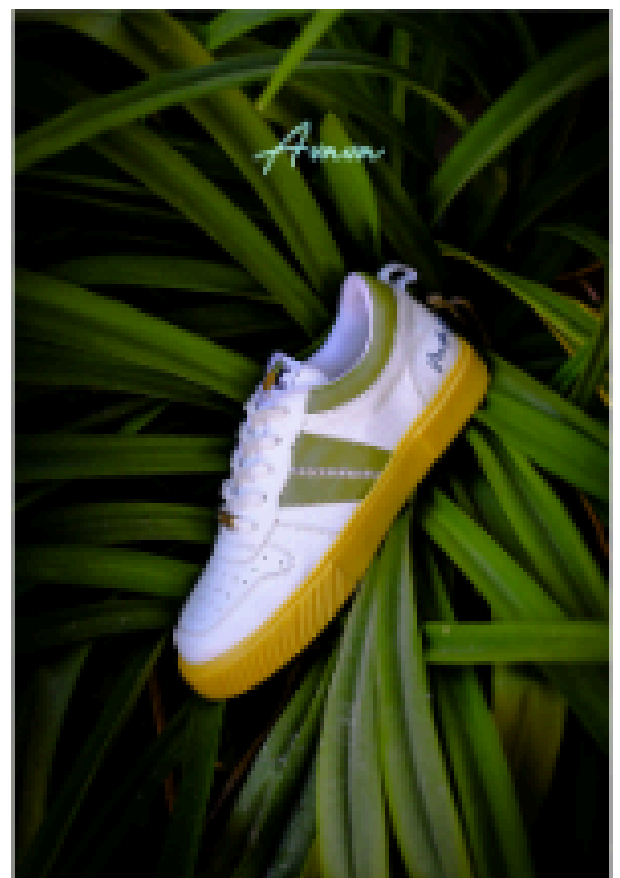


SAE

MARKETING

Les Sneakers

ANIS Menasria
AMAYA Rousseau
PAULINE Laouillé



2023

Table des matières

Sommaire des tableaux.....	3
Introduction.....	4
Partie I : L'environnement des sneakers.....	5
A) L'environnement politique :	5
B) L'environnement économique :	5
C) L'environnement socio-culturel :	5
D) L'environnement technologie :	5
E) L'environnement écologique :	5
F) L'environnement légal :	5
Partie II : Le marché des sneakers.....	6
A) La demande.....	6
B) L'offre.....	10
C) Synthèse et conclusion.....	10
Partie III : Le changement climatique.....	11
A) Situation actuelle.....	11
B) L'impact des sneakers.....	13
C) Les pratiques mise en place par les entreprises.....	14

Sommaire des tableaux

Tableaux 1: Marché mondial	P12
Tableaux 2: Segment de marché	P13
Tableau 3: Marché français	P13
Tableau 4: Marché français et segment de marché	P14
Tableau 5: Critères de choix des consommateurs	P17
Tableau 6: Fiche d'identité	P20-21-22
Tableau 7: Position concurrentielle	P22
Tableau 8 : Forces et faiblesses	P23
Tableau 9: L'axe de positionnement	P23
Tableau 10: Carte perceptuelle	P24

Sommaire de la bibliographie

Sources partie I	P33
Sources partie II	P33
Sources partie III	P33

Introduction

Avec 91 milliards d'euros de ventes dans le monde en 2021, la basket est devenue un phénomène de société transcendant les générations, à la fois un objet de convoitise et un marqueur identitaire, la sneakers est devenue un véritable marqueur d'appartenance. Au cœur de l'univers mouvant de la mode, les sneakers s'affirment comme des empreintes culturelles, témoignant de la fusion entre l'expression individuelle et les tendances mondiales. Chaque pas dans l'industrie des sneakers résonne comme une exploration des frontières de la créativité, du commerce, et de la conscience environnementale. Dans ce contexte, plongeons au sein de ce marché dynamique où la rencontre entre le style et la durabilité redéfinit les normes de consommation.

