

RECOMMANDATION STRATÉGIQUE POUR RACER

DU 24 FÉVRIER

AU 7 MARS

2025

COMPÉTITION B2





Albane Claux
Équipe Stratégie



Natan Dubois
Équipe Création



Robin Delaire
Équipe Stratégie



Clémence Thiberge
Équipe Création

Thomas Rubiot
Équipe Création

Lola Duboé
Équipe Création



Anès Hamama
Équipe Stratégie

Lucas Painturaud
Équipe Stratégie



SOMMAIRE

4-8 *CONTEXTE*

- Concurrents
 - PESTEL
-

9-12 *DIAGNOSTIC GÉNÉRAL*

- SWOT
 - Problématique
-

13-20 *STRATÉGIE*

- Objectifs / Cibles / Positionnement
 - Concept
-

21-27 *COMMUNICATION*

- RS
 - Social ads
 - Collaborations
-

28-34 *CRÉATIONS*

- KV
 - Post RS
-

35-38 *PLANIFICATION / BUDGÉTISATION*

- Planning
- Budget

CONTEXTE



CONTEXTE - CONCURRENTS

Benchmark concurrence direct

Marque	Fondée	Spécialisation	Marché	Prix	Avantages Concurrentiels
	1996	Gants moto et équipements de protection	Leader en France, présent dans + de 70 pays	50 € - 150 €	Large gamme, renouvellement biannuel des collections.
	1995	Gants moto avec technologies avancées, design moderne	International, forte présence en Europe	70 € - 250 €	Innovation, design moderne, engagement caritatif (Distinguished Gentleman's Ride).
	1963	Équipements moto et sports mécaniques	Présent en MotoGP, Supercross, sports mécaniques	26 € - 390 €	Forte présence en compétition, sécurité et performance.
	1972	Protection et sécurité pour motocyclistes	Présence dans les compétitions de haut niveau	26 € - 390 €	Réputation de sécurité et fiabilité, fort accent sur l'innovation.

CONTEXTE - CONCURENTS

Benchmark concurrence indirect

Marque	Fondée	Spécialisation	Points forts	Points faibles
	1967	Équipements moto vintage et néo-rétro	Design stylé, bon confort	Moins technique sur l'aspect thermique
	1989	Gants outdoor et ski	Excellente isolation, robustesse	Peu adaptés à la moto (pas de protections spécifiques)
	1966	Équipements outdoor et montagne	Bonne qualité générale, isolation thermique	Pas de gants spécifiques pour moto
	1974	Spécialiste des équipements chauffants	Technologie avancée, bon chauffage	Design parfois moins ergonomique

CONTEXTE - PESTEL

POLITIQUE

Réglementations sportives : Les changements dans les réglementations concernant les équipements de sécurité dans les sports mécaniques (moto, voiture de course) pourraient affecter la conception des produits. Les marques comme Racer doivent se conformer aux normes strictes pour garantir la sécurité des athlètes tout en respectant les exigences légales des différents pays.

Stabilité politique : Dans les pays où Racer est présent, la stabilité politique influence les conditions de production et de distribution, notamment en cas de taxes, de droits de douane, ou de restrictions liées à la production d'équipements sportifs de haute qualité.

Soutien gouvernemental pour le sport : Les subventions et les initiatives gouvernementales visant à promouvoir le sport et la santé peuvent avoir un impact positif sur la marque, notamment dans les pays soutenant activement les sports de vitesse et les compétitions internationales.

ÉCONOMIQUE

Pouvoir d'achat : La cible principale de Racer, composée de CSP+, doit avoir un pouvoir d'achat élevé pour justifier l'achat de gants haut de gamme. En période de récession économique ou de baisse du pouvoir d'achat, cela pourrait nuire aux ventes de produits premium.

Fluctuations des prix des matières premières : Les matières premières de haute qualité, telles que le cuir, le textile technique et les composants en plastique ou en métal, peuvent être sujettes à des variations de prix. Des hausses des coûts de production peuvent entraîner une augmentation des prix pour les consommateurs ou une pression sur les marges bénéficiaires.

