



Yeet.

Une œuvre d'art qui vit et revit.





1- PRÉSENTATION DU PROJET

La peinture est un art inaccessible qui laisse paraître la beauté de ce monde à travers des tableaux. Moi, j'ai toujours voulu dessiner et peindre. Pourtant, je n'ai jamais eu le courage d'aboutir à une œuvre. Après avoir lu "L'alchimiste" de Paulo Coelho qui parle d'un petit berger qui suit sa légende personnelle, j'ai su que mon rêve était de suivre la mienne. Ma légende personnelle est : Yeet.

Qu'est-ce-que Yeet. ?

Yeet. est un petit bout d'art à mettre dans son cocon. Un bout de couleurs et d'odeurs qui enivrent ceux qui s'en approchent. Yeet, c'est ma marque de bougies qui va émerveiller vos salons, vos chambres et toutes les pièces à vivre de votre maison. En achetant une bougie Yeet, vous achetez une œuvre d'art en édition limitée conçue par des artistes et des ciriers qui rêvent d'un monde plus coloré et parfumé.

Yeet.

Pourquoi "Yeet" ?

Officiellement, Yeet signifie l'enthousiasme, la joie et la consécration d'une action complexe à réaliser. On voit grâce à sa dernière signification qu'elle reflète exactement la consécration de MA légende personnelle. Cette onomatopée peut également être utilisée pour désigner quelque chose de gourmand, d'agréable et de surprenant. Allier gourmandise, joie, agréable et surprise à l'intérieur des bougies Yeet est ma priorité.

Yeet, c'est des produits de qualités, français et éco-responsables. Pourtant, cela ne fait pas tout. Notre différenciation se trouve dans la qualité des artistes qui vont couvrir nos pots de bougies mais aussi dans notre système de collections. Nous ferons des collections pour chaque grande ville de France en collaboration avec des artistes de chacune d'entre elles. Nous utiliserons aussi un système de recharges faciles à installer dans les pots permettant de faire vivre notre bougie plusieurs fois. En plus d'être éco-responsable, Yeet est une œuvre d'art qui vit et revit.



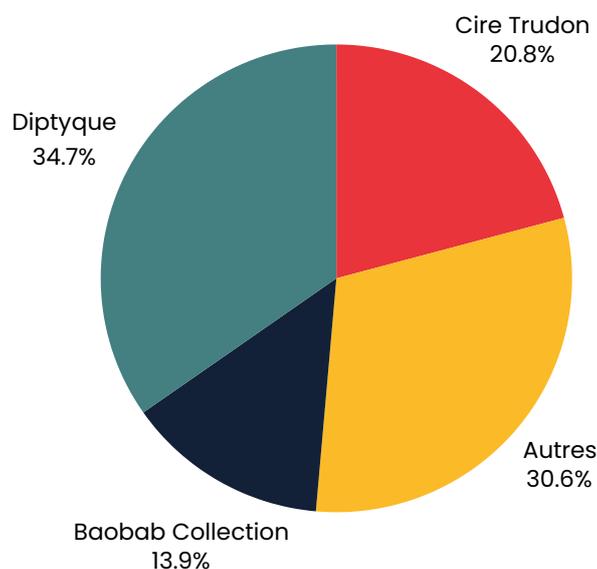
2- FAISABILITÉ DU PROJET

Le marché des bougies premium est en pleine expansion, porté par une demande croissante pour des produits de qualité, éco-responsables et originaux. Notre marque Yeet, qui propose des bougies made in France, rechargeable, décorées par des artistes, se positionne sur un segment porteur avec un fort potentiel de développement.

La quête de l'authenticité et de l'originalité	L'importance de l'esthétique et de la décoration intérieure	La prise de conscience environnementale	L'essor des ventes en ligne
Face à une offre standardisée, les consommateurs recherchent des bougies qui se distinguent par leur design, leur parfum ou leur histoire.	La bougie n'est plus uniquement un objet fonctionnel, mais devient un élément central de la décoration intérieure.	De plus en plus sensibles à l'impact environnemental de leurs achats, les consommateurs privilégient des produits durables et éco-responsables.	Le développement des plateformes e-commerce facilite l'accès à une large sélection de bougies premium, provenant de créateurs du monde entier.

MARCHÉ GLOBALE DE LA BOUGIE PREMIUM

ESTIMÉ À 1,5 MILLIARD €



SOURCE : Xerfi, Businesscoot, Grand View Research, The Insight Partners



L'observation du diagramme circulaire illustrant la part de marché mondiale de la bougie premium confirme l'existence d'un marché. Ce diagramme met également en lumière une offre conséquente et hautement concurrentielle. Approfondissons l'étude.