Le marché des sneakers englobe l'ensemble des activités liées à la conception, à la fabrication, à la commercialisation et à la consommation de chaussures de sport décontractées, également appelées "sneakers" ou "baskets". C'est un secteur dynamique de l'industrie de la mode et du lifestyle, caractérisé par une forte influence de la culture streetwear et urbaine. Les sneakers ne se limitent plus simplement à leur fonction utilitaire, mais sont devenues des symboles de style, d'identité et d'expression personnelle. Ce marché est influencé par les tendances de la mode, les évolutions technologiques dans la conception des chaussures, les considérations environnementales croissantes et les préférences changeantes des consommateurs en matière de confort, de design et de durabilité. Les marques, les designers, les détaillants et les consommateurs contribuent tous à façonner l'écosystème diversifié et en constante évolution du marché des sneakers.

Nous nous demanderons comment concilier les enjeux environnementaux, les dynamiques du marché des sneakers, et les impératifs du changement climatique pour assurer la durabilité et la compétitivité des entreprises dans cette industrie en constante évolution?

L'étude du marché des sneakers présente un intérêt majeur. Elle permet de comprendre les tendances de consommation, d'analyser la concurrence et les stratégies de positionnement des marques, de suivre les innovations technologiques, d'évaluer l'impact environnemental, et d'anticiper les défis liés aux changements climatiques. En somme, cette analyse offre des informations cruciales pour les entreprises cherchant à rester compétitives et à s'adapter aux attentes changeantes des consommateurs.

Cette étude se déploie en trois grandes parties. Tout d'abord, nous plongerons dans l'environnement macroéconomique du marché des sneakers, en utilisant l'outil PESTEL pour dévoiler les forces politiques, économiques, sociales, technologiques, environnementales et légales à l'œuvre. Ensuite, nous examinerons en détail le marché lui-même, analysant la demande et l'offre à travers des critères tels que l'attractivité, les évolutions globales, et les dynamiques concurrentielles. Enfin, la troisième partie se concentrera sur le marché des sneakers face au défi du changement climatique, mettant en lumière son empreinte carbone, les initiatives écologiques en cours, et les innovations qui façonnent l'avenir de cette industrie. À travers cette exploration, nous chercherons à répondre à notre problématique tout en fournissant des perspectives cruciales pour une vision future de l'industrie des sneakers.

Partie I : L'environnement des sneakers

Au fil des dernières années, le marché des sneakers a connu une croissance remarquable, alimentée par l'intérêt croissant des consommateurs pour la mode et la culture urbaine. Face à cette dynamique, il devient essentiel de décortiquer les différentes forces qui influencent son évolution. L'analyse PESTEL s'avère être un outil particulièrement pertinent, permettant d'examiner en détail les aspects politiques, économiques, socioculturels, technologiques, écologiques et légaux.

A) L'environnement politique :

Dans un premier temps, les éléments politiques jouent un rôle essentiel dans l'industrie des sneakers, exerçant une influence sur le contexte opérationnel des entreprises. Ces aspects peuvent générer des occasions stratégiques tout comme ils peuvent engendrer des menaces significatives. Premièrement, les politiques commerciales et douanières peuvent être à la fois des opportunités et des menaces.

Les accords commerciaux internationaux favorables peuvent stimuler les importations et les exportations de sneakers, ou au contraire, des mesures protectionnistes peuvent entraver ces échanges, impactant ainsi la production et la distribution des marques de sneakers. Les accords commerciaux internationaux sont un peu comme des règles à suivre que les pays mettent en place lorsqu'ils échangent des produits. Si ces règles favorisent les affaires, cela peut encourager davantage d'échanges de sneakers entre les pays. En revanche, si certains pays décident de mettre en place des règles pour protéger davantage leurs propres produits, cela peut compliquer l'achat et la vente de sneakers entre eux. Ces mesures protectionnistes

peuvent alors avoir un impact sur la façon dont les entreprises produisent et distribuent leurs sneakers à l'échelle mondiale.

De plus, les politiques fiscales jouent un rôle décisif dans l'industrie des sneakers. D'une part, elles peuvent être des opportunités en stimulant la demande pour les produits haut de gamme grâce à des taxes spéciales sur le luxe. D'autre part, ces politiques représentent des menaces si elles entraînent une hausse des coûts pour les entreprises, impactant les prix des sneakers et pouvant dissuader les consommateurs.