Croissance économique des marchés émergents : Les marchés émergents, comme l'Asie ou l'Amérique Latine, offrent de nouvelles opportunités de croissance, où la demande pour des équipements sportifs haut de gamme pourrait augmenter avec la montée de la classe moyenne.

SOCIAL

Prise de conscience de la santé et du bien-être : Une tendance vers un mode de vie plus actif et une prise de conscience accrue de la santé peuvent favoriser la demande pour des produits sportifs. Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de leur bien-être, et les équipements de qualité deviennent essentiels pour les athlètes amateurs et professionnels.

Attentes des consommateurs en matière d'éthique : Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des marques qui respectent des normes éthiques, comme l'utilisation de matériaux durables ou l'engagement en faveur des droits des travailleurs. Racer pourrait être influencée par cette tendance à mesure que les clients deviennent plus exigeants sur la provenance et la fabrication des produits.

Mode et culture du sport : La mode et l'influence des sportifs célèbres affectent l'image de la marque. Si Racer parvient à s'associer à des athlètes ou à des événements prestigieux, cela peut accroître sa visibilité et son désirabilité.

CONTEXTE - PESTEL

TECHNOLOGIQUE

Innovations dans les matériaux et la fabrication : L'évolution technologique dans le domaine des matériaux (textiles plus légers et résistants, matériaux intelligents) peut permettre à Racer d'améliorer la performance de ses produits. De plus, les avancées en matière de fabrication (impression 3D, robots) peuvent rendre les processus de production plus efficaces et moins coûteux.

Technologies embarquées : L'intégration de technologies dans les gants sportifs (capteurs, interfaces avec des dispositifs de suivi de performance, gants chauffants, etc.) peut permettre à Racer de se différencier de ses concurrents en offrant des produits plus avancés.

E-commerce et marketing numérique : L'évolution du commerce en ligne et des plateformes sociales permet à Racer de toucher une clientèle plus large, de créer des campagnes marketing ciblées, et d'améliorer l'interaction avec ses consommateurs via des contenus interactifs (ex : vidéos, tutoriels, influenceurs).

ENVIRONNEMENTAL

Durabilité des matériaux : Les préoccupations environnementales incitent de plus en plus les consommateurs à se tourner vers des produits durables et écologiques. Racer pourrait être poussé à adopter des pratiques de fabrication plus vertes, à utiliser des matériaux recyclés ou à réduire son empreinte carbone dans le processus de production.

Impact de la production sur l'environnement : Les réglementations sur les émissions de CO2, l'utilisation des ressources naturelles et la gestion des déchets sont de plus en plus strictes. Racer devra intégrer ces contraintes pour rester conforme aux normes environnementales, notamment pour ses usines et ses chaînes d'approvisionnement.

Demande pour des produits locaux et écologiques : Une tendance croissante vers les produits locaux et écologiques pourrait influencer la manière dont Racer gère ses chaînes d'approvisionnement et sa distribution, afin de minimiser son impact environnemental.

LÉGAUX

Réglementation des équipements sportifs : Les gants sportifs doivent répondre à des normes strictes de sécurité et de performance. Racer doit se conformer aux réglementations locales et internationales concernant la conception, la production et la commercialisation de ses produits.

Propriété intellectuelle et brevets : La marque doit protéger ses innovations techniques et ses designs grâce à des brevets et des droits d'auteur, afin d'éviter la contrefaçon et de sécuriser ses investissements en recherche et développement.

Normes du travail et des conditions de fabrication : Racer doit veiller à respecter les lois sur les conditions de travail, notamment en matière de sécurité, de rémunération et de droits des travailleurs dans ses sites de production, en particulier si ceux-ci sont situés dans des pays où les lois du travail peuvent être moins strictes.

DIAGNOSTIC GÉNÉRAL



DIAGNOSTIC GÉNÉRAL - SWOT

STRENGTHS

- Diversification des produits (moto, ski, vélo, gant chauffant et lifestyle)
- Savoir-faire et expertise, reconnu sur sa technique depuis des années.