CROISSANCE DU MARCHÉ

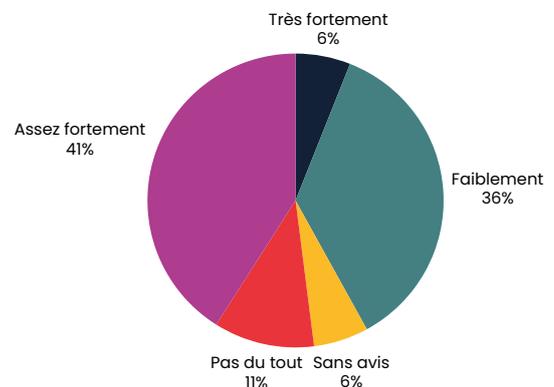
Avec l'inquiétude des consommateurs sur les pannes d'électricité. Le marché mondial de la bougie est en essor et devrait enregistrer un taux de croissance annuel moyen de 6,3 % jusqu'en 2026

Les recherches Google Trends sur les termes "bougie" "bougie luxe" "bougie décorative" "bougies artisanales" sont en hausse depuis 2018.

Le marché de la bougie haut de gamme gagne +15% par an depuis 1990.

A la question :
"Dans quelle mesure estimez-vous être influencé par le caractère responsable ou engagé des marques ?"

Les Français ont répondu... ->



Concluons cette première partie en synthétisant les données à travers un tableau.

MARCHÉ	OPPORTUNITÉS	MENACES
	Le marché des bougies premium est actif.	Un marché ultra concurrentiel.
	Un marché qui ne cesse de croître.	Des concurrents bien implantés.
	Les produits de qualité / made in France sont la nouvelle tendance du marché	Certains géants de la mode et de la parfumerie se mettent dans la vente de bougies.
	Le nom "Yeet" n'est enregistré par aucune société sur l'Inpi	



3- ANALYSE DE LA DEMANDE

Les habitudes de consommation et les préférences des Français en matière de bougies peuvent influencer de manière significative le succès de notre projet.

Plusieurs études récentes ont été réalisées pour analyser la demande et les habitudes de consommation de bougies en France. Elles révèlent que:

DONNÉES

72% des Français achètent des bougies parfumées

38% en achètent au moins une fois par mois

Le parfum est le critère le plus important pour l'achat (78%)

Les bougies parfumées sont principalement achetées dans les magasins spécialisés (41%)

Les senteurs fleuries, gourmandes et fruitées sont les plus appréciées

Les marques les plus connues sont Yankee Candle, Diptyque et Cire Trudon

Les principales motivations d'achat sont le plaisir personnel (68%) et l'envie de faire plaisir (32%)

Le budget moyen par bougie est de 10 euros

Les bougies parfumées sont les plus populaires (72%), suivies des bougies chauffe-plat (48%) et des bougies piliers (39%)

Les CSP+ sont les plus gros acheteurs

Les femmes sont des consommateurs majoritaires des bougies

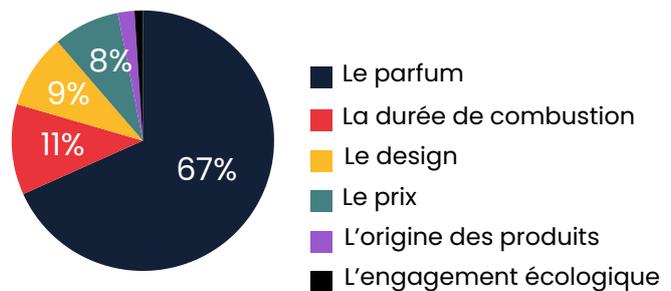
Source : Creatests, LSA Conso, Institut CSA, Xerfi



De mon côté, j'ai réalisé une enquête qui est encore en cours. A ce stade, 123 personnes ont répondu aux questions posées. L'entièreté des réponses rejoignent les données révélées précédemment dans le tableau. Cependant, je vais mettre en lumière d'autres informations importantes.

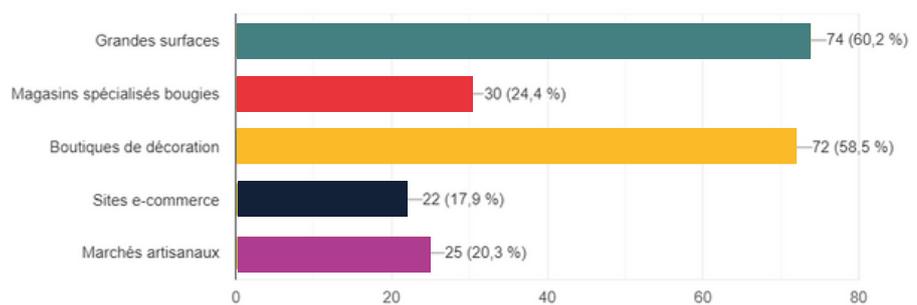
Qu'est-ce qui est selon vous le plus important lors de l'achat d'une bougie ?

