

ENTREPRISE DE CAMILLE ET MATHILDE : SHORE BREAK

1. Choix de l'entreprise et création du concept :

1.1 Choix de l'entreprise et création du concept. Le secteur d'activité dans lequel elle évolue (par exemple : restauration, mode, technologie, etc.).

"Le surf, c'est vivre avec les vagues. Un lifestyle de liberté totale."

Camille et moi surfons depuis petite et avons toujours eu envie de vivre près de l'océan. À la base on souhaitait vivre au Costa Rica, puis on s'est vite rendu compte que la vie là-bas n'était pas faite pour y vivre à l'année. Grâce à nos études, nous avons aujourd'hui l'occasion de mettre en œuvre notre rêve d'enfant qui est d'ouvrir un concept store de surf dans lequel vous y trouverez des planches de surf personnalisables en atelier sur place, des cours... L'idée, c'est de partager notre passion et faire vivre le domaine du surf tout en créant une communauté de surfeurs qui s'éclatent, avec du style et du fun à chaque vague !

1.2 Le positionnement (haut de gamme, milieu de gamme, grand public, niche, etc.)

Notre entreprise se positionne comme accessible à tous, avec un esprit familial au cœur de notre démarche. Nous proposons des planches et du matériel de qualité au prix du marché pour que chacun, des débutants aux surfeurs plus expérimentés, puisse en profiter.

1.3. La mission et les valeurs de l'entreprise (ce qui la distingue et la rend unique). Le concept doit être clairement défini.

1.4 Les missions et les valeurs :

Notre mission va être de créer un concept store unique au bord de l'océan dans un esprit familial et décontracté, tout simplement à notre image. Ce qui nous différencie des autres c'est qu'en premier temps nous souhaitons créer un coin "atelier personnalisation" de planche en faisant une offre spéciale : une planche achetée = une planche décorée gratuitement, tout en ayant la possibilité de venir décorer sa planche même si elle n'a pas été achetée dans notre concept store or la personnalisation sera payante. En deuxième temps, il est important de préciser aussi que nous souhaitons garder cet esprit cabane, un peu "Outer banks", surfer pour vraiment mettre le client dans le mood.

—

Concept défini : Shore Break

Située à Moliets-les-Mâts, en bordure de la plage centrale, notre boutique est un lieu dédié à l'univers du surf. Nous proposons à la vente des planches de surf des marques reconnues comme Billabong, Phoenix, Oxbow, et Softech, adaptées aux débutants comme aux surfeurs amateurs. En plus de nos articles, nous offrons des ateliers de customisation de planches, avec tout le matériel fourni, pour permettre à chacun de personnaliser son expérience de glisse.

Notre cabanon, conçu dans une ambiance surf, détente et familiale, rappelle l'esprit vacances et fun à la "Outer Banks". Des cours de surf sont également proposés pour tous les niveaux, dans un cadre chaleureux et convivial.

Ce lieu se veut être bien plus qu'une simple boutique, mais un véritable espace de rencontre et de partage autour de la passion du surf.

2. Choix et explication du nom de l'entreprise :

2.1 Pourquoi avez-vous choisi ce nom, quel message / quelle image souhaite-t-il véhiculer ?

Nous avons choisi le nom Shore Break pour une raison un petit peu particulière. Le mot Shore Break désigne une vague qui se brise près ou sur la plage, ces vagues très puissantes et dangereuses car elles peuvent projeter des surfeurs et des baigneurs sur le sable ou les rochers, ce qui veut dire pas loin du concept store. On a trouvé que c'était une manière amusante de désigner le shore break comme un bon moyen d'amener du monde ! Celui-ci est également un nom court, dynamique, et marquant, idéal pour capter l'attention et s'inscrire dans les esprits.

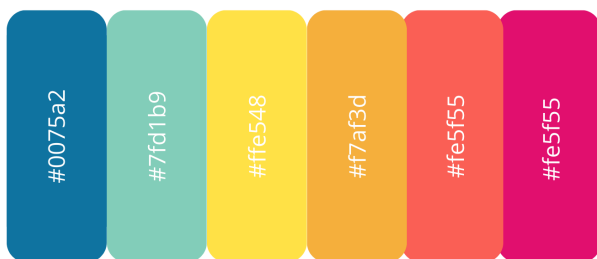
2.3. Comment ce nom reflète les valeurs, le positionnement et l'originalité de votre entreprise.

Le nom Shore Break reflète parfaitement nos valeurs et notre positionnement. Simple et percutant, il incarne l'esprit du surf que nous souhaitons transmettre dans notre concept store, un cabanon décontracté où l'on respire l'essence même de la culture surf. Cet espace est conçu pour faire découvrir au plus grand nombre l'univers unique du surf : un lieu sans prise de tête, baigné d'une ambiance estivale et authentique.