WEAKNESSES

- Manque de notoriété
- Prix élevés, gants chauffants techniques
- Dépendance saisonnière, forte demande en hiver pour le ski

OPPORTUNITIES

- Croissance du marché éco-responsable et durable
- Tendance vers l'innovation
- PESTEL

THREATS

- Sensibilité au climat et crises économiques, moins d'achats en cas d'hiver doux ou de pouvoir d'achat en baisse.
- Changement de tendances / modes

DIAGNOSTIC GÉNÉRAL - MESSAGE

Racer propose **un accessoire** qui permet aux consommateurs de booster **leur confiance, et d'affronter n'importe quels défis**, avec un niveau de dépassement propre à chacun.
Tout ça, peu importe leur expérience.

DIAGNOSTIC GÉNÉRAL - INSIGHT

Les gens ne reconnaissent pas la marque **RACER** lorsqu'ils possèdent un équipement de la marque.

Les personnes qui débutent dans une discipline achètent du matériel de haute qualité pour se sentir légitimes de performer.

DIAGNOSTIC GÉNÉRALE - PROBLÉMATIQUE

Comment faire de **RACER** une marque incontournable en transformant, ces gants en un accessoire désirable, branché et essentiel pour ceux **qui osent se dépasser**, tout en s'adaptant aux défis et aux besoins spécifiques de chaque pratiquant ?

STRATÉGIE



STRATÉGIE- OBJECTIFS

OBJECTIF GLOBAL

Faire en sorte que la notoriété de Racer, soit reconnaissable comme la première marque d'équipement de sports de pleine nature et de vitesse.

OBJECTIF 1

Obtenir une notoriété assistée de 10% auprès des Français âgés de 30 - 40 ans, adeptes des sports de pleine nature, au 31 décembre 2025

OBJECTIF 2

Avoir 25 000 followers sur Instagram le 31 décembre 2025.

OBJECTIF 3

Obtenir 1000 mentions (#OSEZRACER) sur Instagram / Facebook entre le 1er avril et le 31 décembre 2025.

OBJECTIF 4

Vendre 500 paires de gants entre le 1er avril et le 31 décembre 2025.

STRATÉGIE - CIBLES

CIBLE PRINCIPALE

CSP+ âgés de 30 à 40 ans, pratiquant des sports exigeants comme le ski, le snowboard, le VTT, l'équitation la moto ou le parapente.

CŒUR DE CIBLE

Les hommes “*early adopters*” âgés de 30 à 40 ans, CSP+, qui ont une attache pour les sports qui mélangent vitesse et pleine nature. Soucieux de leur style et de leur apparence qui reflète leur statut social et leur goût pour la performance lorsqu'ils pratiquent leur discipline. Lors de leurs achats de matériels ils sont exigeants envers le haut de gamme et la qualité. + Notion de dépassement de soi.

CIBLES SECONDAIRES

- Les sportifs de haut niveau ou amateurs passionnés de moto, d'équitation, de VTT, etc.
- Les professionnels travaillant dans des environnements sportifs exigeants (pilotes de course, mécaniciens, etc).

STRATÉGIE - PERSONA



" Si un produit ou une marque ne m'apporte pas une réelle valeur ajoutée, je passe mon chemin. "

MAXIME

Age : 35 ans

Chef d'entreprise

Situation : En Couple

Ville : Lyon

Soft Skills

Connaissance technique

Proactivité

Analyse

Motivations

Maxime Lemoine est un homme ambitieux de 35 ans, passionné par les sports extrêmes qui allient vitesse et pleine nature, comme le ski de descente, le VTT et la moto cross. Il travaille en tant que directeur marketing dans une grande entreprise, et sa carrière reflète sa capacité à se dépasser. En dehors du travail, Maxime consacre son temps à l'adrénaline et aux sensations fortes. Il est un *early adopter* des dernières technologies et s'intéresse particulièrement aux équipements qui répondent à des standards de qualité et de performance.