Le parfum ressort comme l'élément essentiel dans la décision d'achat d'une bougie. L'idée de créer une bougie rechargeable avec des recharges de différentes senteurs est un point fort.

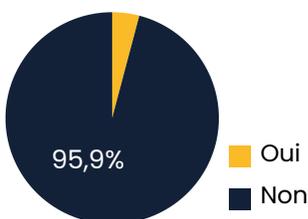


Où achetez-vous habituellement vos bougies ?

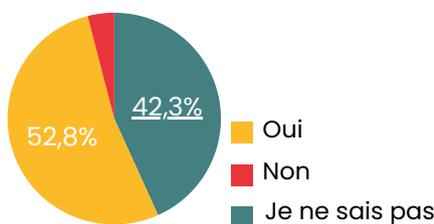
Les consommateurs préfèrent acheter en grandes surfaces et en boutiques de décoration. Ces informations vont nous aider dans notre distribution du produit.



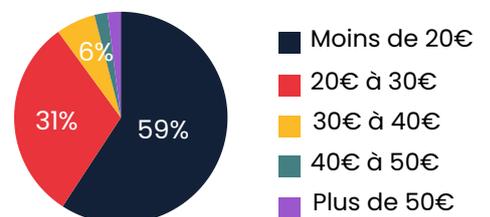
Avez-vous déjà acheté une bougie rechargeable ?



Seriez-vous susceptible d'acheter une bougie rechargeable à l'avenir ?



Quel serait votre budget moyen pour l'achat d'une bougie rechargeable made in France créée en collaboration avec des artistes (street-art / contemporain) ?



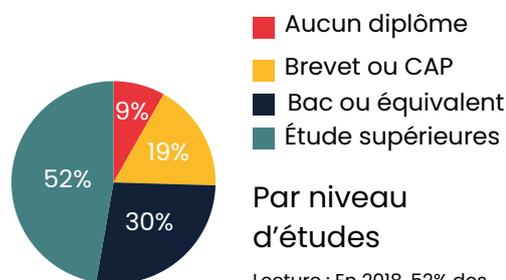
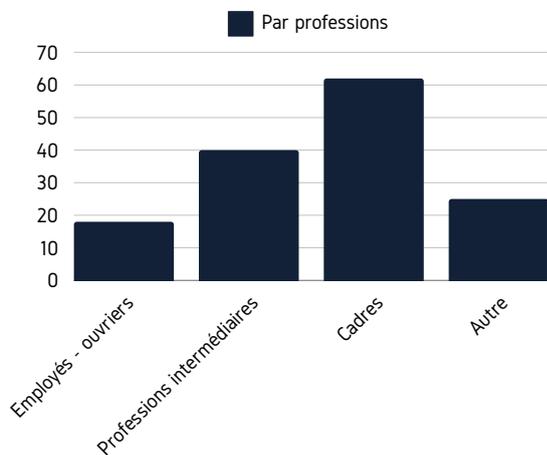
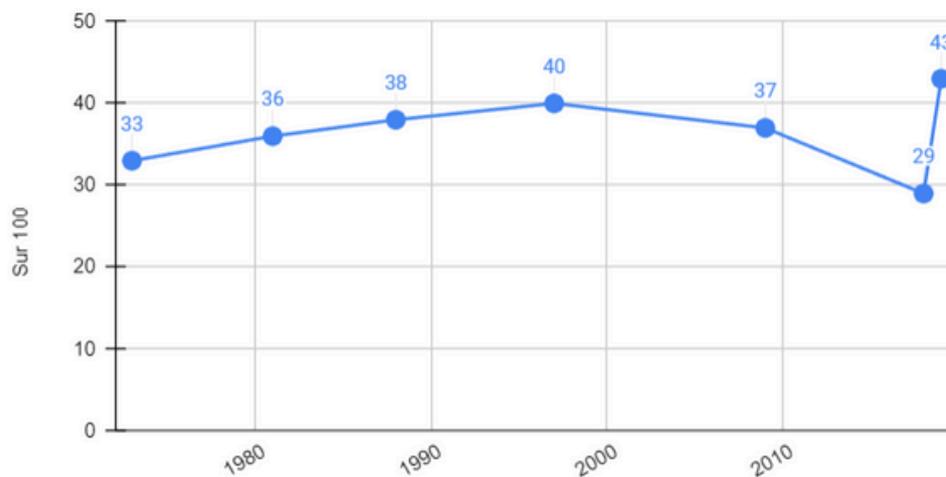
Ces informations révèlent que la majorité des consommateurs questionnés (environ 95%) ne sont pas encore familiarisés avec les bougies rechargeables. Cependant, il est important de souligner que 94% d'entre eux ont exprimé un intérêt potentiel pour l'achat de ce type de produit.



