

JULIEN ABBADIE - HUGO CAZALE - VALENTIN DINANT

Négociation - JOTT



Sommaire

1. Choix de l'entreprise : JOTT (Just Over The Top).....	3
Pourquoi JOTT ?.....	3
Les avantages de JOTT :.....	3
Pourquoi viser le Québec ?.....	3
2. Définition du produit à vendre.....	4
Le produit : la doudoune Grand Froid Prestige.....	4
Les caractéristiques du produit.....	4
Le positionnement de la doudoune.....	4
Pourquoi ce produit est adapté au marché québécois ?.....	4
3. Identification du prospect distributeur : Simons.....	5
Présentation de Simons.....	5
Pourquoi choisir Simons comme distributeur ?.....	5
Les avantages pour Simons.....	5
Pourquoi ce partenariat est stratégique ?.....	5
4. Analyse de l'impact culturel sur la négociation.....	6
Les spécificités culturelles du Québec.....	6
La communication et le relationnel.....	6
L'importance du rapport qualité-prix.....	6
Les attentes en matière de partenariat.....	6
5. Réalisation du SONCASE.....	7
Sécurité.....	7
Orgueil.....	7
Nouveauté.....	7
Confort.....	7
Argent.....	7
Sympathie.....	8
Environnement.....	8
6. Devis suite à l'offre pertinente définie.....	9
7. Facture suite à l'accord du client.....	10

1. Choix de l'entreprise : JOTT (Just Over The Top)

Pourquoi JOTT ?

Fondée en 2010 à Marseille par les cousins Mathieu et Nicolas Gourdikian, JOTT s'est spécialisée dans les doudounes légères et urbaines. La marque a connu une croissance rapide, atteignant un chiffre d'affaires d'environ 70 millions d'euros en 2019.

En 2021, le fonds d'investissement L Catterton, lié au groupe LVMH, a pris une participation majoritaire dans l'entreprise, accélérant son développement. En 2022, JOTT a réalisé un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros et comptait 200 boutiques en Europe et en Asie.

Les avantages de JOTT :

- Image premium accessible, positionnée entre les marques grand public et les marques haut de gamme comme Canada Goose.
- Produits performants avec une isolation thermique efficace et un design moderne.
- Forte notoriété en Europe, mais encore peu développée en Amérique du Nord, ce qui représente une opportunité de croissance.

Pourquoi viser le Québec ?

Le climat québécois, avec des températures pouvant descendre sous les -20°C, crée un besoin important pour des vêtements d'hiver de qualité. Les consommateurs québécois sont sensibles aux marques européennes reconnues pour leur savoir-faire. JOTT a une carte à jouer face aux marques locales déjà bien implantées, en proposant une alternative élégante et performante.

Le but est d'introduire JOTT au Québec en s'appuyant sur un distributeur clé comme Simons, qui pourrait se démarquer en proposant cette nouveauté sur le marché.

2. Définition du produit à vendre

Le produit : la doudoune Grand Froid Prestige

La doudoune Grand Froid Prestige de JOTT est conçue pour offrir une isolation thermique optimale tout en restant légère et élégante. Elle s'adresse aux consommateurs cherchant un compromis entre style et performance hivernale.

Les caractéristiques du produit

- Garnissage en plume et duvet naturel garantissant une isolation jusqu'à -12°C.
- Design moderne décliné en plusieurs styles : longue, réversible, avec ou sans capuche.
- Conception légère permettant une grande liberté de mouvement et un confort optimal.
- Facile d'entretien et résistante aux intempéries, adaptée à un usage quotidien.

Le positionnement de la doudoune

La doudoune Grand Froid Prestige se situe entre les modèles grand public et les marques haut de gamme comme Canada Goose. Elle vise une clientèle recherchant un produit alliant esthétique et accessibilité.

Pourquoi ce produit est adapté au marché québécois ?

Le Québec connaît des hivers longs et rigoureux, avec des températures descendant régulièrement en dessous de -10°C. Les consommateurs sont en quête de vêtements chauds, légers et fonctionnels. Cette doudoune, qui combine isolation thermique et style urbain, répond parfaitement aux besoins de cette clientèle.