Centres d'intérêts

Sports extrêmes : Ski de descente, VTT, moto cross

Technologie : Drones, caméras d'action, montres connectées haut de gamme

Voyages et aventures : Road trips, explorations de nouveaux terrains

Objectifs

Se dépasser - Pousser ses limites dans les sports extrêmes.

Innover - Tester et adopter les dernières technologies.

Partager - Créer du contenu inspirant.

Motivations

Doutes sur la fiabilité : Hésitation si la marque est encore perçue comme une nouveauté.

Performance incertaine : Besoin d'assurer que les produits répondent à ses exigences sportives

Concurrence : Hésitation si d'autres marques connues proposent des produits similaires à un prix plus compétitif.

STRATÉGIE - POSITIONNEMENT

Porter **RACER** vous permettra de repousser vos limites et d'atteindre vos objectifs grâce à leurs caractéristiques d'expert.

***L'affirmation
et le
dépassement de soi.***

STRATÉGIE - SIGNATURE

OSEREZ-VOUS RACER ?

STRATÉGIE - SLOGAN

***POUR CEUX QUI OSENT,
RACER***

COMMUNICATION



COMMUNICATION - RS

Mise en action : Instagram & Facebook



- Présenter les produits en fonction des différents sports auxquels ils appartiennent.
- Une phrase accrochante visant le dépassement de soi.
- Garder l'aspect photographique que vous travaillez déjà sur vos réseaux.

Social AD

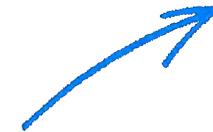
- Story sponsorisée de 15 secondes
- Sur les comptes de personnes spotives

COMMUNICATION - RS

Mise en action : Youtube



- Vidéo publicitaire placée avant le contenu
- 15 secondes
- Ciblage sur les vidéos de sports



Nos créations audiovisuels



COMMUNICATION - RS

Mise en action UGC - Jeu concours

#OseRacer

À chaque début de saison aura lieu un jeu concours en lien avec le sport le plus pratiqué durant cette saison.

Chaque personne qui a des gants RACER poste en story un objectif et le résultat qu'il a réussi à obtenir grâce aux gants, avec le #OsezRacer. Chaque fin de saison un gagnant sera tiré au sort et reposté sur le compte de RACER sous la forme de réels ainsi que en story

+ Il pourra choisir un produit dans une gamme proposée.

-> Uniquement en reco parce qu'on ne peut pas obliger une marque à offrir des produits.

But création d'une communauté RACER + solidarité entre les utilisateurs et chacun se pousse à accomplir des choses.

Stars



Florent Pagny

Il symbolise la résilience, l'adaptation et la capacité à continuer d'oser malgré les épreuves.

EMV Story : 1 432.26 €

Coût moyen story :
1 360,65 €



Karine Le Marchand

Elle incarne la détermination, l'audace et la volonté de briser les barrières dans le monde des médias.

EMV Story : 2 491.17 €

Coût moyen story :
2 366,61 €



Stéphane Rotenberg

Il incarne l'esprit de l'aventure, la persévérance et la prise de risque. Il ne se contente pas d'animer, il vit l'expérience aux côtés des participants.