Enfin, les lois du travail et les réglementations sur l'emploi en France exercent une influence directe sur la production et la distribution des sneakers. Les principales implications incluent la durée légale du travail, les normes de sécurité, les salaires minimums, les avantages sociaux, les relations industrielles, les politiques d'immigration et la stabilité politique. Des restrictions strictes peuvent affecter les horaires de production, des normes élevées de sécurité peuvent entraîner des coûts supplémentaires, des salaires et avantages sociaux plus élevés peuvent influencer les coûts de main-d'œuvre, et des tensions dans les relations industrielles peuvent perturber la production. De plus, les politiques d'immigration et la stabilité politique générale jouent un rôle dans la disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée et la confiance des investisseurs, respectivement. Les entreprises doivent surveiller ces facteurs pour prendre des décisions stratégiques et maintenir leur compétitivité sur le marché des sneakers en France.

L'analyse PESTEL dans le contexte politique pour un magasin de chaussures explore les impacts des politiques gouvernementales et des réglementations sur les opérations du magasin. Les opportunités peuvent découler d'accords commerciaux avantageux, de politiques fiscales stimulantes, et de régulations du travail favorables. Cependant, les menaces résident dans les obstacles douaniers, les changements fréquents des lois fiscales et de fabrication, ainsi que les tensions politiques internationales pouvant compliquer les processus liés aux douanes et entraver les importations et exportations. Par exemple, la situation des États-Unis, le pays d'origine de Nike, illustre comment des politiques de croissance avantageuses peuvent être une opportunité, mais des conflits politiques peuvent également créer des menaces, soulignant ainsi l'importance d'une adaptation stratégique aux environnements politiques changeants.

Examinons maintenant comment les conditions économiques façonnent le marché des sneakers.

B) L'environnement économique :

Un environnement économique favorable, caractérisé par une croissance solide du PIB, peut stimuler la demande de sneakers. Les périodes d'expansion économique créent des opportunités pour les entreprises du secteur en dynamisant le marché et en encourageant la consommation. En revanche, en période de déclin, la demande pourrait diminuer, représentant ainsi une menace potentielle pour le marché des sneakers.

Le revenu disponible des consommateurs influence directement leur pouvoir d'achat et leur disposition à dépenser pour des sneakers. Un niveau de revenu élevé peut constituer une opportunité, car les consommateurs disposent de ressources pour investir dans des produits de qualité. À l'inverse, une baisse des revenus pourrait représenter une menace pour le marché des sneakers en limitant la capacité d'achat des consommateurs.

Les tendances de consommation, telles que l'essor du streetwear et de la mode urbaine, influent directement sur la demande de sneakers. Si ces tendances s'alignent avec les produits proposés par les entreprises du marché, elles peuvent créer des opportunités de croissance. Cependant, des changements dans les préférences des consommateurs pourraient également constituer une menace pour les entreprises qui ne parviennent pas à s'adapter rapidement.

L'évolution du pouvoir d'achat des consommateurs est un élément clé pour le marché des sneakers. Une croissance économique favorable entraîne généralement une hausse de la demande pour ces produits, créant ainsi des opportunités pour les entreprises. À l'inverse, en période de déclin, les consommateurs ont tendance à réduire leurs dépenses non essentielles, ce qui pourrait impacter négativement le secteur, représentant ainsi une menace.

Les variations des taux de change et des taux d'intérêt sont des facteurs à prendre en compte. Des fluctuations importantes peuvent affecter les coûts de production et de distribution des sneakers, ainsi que leur prix final pour le consommateur. Ces éléments représentent des menaces potentielles en créant des incertitudes et en influençant la rentabilité des entreprises du marché des sneakers.

Dans le cadre de l'analyse PESTEL pour un magasin de chaussures, le "E" économique englobe les facteurs macro-économiques tels que les taux d'intérêt, l'inflation et le taux de

change, offrant ainsi des perspectives importantes pour comprendre les tendances du marché et prendre des décisions stratégiques.