L'intégration d'œuvres d'artistes peintres contemporains dans la conception de notre bougie premium nécessite une analyse approfondie des tendances de consommation d'art. En effet, il est crucial d'évaluer la fréquentation des galeries d'art et des musées par les consommateurs.

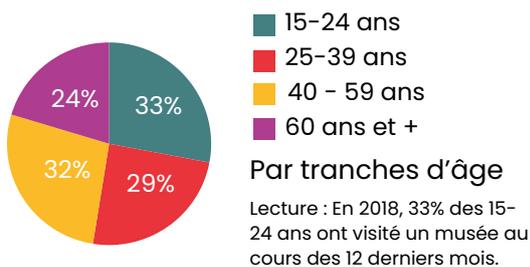
Voici l'évolution de la fréquentation des musées en France depuis 1970.

Lecture : En 2019, 43% des Français ont visité un musée ou une exposition au cours des 12 derniers mois.



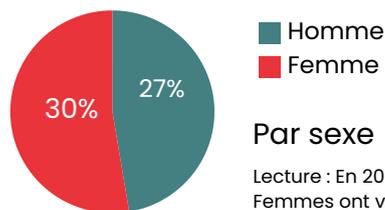
Par niveau d'études

Lecture : En 2018, 52% des individus en études supérieures ont visité un musée au cours des 12 derniers mois.



Par tranches d'âge

Lecture : En 2018, 33% des 15-24 ans ont visité un musée au cours des 12 derniers mois.



Par sexe

Lecture : En 2018, 30% des Femmes ont visité un musée au cours des 12 derniers mois.



L'analyse des diagrammes révèle plusieurs points :

- Une très grande baisse de fréquentation des musées dans les années 2010. Avec un pic de fréquentation en 2019.
- Une légère prédominance féminine est observée dans l'intérêt pour les musées et les expositions.
- Deux groupes d'âge se distinguent par un intérêt accru : les 15-24 ans et les 40-59 ans.
- Les disparités les plus significatives se manifestent au niveau du niveau d'études et de la classe sociale. En effet, les cadres et les individus ayant effectué des études supérieures affichent un intérêt marqué pour les musées et les expositions.

Pour conclure cette partie "3 - Analyse de la demande", il est crucial de synthétiser les opportunités et menaces de la demande.

DEMANDE	OPPORTUNITÉS	MENACES
	La population française recherche de plus en plus de produits de qualité.	Le prix d'une bougie premium peut être rédhibitoire.
	Plus de la moitié des Français sont prêts à payer un supplément pour un produit de qualité	Une dépendance aux grandes marques de luxe. La demande est attachée à l'image de marque.
	Les recherches google sur les termes "Bougie" "Bougies luxe" sont en hausse depuis 2018	La crise économique est un grand danger pour les produits dispensables.
	83% des Français se disent un minimum influencés par le caractère responsable des marques.	Le budget moyen par bougie achetée est de 10€
	Notre coeur de cible se trouve dans les 25 - 45 ans.	
	Notre système de recharge va nous permettre d'avoir une multitude d'odeurs dans notre gamme de produits.	
	94% des personnes interrogées se disent potentiellement prêtes à acheter une bougie rechargeable	



4- ANALYSE DE L'OFFRE

L'analyse de la concurrence est un élément crucial pour notre projet, cela permet d'identifier nos forces et nos faiblesses, d'évaluer les opportunités et les menaces du marché, et de développer une stratégie efficace pour se différencier et gagner des parts de marché. Voici les informations importantes des 3 plus grandes marques de bougies.