EMV Story : 435.17 €

Coût moyen story :
413,41 €

Taux d'engagement : 2.23%

COMMUNICATION - COLLABORATIONS

Source : Kolsquare.com

Ambassadeurs



Fabien Maierhofer

Ski

EMV Story : 106.93 €

Coût moyen story :
101,58 €

Taux d'engagement : 3.24%



Mathis Dumas

Alpinisme

EMV Story : 2 366.78 €

Coût moyen story :
2 248,44 €



Clia Biker

Moto

EMV Story : 78.55 €

Coût moyen story :
74,62 €



Mathilde & Sligo

Équitation

EMV Story : 599.15 €

Coût moyen story :
569,19€

Taux d'engagement : 4.77%



Winter activity

Sports d'hiver

EMV Story : 368.47 €

Coût moyen story :
350,05 €

Taux d'engagement : 4.87%



Aurelien Fontenoy

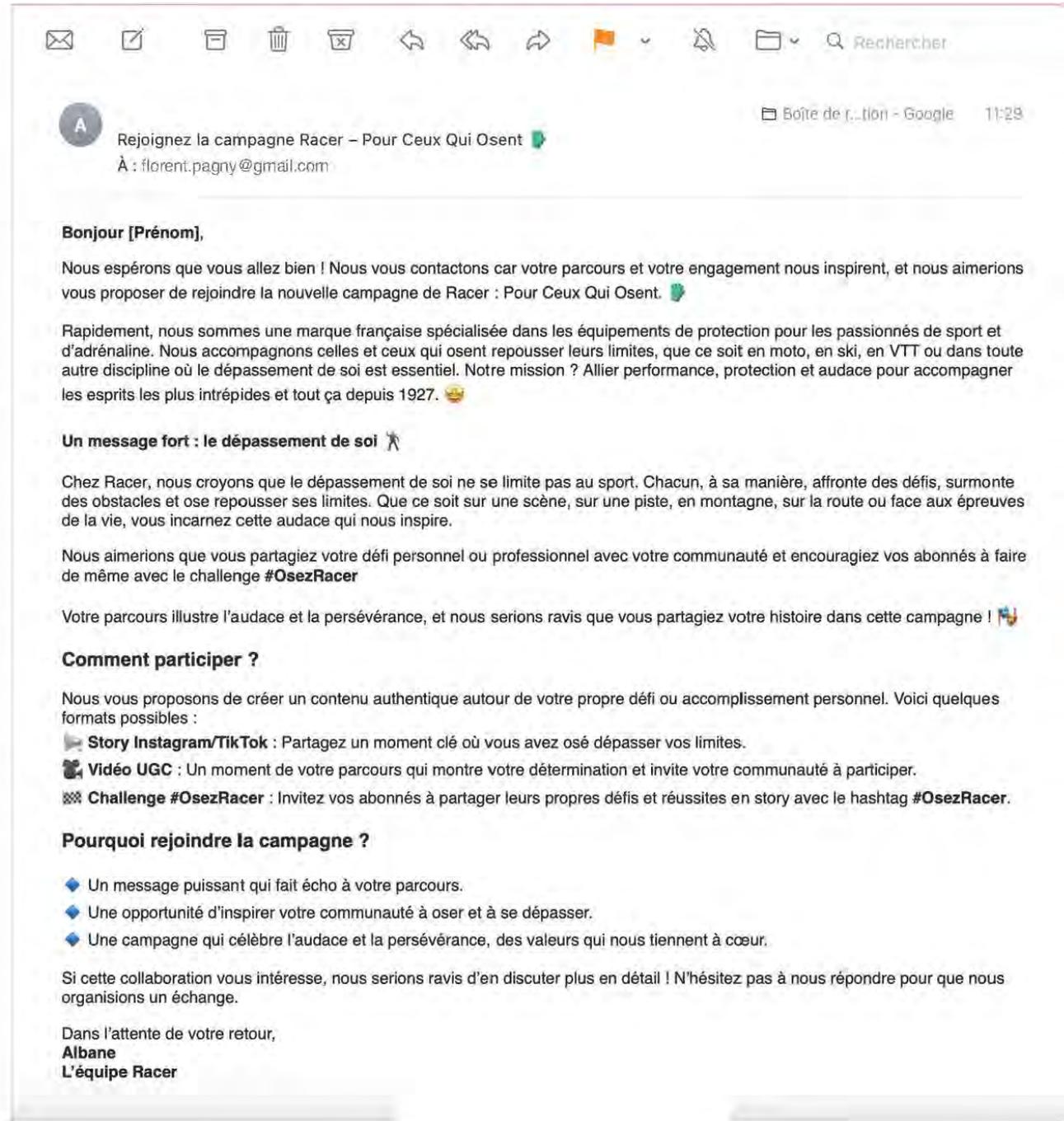
VTT

EMV Story : 1193.7 €

Coût moyen story :
1 134,01 €

COMMUNICATION - COLLABORATIONS

Brief influenceurs



The image shows a screenshot of an email interface. At the top, there is a toolbar with icons for email actions like send, draft, trash, and search. The email header shows the sender's profile picture (a blue circle with 'A'), the subject 'Rejoignez la campagne Racer – Pour Ceux Qui Osent', and the recipient 'À : florent.pagny@gmail.com'. The email body contains a friendly message in French, starting with 'Bonjour [Prénom],'. It discusses the Racer brand's mission and offers a collaboration opportunity. The text is formatted with bold headings and bullet points. The signature at the bottom reads 'Albane, L'équipe Racer'.

Rejoignez la campagne Racer – Pour Ceux Qui Osent
À : florent.pagny@gmail.com

Bonjour [Prénom],

Nous espérons que vous allez bien ! Nous vous contactons car votre parcours et votre engagement nous inspirent, et nous aimerions vous proposer de rejoindre la nouvelle campagne de Racer : Pour Ceux Qui Osent.

