avec l'utilisation des pubs sur Instagram est avéré et peut se remarquer directement dans notre entourage. Au-delà des entreprises, l'on retrouve également de nombreuses associations qui utilisent ce moyen pour se faire connaître, sensibiliser sur leurs causes et inciter à participer financièrement à celles-ci.</p> <p>Par sa grande visibilité, le réseau social Instagram permet aux comptes engagés ou encore aux associations tournées vers l'écologie de sensibiliser les utilisateurs sur la question de l'environnement.</p> <p>Lorsque l'on utilise Instagram, l'on peut voir passer chaque jour des pubs sur des associations environnementales, des marques qui proposent des bracelets écologiques ou encore des stories pleines de pétitions à signer pour dénoncer des soucis écologiques ou éthiques. Un compte très en vogue sur la question de l'écologie est celui de @hugoclementk, journaliste de 946k d'abonnés dont les publications et les pétitions sont très repartagées, notamment chez les jeunes.</p> <p>Dans un second temps, les influenceurs par le biais des réseaux sociaux ont un impact considérable sur leur communauté. Dans la continuité de notre tendance de l'éco-responsabilité, ceux qu'on nomme les « influenceurs green » ont un rôle important dans le développement de cette tendance. Prenons pour exemple les influenceurs @mangoandsalt, @baptistelorber et @peau_neuve qui ont de 110k à 220k d'abonnés.</p> <p>Via leurs comptes Instagram, ces derniers sensibilisent à la sauvegarde de la planète et à la protection de l'environnement et font également connaître à leur communauté des adresses de food végétariennes ou locales, ou même des marques de mode engagées. Ces influenceurs se placent comme des « green personal shopper » et engagent une vision de la mode plus responsable en collaborant avec des marques engagées.</p> <p>Ici encore, ces acteurs présentent une <b>opportunité</b> pour mes 2 tendances citées car permettent de sensibiliser les individus à avoir une consommation plus éco-responsable et présentent même des solutions pour aider à la transition vers un mode de vie plus « green ». Instagram est un réseau clé qui atteint un</p>	<p><a href="https://www.kolsquare.com/fr/blog/influenceurs-environnement">https://www.kolsquare.com/fr/blog/influenceurs-environnement</a> (kolsquare, non datée)</p> <p>Réflexion personnelle</p>
--------------------------------------	---	---	--



methodepfr@u-bordeaux.fr

		grand nombre de personnes et permet aux marques de se faire une place auprès de consommateurs susceptibles d'être intéressés (pub ciblée).	
--	--	--	--