CONCURRENT	RITUALS	
PRIX MOYEN	Bougies	Recharges
	30€	Recharges de bougies n'existent pas
GAMME DE PRODUITS	Moyenne gamme	
FORMATS	Bougie classique (290g) Mini bougie (70g) Bougie parfumée XL (520g) Fondants parfumés Coffrets cadeaux	
CHALANDISE	Internationale	
CIBLES	Femmes de 30 à 55 ans souhaitant décorer leur maison	
CANAUX DE DISTRIBUTION	900 magasins dans le monde	
CANAUX DE COM	Site web, emailing, réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest) - Campagnes d'influence - Magazines lifestyle, TV, affichage	
STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION	Design élégant et épuré Parfums uniques et relaxants	
FORCES / FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES
	<ul style="list-style-type: none"> • Marque forte et reconnue • Gamme de produits large et variée • Qualité et design des produits • Expérience client unique • Forte présence digitale 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribution limitée en dehors des magasins Rituals • Concurrence accrue sur le marché des bougies parfumées



CONCURRENT	DIPTYQUE	
PRIX MOYEN	Bougies	Recharges
	180€	90€
GAMME DE PRODUITS	Luxe	
FORMATS	Bougie classique (190g) Bougie grand format (600g) Mini bougie (70g) Travel candle (35g) Fondants parfumés Coffrets cadeaux	
CHALANDISE	Internationale	
CIBLES	Femmes de 30 à 60 ans	
CANAUX DE DISTRIBUTION	Magasins Diptyque (plus de 60 dans le monde) Site web Diptyque Grands magasins et parfumeries sélectives	
CANAUX DE COM	Site web, emailing, réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest) - Campagnes d'influence - Magazines lifestyle, presse écrite - Partenariats avec des médias et influenceurs	
STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION	Riche histoire et savoir-faire Design minimaliste et élégant Parfums complexes et raffinés Exclusivité et rareté	
FORCES / FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES
	<ul style="list-style-type: none"> • Marque prestigieuse et historique • Image de luxe et d'élégance • Qualité et exclusivité des produits • Expérience client unique • Forte communauté de fans 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix très élevé • Distribution limitée • Concurrence accrue sur le marché des bougies parfumées



CONCURRENT	CIRE TRUDON	
PRIX MOYEN	Bougies	Recharges
	100€	80€
GAMME DE PRODUITS	Luxe / premium	
FORMATS	Bougie classique (270g) Bougie grand format (650g) Mini bougie (70g) Travel candle (35g) Fondants parfumés Coffrets cadeaux	
CHALANDISE	Internationale	
CIBLES	Hommes et femmes de 30 à 65 ans	
CANAUX DE DISTRIBUTION	Magasins Cire Trudon Site web Cire Grands magasins et parfumeries sélectives Corbeilles cadeaux	
CANAUX DE COM	Site web, emailing, réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest) – Campagnes d'influence – Magazines lifestyle, presse écrite – Partenariats avec des médias et influenceurs – ateliers	
STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION	Design sobre et élégant Parfums complexes et intenses Exclusivité et rareté	
FORCES / FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES
	<ul style="list-style-type: none"> • Marque historique et prestigieuse • Image de luxe et d'artisanat • Qualité et exclusivité des produits • Expérience client unique • Forte notoriété auprès des connaisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Prix très élevé • Distribution limitée • Concurrence accrue sur le marché des bougies parfumées



À travers cette analyse concurrentielle, plusieurs constats s'imposent. Tout d'abord, il apparaît que le système de recharge de bougies n'est pas généralisé au sein de toutes les entreprises du secteur. Dans celles qui proposent des recharges, les tarifs pratiqués sont souvent exorbitants, frôlant parfois le coût d'une bougie neuve.

Par ailleurs, il est notable que les marques concurrentes ne se spécialisent pas spécifiquement dans les bougies artistiques rechargeables. Bien qu'elles puissent occasionnellement collaborer avec des artistes, ce domaine ne constitue pas leur cœur de métier. C'est précisément à ce niveau que notre marque peut tirer son épingle du jeu en offrant à sa clientèle potentielle une alternative aux grandes marques, mettant l'accent sur l'art, la qualité, la recharge moins chères et la collaboration avec des artistes Français.

5- RÉCAPITULATIFS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Il est primordial de souligner que la marque Yeet a toutes les opportunités de s'épanouir sur le marché des bougies haut de gamme, en tenant compte des trois principaux aspects : le marché, la demande et l'offre.