Rapidement, nous sommes une marque française spécialisée dans les équipements de protection pour les passionnés de sport et d'adrénaline. Nous accompagnons celles et ceux qui osent repousser leurs limites, que ce soit en moto, en ski, en VTT ou dans toute autre discipline où le dépassement de soi est essentiel. Notre mission ? Allier performance, protection et audace pour accompagner les esprits les plus intrépides et tout ça depuis 1927.

Un message fort : le dépassement de soi

Chez Racer, nous croyons que le dépassement de soi ne se limite pas au sport. Chacun, à sa manière, affronte des défis, surmonte des obstacles et ose repousser ses limites. Que ce soit sur une scène, sur une piste, en montagne, sur la route ou face aux épreuves de la vie, vous incarnez cette audace qui nous inspire.

Nous aimerions que vous partagiez votre défi personnel ou professionnel avec votre communauté et encouragez vos abonnés à faire de même avec le challenge **#OsezRacer**

Votre parcours illustre l'audace et la persévérance, et nous serions ravis que vous partagiez votre histoire dans cette campagne !

Comment participer ?

Nous vous proposons de créer un contenu authentique autour de votre propre défi ou accomplissement personnel. Voici quelques formats possibles :

- Story Instagram/TikTok** : Partagez un moment clé où vous avez osé dépasser vos limites.
- Vidéo UGC** : Un moment de votre parcours qui montre votre détermination et invite votre communauté à participer.
- Challenge #OsezRacer** : Invitez vos abonnés à partager leurs propres défis et réussites en story avec le hashtag **#OsezRacer**.

Pourquoi rejoindre la campagne ?

- ◆ Un message puissant qui fait écho à votre parcours.
- ◆ Une opportunité d'inspirer votre communauté à oser et à se dépasser.
- ◆ Une campagne qui célèbre l'audace et la persévérance, des valeurs qui nous tiennent à cœur.