3. Identification du prospect distributeur : Simons

Présentation de Simons

Fondée en 1840 à Québec, Simons est une entreprise familiale québécoise spécialisée dans la mode et les articles de décoration pour la maison. Au fil des ans, elle a su se développer et s'imposer comme un acteur majeur du commerce de détail au Canada. En 2024, Simons ouvre son 17^e magasin à Halifax, en Nouvelle-Écosse, et prévoit l'ouverture de deux nouveaux magasins emblématiques à Toronto en 2025, portant le total à 19 succursales. Son chiffre d'affaires actuel dépasse les 650 millions de dollars canadiens, et l'entreprise anticipe une augmentation de 15 % suite à son expansion à Toronto.

Pourquoi choisir Simons comme distributeur ?

- Son positionnement correspond aux valeurs de JOTT, en proposant des articles alliant style et technicité.
- Son réseau de magasins et son site e-commerce permettent une large distribution à travers le Québec.
- Sa clientèle est composée de consommateurs attentifs à la mode et à la performance des vêtements, ce qui correspond parfaitement au produit proposé.

Les avantages pour Simons

- Proposer en exclusivité une marque européenne haut de gamme, encore peu présente en Amérique du Nord.
- Attirer une nouvelle clientèle à la recherche d'une alternative aux marques locales comme Canada Goose ou The North Face.
- Bénéficier d'un accompagnement marketing pour assurer un lancement réussi, avec des vitrines dédiées et des campagnes sur les réseaux sociaux.

Pourquoi ce partenariat est stratégique ?

Simons a l'habitude de travailler avec des marques de renom et de proposer des collections exclusives. En intégrant JOTT à son offre, elle renforcerait son image de distributeur premium et mode, tout en proposant à ses clients une nouvelle option pour affronter l'hiver québécois avec style et efficacité.

4. Analyse de l'impact culturel sur la négociation

Les spécificités culturelles du Québec

Le Québec possède une culture d'affaires mêlant influences nord-américaines et européennes. Cette double influence se traduit par une approche des négociations à la fois professionnelle et détendue. Les échanges sont souvent directs, mais ils restent empreints de courtoisie et de convivialité. Une attitude trop rigide ou trop agressive peut être mal perçue, tandis qu'une approche ouverte et adaptable est généralement appréciée.

La communication et le relationnel

Les relations commerciales au Québec reposent sur la confiance et l'authenticité. Il est courant de commencer une discussion par un échange informel afin d'établir une relation avant d'entrer dans les détails techniques. La transparence et l'écoute sont essentielles pour instaurer une dynamique positive. Une présentation claire, appuyée par des arguments concrets, permet de gagner la confiance de l'interlocuteur et de renforcer l'impact de la négociation.

L'importance du rapport qualité-prix

Les consommateurs québécois recherchent des produits fiables et bien conçus, notamment en matière de vêtements d'hiver. Ils sont sensibles aux marques qui proposent un bon équilibre entre performance et accessibilité. Pour convaincre un distributeur comme Simons, il est essentiel de démontrer que la doudoune JOTT offre une réelle valeur ajoutée, tant en termes de qualité des matériaux que de confort thermique et de polyvalence. Un prix justifié par des arguments concrets sera plus facilement accepté.

Les attentes en matière de partenariat

Les entreprises québécoises privilégient les collaborations solides et durables. Un distributeur comme Simons s'attend à un accompagnement complet de la part de JOTT, incluant un support marketing efficace et une bonne gestion des stocks. Un engagement sur la mise en avant du produit et sur la réactivité des réassorts peut être un facteur clé pour réussir l'implantation de la marque sur le marché québécois.

5. Réalisation du SONCASE

Sécurité

Les consommateurs québécois recherchent des vêtements d'hiver capables de les protéger efficacement du froid extrême. La doudoune JOTT Grand Froid Prestige est conçue avec un garnissage en plume et duvet naturel, garantissant une isolation thermique jusqu'à -12°C. Sa conception légère mais performante assure une protection optimale sans encombrer les mouvements, ce qui renforce la confiance des clients dans le produit.

Orgueil

Simons, en tant que distributeur de référence au Québec, a tout intérêt à proposer des produits exclusifs et tendances pour renforcer son image de marque. Intégrer JOTT dans ses collections permettrait d'ajouter une touche européenne haut de gamme à son offre et de se distinguer des autres enseignes proposant des vêtements d'hiver plus classiques.