3. Création de la charte graphique:

3.1. Le logo : Un symbole distinctif qui représente visuellement l'entreprise.

3.2. La palette de couleurs qui sera utilisée dans l'ensemble des supports de communication.



3.3. La typographie : Les polices de caractères qui seront utilisées pour les documents et supports numériques.

Typographie : Quicksand

3.4 Les éléments visuels : Tout autre élément graphique (illustrations, icônes, motifs) qui définit l'identité de votre entreprise.

Nous avons décidé d'intégrer une planche de surf en guise de "A" dans notre logo, un élément graphique clé qui nous rend immédiatement reconnaissables. Cet élément sera utilisé pour personnaliser des planches, des vêtements, et bien d'autres supports. En complément, nous avons ajouté une vague comme second élément graphique. Elle renforce l'esprit surf et bord de mer, en cohérence avec le positionnement de notre entreprise, tout en servant également à la customisation.

***ajouter sur la canva mukup et interdits ainsi que les différentes couleurs du logo**

Cette charte graphique sera le socle de toute votre communication visuelle. Elle doit être à la fois cohérente avec le concept de l'entreprise et adaptée à sa cible.

PARTIE 2: ANALYSE DE MARCHÉ

1.1: Analyse du marché et de son environnement externe

- La filière nautique, qui inclut la production, la distribution et les services, regroupe :
 - 5 532 entreprises en 2018-2019, avec un chiffre d'affaires de 5,08 milliards d'euros et près de 42 930 salariés.
 - En 2021-2022, elle compte 5 788 entreprises, 42 898 salariés, et un chiffre d'affaires porté à 5,4 milliards d'euros.
- Pratique des sports nautiques :
 - 4 millions de plaisanciers réguliers.
 - 11 millions de pratiquants de sports nautiques.
 - 125 665 permis de plaisance délivrés.
- Croissance de la filière :
 - Chiffre d'affaires : +6,3 %
 - Nombre d'entreprises : +4,6 %
 - Emploi : stable
- Segments clés du marché nautique :
 - Bateaux motorisés (yachts, vedettes, hors-bord)
 - Jet-skis

1.2: Analyse PESTEL :

| <i>PESTEL</i> | <i>OPPORTUNITÉS</i> | <i>MENACES</i> |
|----------------------|--|--|
| P OLITIQUE | - Soutien grâce à des subventions de l'état pour des initiatives sportives ou écologiques liées à l'eau. | - Réglementations strictes sur l'usage des plages et |

| | | |
|----------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Promotion du tourisme par les autorités locales. | <p>des zones maritimes protégées.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Politique environnementale interdisant certains types de matériaux (ex. : planches non recyclables). |
| E CONOMIE | <ul style="list-style-type: none"> - Croissance des dépenses liées aux loisirs et aux activités sportives. - Développement des plateformes de location de matériel (économie circulaire). | <p>Hausse des prix des matières premières pour fabriquer du matériel.</p> <p>Crise économique limitant le pouvoir d'achat des consommateurs.</p> |
| S OCIALE | <p>Popularité croissante des sports de glisse (surf) grâce à leur présence sur les réseaux sociaux.</p> <p>Augmentation de la demande pour des expériences personnalisées et uniques.</p> | <p>Manque d'accessibilité financière pour les débutants.</p> |
| T ECHNOLOGIQUE | <p>Innovations dans les matériaux éco-responsables pour le matériel (bioplastiques, fibres naturelles).</p> <p>Développement d'applications pour suivre les conditions météorologiques ou réserver des cours.</p> | <p>Nécessité d'investir dans des technologies coûteuses pour rester compétitif.</p> |

| | | |
|-------------------------|---|--|
| E NVIRONNEMENTAL | <p>Sensibilisation croissante à la protection des océans, attirant des clients vers des marques écoresponsables.</p> <p>Conditions naturelles favorables dans de nombreuses régions (vagues, vent).</p> | <p>Dégradation des plages et des écosystèmes marins en raison du changement climatique.</p> <p>Risques accrus de tempêtes ou de mauvais temps affectant les activités nautiques.</p> |
| L ÉGAL | <p>Réglementations favorisant le développement durable, alignées avec des offres éco-conçues.</p> | <p>Obligations de certifications ou normes environnementales strictes augmentant les coûts de production.</p> <p>Litiges liés à la sécurité ou aux accidents durant les activités.</p> |

1.3: Tendances : Quelles sont les tendances actuelles et futures du marché ?