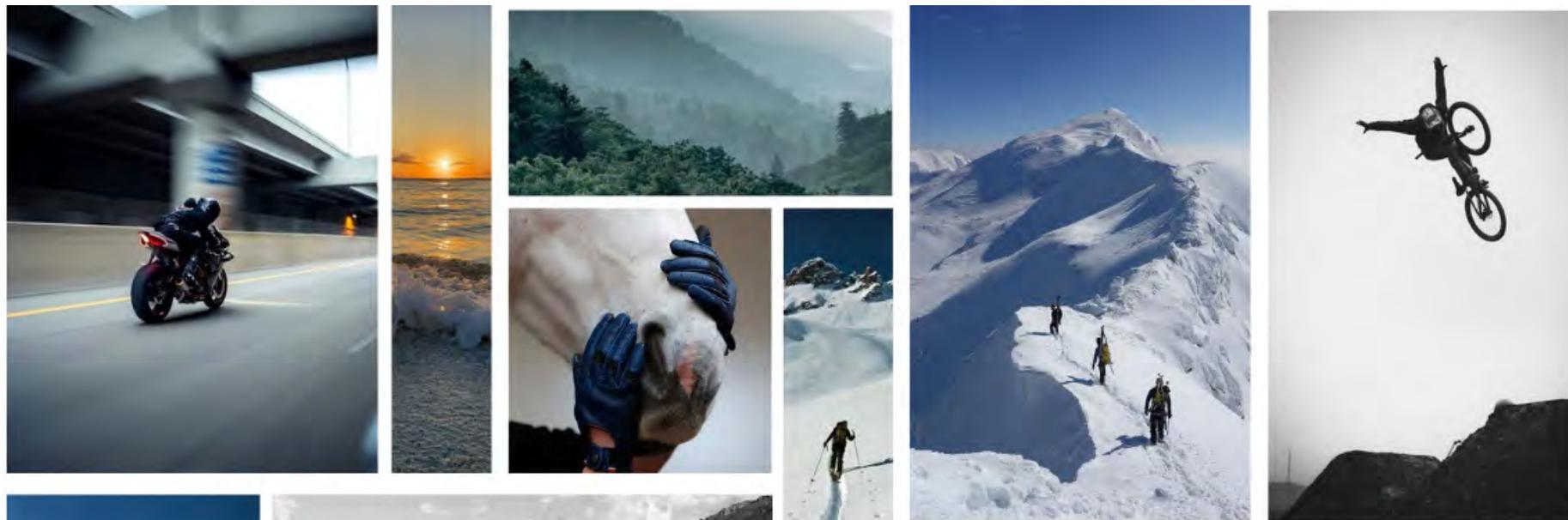
Si cette collaboration vous intéresse, nous serions ravis d'en discuter plus en détail ! N'hésitez pas à nous répondre pour que nous organisions un échange.

Dans l'attente de votre retour,
Albane
L'équipe Racer

CRÉATIONS



CRÉATIONS - MOODBOARD



POUR CEUX QUI OSENT

COMMUNAUTÉ



CRÉATIONS - KV



CRÉATIONS - POST RS



Ski



Moto

CRÉATIONS - POST RS



CES GANTS VOUS AIDERONT
À PRENDRE LES RÊNES DE
VOTRE PERFORMANCE ET
DOMPTER CHAQUE
OBSTACLE
OSEREZ-VOUS ?

POUR CEUX QUI OSENT
RACER

Cheval



CES GANTS VOUS
MÈNERONT À
4 000M D'ALTITUDE,
ET AU-DELÀ...
OSEREZ-VOUS ?