L'initiative novatrice consistant à proposer des bougies ornées d'œuvres d'artistes contemporains et de street-art, tout en étant rechargeables, représente un projet audacieux. Cependant, quelques contraintes méritent d'être prises en considération :

- Le prix ne doit pas excéder les 40-60€.
- Le coût des recharges doit avoisiner les 10-15€.
- Les clients potentiels sont sensibles au parfum et au design des bougies.
- Notre public cible est constitué de femmes âgées de 25 à 40 ans, appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures, passionnées par les bougies et la décoration intérieure.
- Nos bougies doivent bénéficier d'un design parfait, avec un format unique, afin de décourager l'achat de recharges chez nos concurrents.
- Nous devons avoir une pluralités dans les designs et les parfums de nos bougies pour offrir une large gamme de produits à nos clients.
- Nos mots-clés seront : art, jeunesse, fraîcheur, écologie, art à la française, œuvre d'art vivante et renouvelable, bougies haut de gamme, originalité, et décalage par rapport aux normes établies.
- Notre marketing et notre communication sera à l'image d'une bijouterie luxueuse et premium, en apportant une touche de fraîcheur, d'amusant et d'hors norme (mettre un préservatif Yeet dans le packaging pour la St Valentin par exemple)
- Créer un système de collections de bougies.

ANNEXE 1 : SWOT

FORCES	FAIBLESSES
Notre système de recharge va nous permettre d'avoir une multitude d'odeurs dans notre gamme de produits.	Des moyens financiers, matériels et humains moindres par rapport aux concurrents.
Notre système de personnalisation de boîtes de fondants nous permettra d'être présent lors des fêtes et d'avoir des MMR (revenus moyens réguliers).	Nouveau arrivé sur un marché déjà très concurrentiel.
Un concept, une charte graphique, une communication et du marketing originaux.	
Le système d'édition limitée nous permet de nous différencier et avoir une valeur ajoutée.	
OPPORTUNITÉS	MENACES
La population française recherche de plus en plus de produits de qualité.	Le prix d'une bougie premium peut être rédhibitoire.
Plus de la moitié des Français sont prêts à payer un supplément pour un produit de qualité	Une dépendance aux grandes marques de luxe. La demande est attachée à l'image de marque.
Les recherches google sur les termes "Bougie" "Bougies luxe" sont en hausse depuis 2018	La crise économique est un grand danger pour les produits dispensables.
83% des Français se disent un minimum influencés par le caractère responsable des marques.	Le budget moyen par bougie achetée est de 10€
Notre coeur de cible se trouve dans les 25 - 45 ans.	Un marché ultra concurrentiel.
Un marché qui ne cesse de croître.	Prix des matières premières en hausse.
Les produits de qualité / made in France sont la nouvelle tendance du marché	Certains géants de la mode et de la parfumerie se mettent dans la vente de bougies.

ANNEXE 2 : PESTEL

Politique	<ul style="list-style-type: none">• Les fabricants de bougies doivent se conformer à des normes strictes concernant la sécurité des produits (inflammabilité, matériaux utilisés, etc.).• Les tarifs douaniers et les accords commerciaux peuvent affecter les coûts d'importation/exportation de matières premières et produits finis.
Économique	<ul style="list-style-type: none">• La bougie est fortement influencée par le pouvoir d'achat des consommateurs.• Les variations des coûts de la cire, des huiles essentielles et des mèches peuvent impacter les marges bénéficiaires.
Socio-culturel	<ul style="list-style-type: none">• Il y a une forte demande pour des produits artisanaux, naturels et respectueux de l'environnement.• Valeurs et style de vie : Les bougies de luxe sont souvent associées à des rituels de bien-être et de relaxation, alignés avec des styles de vie axés sur le bien-être et le luxe.
Technologique	<ul style="list-style-type: none">• Les plateformes en ligne et les réseaux sociaux jouent un rôle clé dans la promotion et la vente des bougies de luxe.• L'équilibre entre production artisanale et automatisée peut affecter la perception de qualité et le coût de production.
Environnemental	<ul style="list-style-type: none">• La demande croissante pour des produits écologiques pousse les fabricants à utiliser des matériaux biodégradables et renouvelables.• La production et le transport des bougies doivent minimiser leur empreinte carbone pour attirer les consommateurs soucieux de l'environnement.
Légal	<ul style="list-style-type: none">• Les lois sur la publicité et l'étiquetage exigent une transparence sur les ingrédients et les avantages des produits.• Les bougies doivent se conformer aux normes de sécurité incendie pour prévenir les risques d'incendie.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

PRODUITS ET PRIX

Pour ses débuts, Yeet. proposera une bougie standard (simple) ainsi qu'une sélection de quatre bougies en collaboration avec quatre artistes différents. L'idée est d'avoir un style unique pour chaque bougie et que chaque client puisse y trouver son bonheur.

