

LE PROJET PRODUITS BOUTIQUE

SOPHIE LANGUILLAUME
DIRECTRICE DE POPASCH

1-Un enjeu partagé

Un objectif : identifier des axes de développement fédérateurs

Trois temps d'échange

- 8 mars 2022
- 22 juin 2022
- 6 octobre 2022

Deux axes de travail retenus

- Valoriser les territoires et développer les ventes boutique par la création d'une gamme de produits commune autour :
 - ❖ d'un événement (Coupe du Monde de Rugby, Jeux Olympiques),
 - ❖ d'une collection mettant en valeur la richesse du patrimoine de la région,
 - ❖ d'un objectif responsable (gamme 100% francilienne),
 - ❖ d'une marque régionale (sur le modèle de la Normandie ou du Pays basque)
- Mutualiser les commandes et grouper les achats d'objets souvenirs (mugs, tote-bag, porte-clés...), y compris avec les réseaux de revendeurs, pour maximiser les quantités et diminuer le prix d'achat des produits, tout en conservant l'identité visuelle propre de chaque structure.

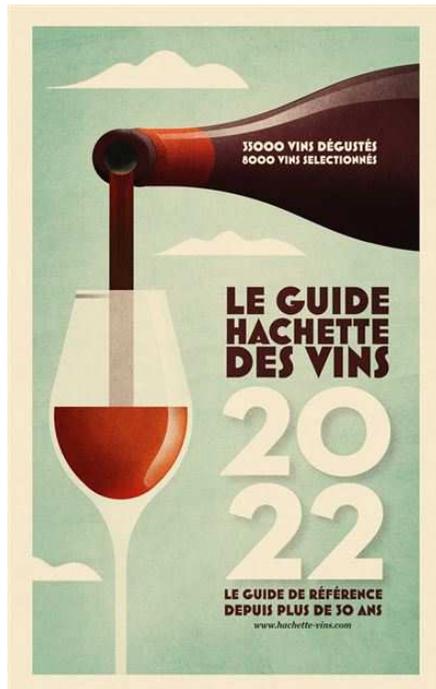
Des contraintes identifiées

- Des boutiques très hétérogènes en termes de surface, de nombre de visiteurs et donc de volumes de vente,
- Un budget d'achat limité (petites quantités),
- Un choix de produits ne faisant pas concurrence aux acteurs du territoire (commerces de proximité).

2-Notre proposition

- 2.1 Notre ambition
- 2.2 Nos inspirations
- 2.3 Le process de création
- 2.4 Notre proposition de démarche