1. Croissance de la pratique des sports nautiques :

- L'augmentation en continue des sports nautiques, notamment le surf auprès des jeunes générations, grâce à des activités accessibles comme le paddle, le surf ou le kite-surf.
- Les structures proposant la location ou les expériences « tout compris » (cours, matériel, etc.) gagnent en popularité.

2. Développements des solutions écoresponsables :

- Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental des activités nautiques. Cela se traduit par : L'utilisation de matériaux recyclés ou durables pour les équipements (comme les planches de surf éco responsables ou les voiles recyclées). Mais également, par la fabrication du matériel en France et la certification de marque française.

3. Développement des activités liées au "slow tourism" (c'est l'art de voyager tout en prenant son temps, de s'imprégner pleinement de la nature qui nous entoure et de la richesse du patrimoine.) :

- Les voyageurs privilégient des expériences plus proches de la nature, avec des pratiques nautiques adaptées (surf, voile, etc..)

4. Popularité croissante des sports de glisse :

- Le surf, le kite-surf et le foil continuent de séduire grâce à leur association avec un mode de vie actif et proche de la nature.

TENDANCES FUTURES :

1. Segmentation accrue et personnalisation :

- Des propositions d'offres de plus en plus ciblées, adaptées à des niches spécifiques (ex. : équipements sur mesure pour débutants ou experts, aventures nautiques sur mesure).
- La personnalisation des produits (planches, bateaux, accessoires) comme ce que nous proposons. .

2. Développement des sports nautiques connectés :

- Les équipements connectés permettant de mesurer les performances ou d'améliorer la sécurité (gilets équipés de capteurs, montres connectées pour les sports nautiques) sont en plein essor.

3. Expérience sur les réseaux sociaux :

- Les communautés en ligne et les influenceurs jouent un rôle important dans la promotion des sports nautiques, favorisant leur adoption par de nouveaux publics.

2. ANALYSE DES CONCCURENTS :

2.1 Identification des concurrents principaux : Qui sont les principaux acteurs de votre marché ?

Concurrents principaux directs :

- MAA SURF SHOP AND SCHOOL (magasin et école de surf)
- Shaka Surf Shop (magasin de surf)
- Moliets Surf Center (école de surf)
- Moliets South Beach surf shop & café (magasin de surf)

2.2 Analyse des parts de marché : Quelle est la part de marché de chaque concurrent ?

Nous souhaitons te faire un pourcentage du marché total en faisant le chiffre d'affaire / le marché total x 100 pour pouvoir visuellement voir leur part de marché. Or, nous n'avons trouvé aucun chiffre d'affaires pour les structures (qui sont trop petites je pense) pour pouvoir trouver de telles informations et évaluer leur part de marché...

2.3 Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) des principaux concurrents.

| Entreprise | Opportunités | Menaces | Forces | Faiblesses |
|--------------------------|--|---|--|---|
| MAA Surf Shop and School | -Potentiel de croissance grâce à une clientèle | - Concurrence croissante des plateformes en ligne | -Réputation bien établie dans la région. | -Dépendance à la saison touristique estivale. |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| | <p>étrangère attirée par le surf dans les Landes.</p> <p>-Développement d'offres écologiques pour répondre aux attentes des consommateurs.</p> | <p>pour l'achat de matériel de surf.</p> <p>-Sensibilité du marché aux conditions météorologiques.</p> | <p>-vente de matériel de surf, cours pour tous niveaux.</p> <p>-Collaboration avec des marques connues comme Rip Curl et Billabong</p> | <p>-Concurrence locale élevée.</p> |
| Shaka Surf Shop | <p>-Collaboration avec des écoles de surf pour augmenter la visibilité.</p> <p>-Création d'une boutique en ligne pour élargir le marché.</p> | <p>-Fluctuations de la demande hors saison.</p> <p>-Difficulté à se démarquer des autres boutiques dans une région saturée.</p> | <p>-bon positionnement car magasin spécialisé.</p> <p>-Large choix de produits pour surfeurs amateurs et confirmés.</p> | <p>-Absence d'une offre complémentaire comme des cours de surf.</p> <p>-Faible différenciation par rapport aux concurrents locaux.</p> |
| Moliets Surf Center | <p>-Développement d'offres pour les groupes (stages, événements d'entreprise).</p> <p>-Augmentation de la notoriété grâce au tourisme international.</p> | <p>-Coûts fixes élevés associés à la maintenance des infrastructures.</p> <p>-Concurrence avec d'autres écoles bien déjà établies.</p> | <p>-Offre diversifiée : cours de surf, location de matériel, fabrication et réparation de planches</p> <p>Ecole de surf Moliets Surf Center</p> <p>-Infrastructure attractive avec showroom et espace détente.</p> | <p>-Manque de présence en ligne ou d'options numériques pour réserver ou acheter.</p> <p>-emplacement local limité</p> |
| Moliets South Beach Surf Shop & Café | <p>-Élargissement de l'offre écologique avec des partenariats.</p> <p>-Communication ciblée sur les réseaux sociaux pour attirer une clientèle jeune et des touristes</p> | <p>-Dépendance au tourisme estival.</p> <p>-Difficulté à fidéliser une clientèle locale en dehors de la saison.</p> | <p>-Positionnement éco responsable avec des produits durables et un café pour attirer les touristes</p> <p>.</p> <p>-Approche conviviale et différenciée combinant surf et détente.</p> | <p>- Portée limitée aux visiteurs du magasin physique.</p> <p>-Complexité de la gestion d'un modèle hybride (shop + café).</p> |