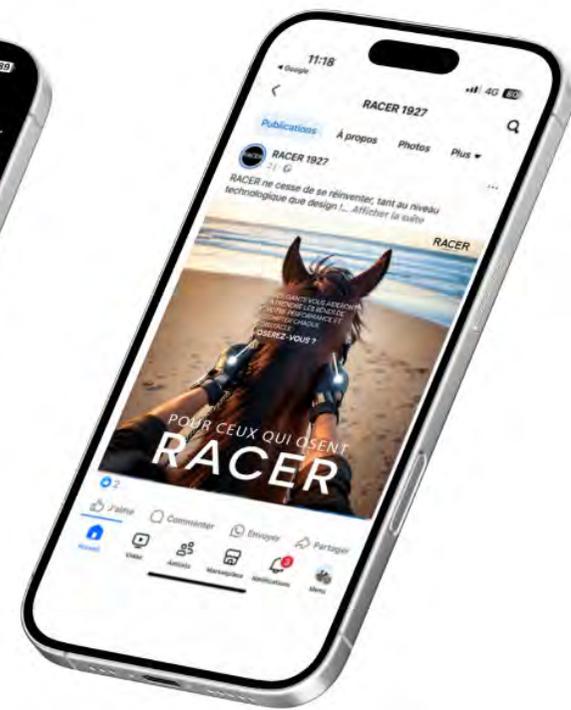
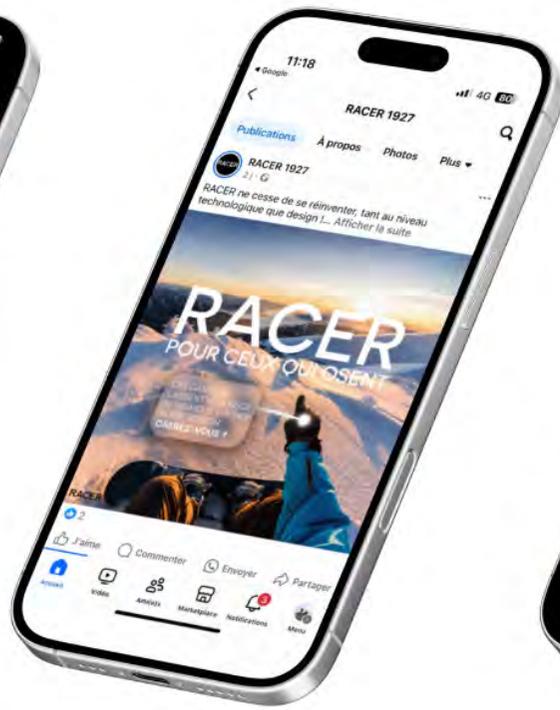
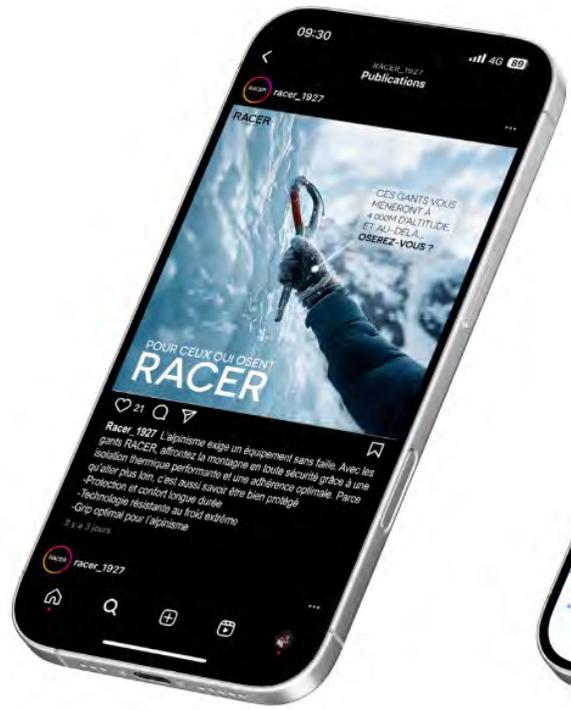
POUR CEUX QUI OSENT
RACER

Alpinisme



Snowboard

CRÉATIONS - MOCKUPS



PLANIFICATION



PLANNIFICATION - PLANNING

PHASE	DÉTAILS	T1			T2			T3			T4		
		MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	JAN.	FÉV.
SEMAINE DU PROJET :		2 9 16 23 30	6 13 20 27										
1	Conception Chartre du projet Révision du plan Mise en route	[Gantt bars for Conception phase]											
2	Communication Post (Instagram / Facebook) Social AD Vidéos saisonnières Pub Youtube	[Gantt bars for Communication phase]											
3	Jeu concours Story Repost communauté (UGC)	[Gantt bars for Jeu concours phase]											
4	Collaborations Florent Pagny Karine Le Marchand Stéphane Rötterberg Fabien Maierhofer Mathis Dumas Clia Biker Mathilde & Sligo Winter activity Aurelien Fontenoy	[Gantt bars for Collaborations phase]											
5	Clôture du projet - Post-projet - Rapport	[Gantt bars for Clôture du projet phase]											

BUDGÉTISATION



BUDGÉTISATION - BUDGET

50k Agence

100k Production

200k Média

Description	Quantité	Tarif unitaire	Total
Coût de production	20 vidéos	5 550 €	110 000€
Coût de publicité	50 vidéos (20x2.5)	350€x2 (Insta et Facebook)	35 000€
Coût de l'influence	9 influenceurs	16 400€	147 600€
Imprévus			7 400€

300 000€