Nouveauté

La doudoune JOTT offre un positionnement innovant sur le marché québécois. Son design moderne, disponible en plusieurs styles et longueurs, permet de répondre aux différentes attentes des consommateurs. Contrairement aux marques locales, qui misent souvent sur des coupes traditionnelles, JOTT apporte une approche plus dynamique et contemporaine, séduisant ainsi une clientèle en quête de renouveau.

Confort

La légèreté du produit est un atout majeur. Contrairement aux manteaux d'hiver souvent volumineux, la doudoune JOTT combine chaleur et facilité de port. Sa conception ergonomique et ses différentes options (capuche, coupe longue, modèle réversible) s'adaptent aux besoins du quotidien, offrant une alternative pratique et stylée aux Québécois.

Argent

Les consommateurs sont attentifs au rapport qualité-prix. La doudoune JOTT se positionne comme une alternative plus accessible aux marques ultra-premium comme Canada Goose,

tout en garantissant une haute performance thermique. Pour Simons, proposer un produit offrant un bon équilibre entre coût et qualité permettrait d'attirer une clientèle recherchant une protection efficace contre le froid sans dépenser des sommes excessives.

Sympathie

JOTT mise sur des valeurs de proximité et de collaboration avec ses partenaires. En accompagnant Simons dans le lancement du produit par un support marketing ciblé et des événements en magasin, la marque montre son engagement à établir une relation durable et bénéfique pour les deux parties. Cette approche renforce la confiance et crée un partenariat gagnant-gagnant.

Environnement

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux engagements écologiques des marques. JOTT intègre des matériaux de haute qualité tout en réduisant son impact environnemental grâce à des pratiques plus responsables dans la production de ses doudounes. Le garnissage en duvet naturel, issu de filières contrôlées, et l'utilisation de tissus recyclés sur certaines gammes permettent de répondre aux attentes des clients soucieux de l'écologie. En proposant une alternative durable aux doudounes synthétiques, JOTT s'adapte aux nouvelles exigences du marché québécois.

6.Devis suite à l'offre pertinente définie

Le DEVIS

N° 0012345 - 02/01/2024

JOTT

123-456-7890

hello@reallygreatsite.com

123 Anywhere St., Any City



SIMONS

Andrea Sanchez

hello@reallygreatsite.com

Simons Inc., Québec, Canada

PRODUIT	QUANTITÉ	PRIX UNITAIRE (CAD)	TOTAL (CAD)
Doudoune Grand Froid Prestige	1000 unités	250 \$	250 000 \$
Frais de transport (Québec)			5 000 \$
HT totale			255 000 \$
TVA (5%)			12 750 \$
TTC total			267 750 \$

📍 Conditions commerciales :

TOTAL.	267 750 \$
---------------	-------------------

- Délais de livraison : 3 semaines après validation de la commande.
- Conditions de paiement : 50% à la commande, 50% à la réception.
- Offre promotionnelle : Réduction de 5% sur la prochaine commande si les ventes dépassent les attentes.

Signature suivie de la mention
"Lu et approuvé, bon pour accord" :

Merci
POUR VOTRE CONFIANCE

7. Facture suite à l'accord du client

La
FACTURE

N° 0012345 - 02/02/2025

JOTT
123-456-7890
hello@reallygreatsite.com
123 Anywhere St., Any City



SIMONS
Andrea Sanchez
hello@reallygreatsite.com
Simons Inc., Québec, Canada

PRODUIT	QUANTITÉ	PRIX UNITAIRE (CAD)	TOTAL (CAD)
Doudoune Grand Froid Prestige	1000 unités	250 \$	250 000 \$
Frais de transport (Québec)			5 000 \$
HT totale			255 000 \$
TVA (5%)			12 750 \$
TTC total			267 750 \$

Modalités de paiement :

- Montant versé à la commande : 133 875 \$
- Montant restant à payer : 133 875 \$ (à réception de la marchandise)

Conditions générales :

- Livraison sous 3 semaines.
- Garantie qualité sur 12 mois.
- Support marketing offert pour le lancement en magasin et sur les réseaux sociaux.

TOTAL. 267 750 \$

Signature suivie de la mention
"Lu et approuvé, bon pour accord" :

Merci
POUR VOTRE CONFIANCE