2.4 Stratégie concurrentielle : Réalisation d'un benchmark. Quels sont les avantages concurrentiels de chaque acteur ?

| Entreprise | Offre | Positionnement | Avantage concurrentiel |
|--------------------------------------|--|---|--|
| MAA Surf Shop and School | <ul style="list-style-type: none"> - Vente de matériel de surf (marques comme Rip Curl, Billabong). - Cours de surf adaptés à tous les | <ul style="list-style-type: none"> - Entreprise polyvalente combinant école et magasin. - Ancrée localement avec une bonne notoriété. | <ul style="list-style-type: none"> - Modèle diversifié (magasin + école). - Réputation régionale bien établie. - Partenariats avec de grandes marques reconnues. |
| Shaka Surf Shop | <p>Large choix d'équipements et accessoires pour le surf.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Magasin spécialisé dans le matériel de surf. - Approche personnalisée et conseils pour passionnés de surf. | <ul style="list-style-type: none"> - Focus sur les besoins spécifiques des surfeurs confirmés. - Proximité client. <p>niveaux.</p> |
| Moliets Surf Center | <ul style="list-style-type: none"> - Cours de surf, location de matériel. - Fabrication et réparation de planches de surf. | <ul style="list-style-type: none"> - Service complet orienté vers les surfeurs exigeants. - Lieu attractif avec showroom et espace détente. | <ul style="list-style-type: none"> - Services rares (réparation de planches). - Showroom convivial. - Expertise artisanale unique dans la région. |
| Moliets South Beach Surf Shop & Café | <ul style="list-style-type: none"> -Boutique d'articles de surf (produits durables). - Café adjacent pour socialiser et se détendre. | <p>Positionnement hybride (shop + café).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communication axée sur l'écoresponsabilité. - Situé près de la plage centrale de Moliets. | <ul style="list-style-type: none"> - Engagement environnemental fort. - Espace social pour attirer une clientèle variée (surfeurs, touristes, familles). - Emplacement stratégique. |

NOTRE ÉVÉNEMENT:

INFOS :

- 200 personnes
- 1000€ de budget
- Entrée payante 5€ (enfant gratuit)
- Tips à côté du bar et de l'atelier (livret d'or)

1. DATE, LIEU ET HEURE :

- Vendredi 18 juillet (fête de Bayonne du 9 au 13 juillet et 14 juillet passé.
2025 de 18h30-2h00
- À Moliet-et-Mâts à la plage centrale.

2. ACTIVITÉ DURANT L'ÉVÈNEMENT :

- Planche de surf à signer (livre d'or) que l'on mettra en déco pour le reste de l'aventure.
- Dj set

3. RESTAURATION (environ:

- Restauration sur place avec traiteur service compris (collaboration avec un traiteur) peu de moyen donc famille et volontariat.
- Tapas (brochettes tomates – mozza, tapenade, planche à partager...)
- Alcool, cocktail, boissons etc...
- Les produits de la région seront mis en avant

4. COMMUNICATION SUR L'ÉVÈNEMENT (environ 200€) :

☐ Réseaux sociaux :

- Post sur l'événement sur nos réseaux (insta, fb)
- vidéo montage de la soirée postée après

☐ Affichage :

- dans les communes aux alentours de Moliets: mesange, vieux boucau les bains, saint michel escalus, léon et dans Moliets (chez les commerçant, dans les panneaux publicitaire gratuits)
- impression chez Rapid Flyer (40)

5. CONCERT (environ 200€) :

- Toute la soirée
- Au cabanon en bord de plage
- Boisson et repas offerts

6. MATÉRIEL (prêté par la mairie) (250€):

- 1 grand barnums
- 5 petits barnums
- 50 banc et chaises
- 25 tables
- location son et lumières avec super u livraison
- rallonge, prises électriques