BOUGIE 1 : ÉTERNELLE



Prix : 35€

Format : Standard 190g

Nombre d'éditions : Illimité

Odeurs : à renseigner

Couleur de cire : Blanche (sans colorant)

Couleur du pot : Blanc - logo petit en noir

Couleur du packaging : Bleu royal - logo blanc

Inclus dans toutes les versions standards :

- Carton explicatifs "Comment entretenir sa bougie"
- Carton avec poème de la bougie
- 2 autocollants "éternelle" pour recoller sur la bougie une fois le verre lavé

Dans l'obscurité naît une lueur,
Une flamme douce, un éclat de chaleur.
Elle danse, légère, au gré des vents,
Éclairant l'ombre de ses éclats brillants.

Comme une étoile au cœur de la nuit,
Elle illumine l'infini.
Sa lumière évoque les cieux sans fin,
L'immensité où se perd notre destin.

Dans son parfum, des notes d'éternité,
Un voyage sans fin, une douce sérénité.
Chaque étincelle, un instant précieux,
Un reflet de l'univers, mystérieux.

Une bougie, un rêve, une invitation,
À explorer l'infini, à toucher l'horizon.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

BOUGIE 2 : SUICIDE D'AMOUR



Édition limitée à 100 exemplaires
Prix : 65€



Édition illimitée
Prix : 35€

Prix : 65€

Format : 210g

Nombre d'édition : 100 exemplaires

Odeurs :

Couleur de cire : Blanche

Artiste : <https://www.uaa-artdesard.com/fr/blog/profile/dominique-gerardin,0,89>

Couleur du packaging :

Suppléments :

- Carton avec poème de la bougie + numéro d'édition
- Carton explicatifs "Comment entretenir sa bougie"
- Marque page inclus
- Testeurs de nos autres odeurs inclus (petits fondants de 10g)

Dans les ombres de la nuit silencieuse,
Un cœur brisé murmure une prière
douloureuse.

Des promesses perdues, des rêves
effacés,
L'amour s'est éteint, laissant une âme
blessée.

La flamme vacille, comme un dernier
adieu,
Éclairant les souvenirs d'un amour déchu.
Chaque étincelle raconte une histoire,
D'une passion intense, devenue
cauchemar.

Les larmes coulent, reflet de la douleur,
Chaque goutte est un cri, chaque souffle
un malheur.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

BOUGIE 3 : JEUNE SENTIMENTAL



Édition limitée à 100 exemplaires
Prix : 65€



Édition illimitée
Prix : 35€

Prix : 65€
Format : 210g
Nombre d'édition : 100 exemplaires
Odeurs :

Couleur de cire : Blanche

Artiste :
<https://www.artgalleria.com/folio/artists/115682?p=a4c4bd14-c836-4c97-abfe-53392958baff>

Couleur du packaging :

Suppléments :

- Carton avec poème de la bougie + numéro d'édition
- Carton explicatifs "Comment entretenir sa bougie"
- Marque page inclus
- Testeurs de nos autres odeurs inclus (petits fondants de 10g)

Le temps file, cruel et silencieux,
La jeunesse s'efface, ombre capricieuse.
Un cœur tendre, empli de rêves fragiles,
Se perd dans le flux des jours immobiles.

Les souvenirs s'accrochent, doux et
amers,
Des instants volés, des rires éphémères.
Chaque seconde qui passe est une
larme,
Un adieu discret, un cœur sous l'alarme.

Les saisons changent, les visages aussi,
L'innocence se fane, comme une fleur en
sursis.
Le futur s'avance, inconnu, redouté,
Le présent se flétrit, si vite oublié.

Les nuits solitaires, les pensées
vagabondes,
Cherchent des réponses dans un univers
profond.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

BOUGIE 4 : MENTHOLÉE FRAICHE



Édition limitée à 100 exemplaires
Prix : 65€



Édition illimitée
Prix : 35€

Nom : Mentholée Fraiche

Prix : 65€

Format : 210g

Nombre d'édition : 100 exemplaires

Odeurs : Menthe et Pamplemousse

Couleur de cire : Blanche

Artiste :

<https://www.artgalleria.com/folio/artists/156019?p=a4c4bd14-c836-4c97-abfe-53392958baff>

Couleur du packaging :

Suppléments :

- Carton avec poème de la bougie + numéro d'édition
- Carton explicatifs "Comment entretenir sa bougie"
- Marque page inclus
- Testeurs de nos autres odeurs inclus (petits fondants de 10g)

Sous les néons fatigués, elle se tient,
Silhouette gracieuse, regard lointain.
Une mentholée entre ses doigts fins,
La fumée danse, parfum clandestin.

Beauté fragile dans la nuit urbaine,
Ses talons résonnent, sa démarche sereine.
Les hommes passent, elle offre un sourire,
Sous la brise fraîche, elle laisse s'enfuir.