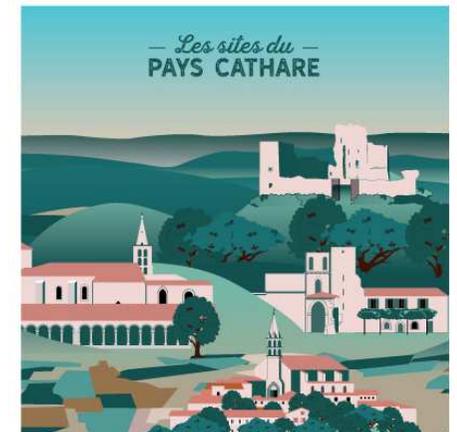
2.2 Nos inspirations



Mathieu Persan, les régions viticoles de France

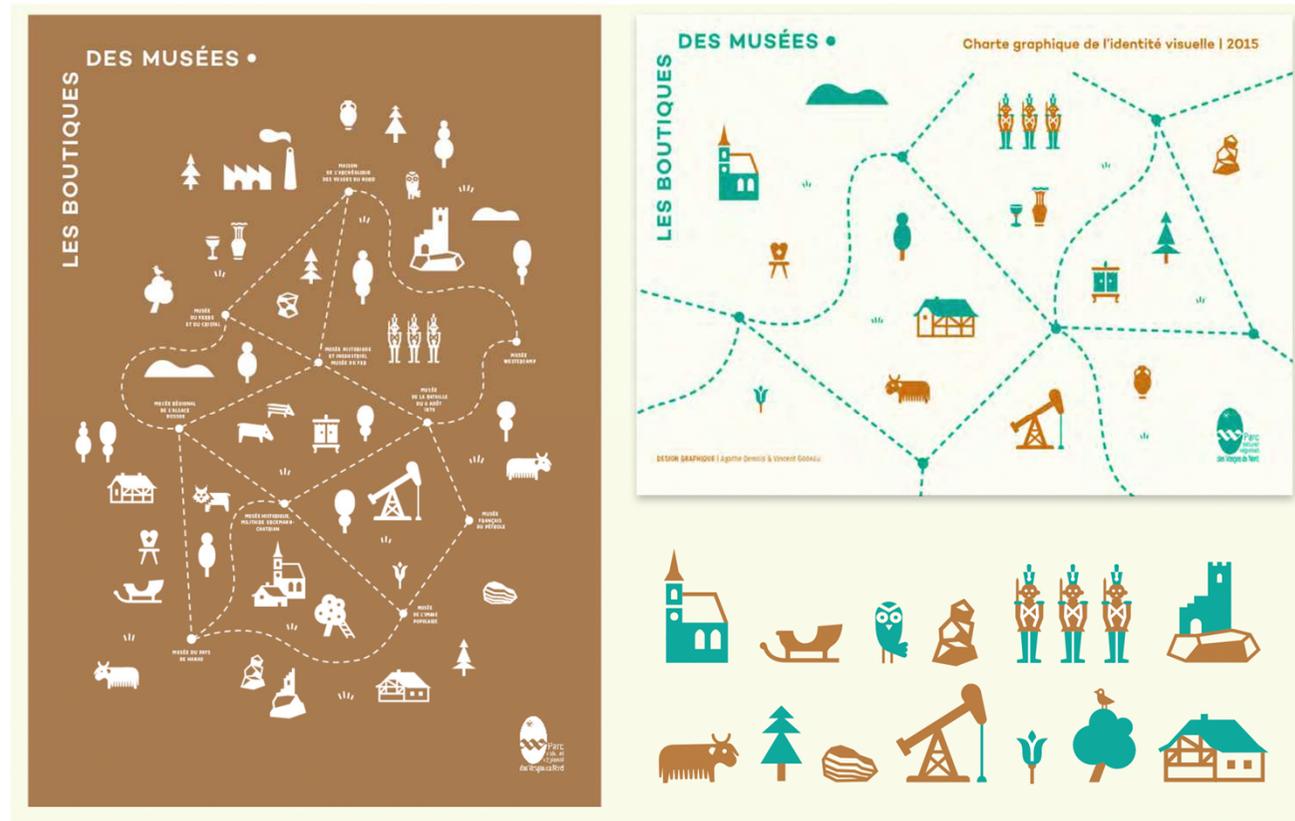


2.2 Nos inspirations



Atelier Cartographik, Les Sites du Pays Cathare

2.2 Nos inspirations



Agathe Demois, Le Parc régional des Vosges – un exemple de support produit

2.3 Le process de création

À partir de l'identité du territoire, le développement d'une collection, voire d'une marque, suppose de décliner les produits selon le processus de création suivant.

En moyenne, la création d'une ligne de produits exclusifs, sur un réseau de partenaires, prend un an.



2.4 Notre proposition de démarche, étape par étape



Un **groupe de travail** sera constitué, sur la base du volontariat, pour suivre chaque étape du projet et particulièrement :

1. Analyse

- Définir les **cibles de clientèles**

2. Composantes identitaires

- Définir les **composantes identitaires du territoire**. Un office de tourisme est une véritable vitrine touristique du territoire. Ainsi, quels sont les éléments paysagers, historiques, patrimoniaux, architecturaux, gastronomiques, de mode de vie, événementiels qui contribuent à la singularité de la région Paris Île-de-France ? Ces composantes serviront de guide line pour proposer une collection de produits en cohérence avec l'expérience vécue par les différentes clientèles sur le territoire.
- Retenir les **thèmes prioritaires**
- Définir un **concept** et son **storytelling** avec la création d'une signature graphique, d'une baseline

3. Produits à développer

- Définir les typologies de produits
- Choisir les produits, les matières, les techniques de marquage

2.4 Notre proposition de démarche, étape par étape



4. Design graphique

- Etablir un principe graphique : rédaction d'un cahier des charges, études des propositions de designers ou illustrateurs, choix de l'illustrateur retenu.
- Travailler la cohérence de la ligne : adapter le principe créatif sur chaque produit
- Décliner le visuel sur l'ILV, la sacherie...

5. Repérage / Echantillonnage

6. Sourcing Fournisseurs

Sélectionner un ou plusieurs fournisseurs offrant les prestations suivantes :

- 100% Made in Île-de-France
- Mutualisation des achats

L'ensemble des acteurs du réseau seront sollicités par le groupe de travail.

Merci pour votre attention !

Vos contacts :

Sorya THOLON, Gwenn JULLY
ot@visitparisregion.com
01 73 04 83 28

Sophie LANGUILLAUME
s.languillaume@popasch.com
06 83 29 22 94
<https://www.popasch.com>