Ses lèvres mentholées portent un secret,
Un goût de regrets, de rêves discrets.
Étoile perdue dans l'obscurité,
Dans chaque bouffée, une part d'elle s'en va.

Mentholée fraîche, douceur éphémère,
Dans la nuit profonde, une lueur sincère.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

BOUGIE 5 : AMOUR À CHIQUER



Édition limitée à 100 exemplaires
Prix : 65€



Édition illimitée
Prix : 35€

Nom : Amour à chiquer

Prix : 65€

Format : 210g

Nombre d'édition : 100 exemplaires

Odeurs :

Couleur de cire : Blanche

Artiste :

<https://www.artgalleria.com/folio/artists/156019?p=a4c4bd14-c836-4c97-abfe-53392958baff>

Couleur du packaging :

Suppléments :

- Carton avec poème de la bougie + numéro d'édition
- Carton explicatifs "Comment entretenir sa bougie"
- Marque page inclus
- Testeurs de nos autres odeurs inclus (petits fondants de 10g)

Ton amour est comme le tabac à chiquer,
Amer et doux, un goût à savourer.
Dans le creux de ma joue, je te garde,
Un secret brûlant, une passion qui m'attarde.

Tu es mon café noir, arôme envoûtant,
Réveil de mes sens, stimulant et troublant.
Chaque gorgée de toi, un feu réconfortant,
Une chaleur intense, un plaisir captivant.

Comme un cigare, enveloppé de mystère,
Tes baisers sont des volutes dans l'air.
La fumée s'élève, en arabesques lentes,
Des rêves et des songes en boucle constante.

Ton amour laisse des traces, profondes et tenaces,
Comme le tabac qui teinte mes pensées fugaces.

ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

NOS RECHARGES



Nom : Recharge standard.
Prix : 5€
Format : 190g
Nombre d'édition : Illimité
Odeurs : Choix parmi notre sélection.

Couleur de cire : Blanche
Packaging :

- Autocollant "Yeet" collé sur la cire.
- Emballé dans du papier craft.

Nom : Recharge max.
Prix : 10€
Format : 210g
Nombre d'édition : Illimité.
Odeurs : Choix parmi notre sélection.

Couleur de cire : Blanche
Packaging :

- Autocollant "Yeet" collé sur la cire.
- Emballé dans du papier craft.

BOITE DE FONDANTS À PERSONNALISER



Parfait pour les grandes et petites occasions, notre système de boîtes de fondants à personnaliser va ravir les adeptes des cadeaux originaux.

Inspiré de Le Chocolat Français, nous allons concevoir le même système avec des fondants de différentes couleurs et odeurs. Cela permet à nos clients de découvrir nos odeurs avant de se lancer dans l'achat d'une plus grande bougie. Deux formats disponibles, la boîte de 16 fondants et la boîte de 30 fondants.

Format : 16 fondants x 15g
Prix : 16€
Odeurs : Un mélange de toutes nos odeurs.
Packaging : Une boîte cartonnée.

Format : 30 fondants x 15g
Prix : 25€
Odeurs : Un mélange de toutes nos odeurs.
Packaging : Une boîte cartonnée.



Yeet.

Collection - Hiver 2025.



ANNEXE 3 : MARKETING MIX LES 4P

PACKAGING PREMIUM



Bougie standard.

Boite : Boite cartonnée blanche (à taille de la bougie) avec logo + slogan imprimé dessus. Nous allons faire de ces boites en x500-1000 pour diminuer les coûts d'achat.

Nous pourrons ensuite, coller des étiquettes avec l'image de la bougie.

Sachet : Notre bougie sera installée dans un sachet en velours pour la maintenir en sécurité et surtout pour apporter un service premium.

Dans le carton se trouvera un livret "Comment entretenir sa bougie Yeet", un carton avec le poème de la bougie + numéro d'édition ainsi qu'un petit livret qui présente nos autres bougies.

Bougie max.

Boite : Boite cartonnée blanche 2 fois plus grande en longueur. L'idée est d'y placer 4 fondants aux odeurs de nos autres bougies. Ce coup marketing offre un service unique et premium à nos clients mais aussi leur donne envie d'acheter nos autres odeurs (soit une recharge, soit une autre bougie)

Sachet : La bougie sera installée aussi dans un sachet de velours.

Dans le carton se trouvera un marque page, un livret "Comment entretenir sa bougie Yeet", un carton avec le poème de la bougie + numéro d'édition ainsi qu'un petit livret qui présente nos autres bougies.