Par exemple, un crash boursier soudain, comme une récession économique, peut créer un impact négatif sur l'entreprise du marché des sneakers. Une réduction du pouvoir d'achat des consommateurs peut mettre en péril la survie de l'entreprise, représentant ainsi une menace. Par exemple, la dépendance passée de Nike au marché nord-américain en raison du faible coût de la main-d'œuvre a conduit à une hausse des prix, constituant une menace. Cependant, la possibilité de cibler de nouveaux marchés émergents offre à Nike une opportunité de diversification et d'optimisation de sa part de marché.

Après avoir exploré les influences économiques, il est crucial d'examiner la dimension socioculturelle. Les préférences des consommateurs, les tendances de mode et les influences culturelles jouent un rôle central dans la demande pour les sneakers, ouvrant ainsi des opportunités pour l'innovation et la différenciation.

C) L'environnement socio-culturel :

Les préférences des consommateurs en matière de mode, de style de vie et de culture exercent une influence majeure sur la demande de sneakers. La culture urbaine et l'engouement pour le sportswear ont considérablement contribué au succès des sneakers. Les collaborations entre marques et personnalités influentes renforcent cette tendance. Cette influence socioculturelle crée des opportunités pour les entreprises qui parviennent à anticiper et à suivre ces tendances, mais peut également constituer une menace si elles échouent à s'aligner avec les goûts changeants des consommateurs.

Les collaborations avec des célébrités et l'influence des médias sociaux jouent un rôle essentiel dans la popularité et la demande des sneakers. Cette dynamique sociale offre des opportunités significatives, car les partenariats avec des personnalités renommées peuvent accroître la visibilité des marques et stimuler la demande. Cependant, la dépendance excessive à ces influences peut également constituer une menace, car les tendances peuvent être éphémères, et une perte de popularité des célébrités peut impacter négativement la demande.

La sensibilité croissante des consommateurs aux enjeux environnementaux influence leurs choix d'achat de sneakers durables et éco-responsables. Cette préoccupation socioculturelle

crée des opportunités pour les entreprises qui adoptent des pratiques durables, en répondant à la demande croissante pour des produits respectueux de l'environnement. Cependant, ne pas répondre à ces attentes peut représenter une menace, car les consommateurs sont de plus en plus enclins à soutenir des marques engagées dans des pratiques durables.

Le marché des sneakers est marqué par une forte communauté d'aficionados, engagée sur les réseaux sociaux et participant à des événements spécialisés. Cette dimension sociale influence directement la demande et la perception des produits. Les entreprises peuvent tirer parti de cette communauté en créant des opportunités pour des collaborations exclusives ou des événements spéciaux. Cependant, négliger cette dimension sociale peut devenir une menace, car une mauvaise réception au sein de la communauté peut nuire à la réputation d'une marque.

Dans le cadre de l'analyse PESTEL pour un magasin de chaussures, le volet 'Sociologique' explore les tendances sociales et culturelles qui façonnent le marché des chaussures. Il s'agit d'identifier les opportunités que ces tendances offrent et de reconnaître les menaces qui pourraient découler d'une non-conformité aux évolutions socioculturelles. Par exemple, le maintien d'une excellente réputation sociale est une opportunité, tandis que l'ignorer pourrait devenir une menace pour se démarquer de la concurrence.

Passant des influences socioculturelles, nous plongeons dans le domaine technologique. Les avancées technologiques, tant dans la fabrication des sneakers que dans les canaux de distribution, créent des opportunités majeures, tout en présentant des défis liés à l'adoption rapide de nouvelles technologies.

D) L'environnement technologique :

Les avancées technologiques dans la fabrication des sneakers, telles que l'utilisation de matériaux durables, de techniques de fabrication avancées et de personnalisation, sont des opportunités majeures pour les marques. L'innovation continue permet d'améliorer le confort, la performance et la durabilité des produits, renforçant ainsi la compétitivité. Cependant, la non-adoption de ces innovations peut constituer une menace, car les consommateurs peuvent privilégier des marques offrant des fonctionnalités et des matériaux de pointe.

Les progrès technologiques dans le commerce en ligne, les applications mobiles et les outils d'expérience client représentent à la fois des opportunités et des menaces. Le développement du e-commerce a facilité l'accès mondial aux sneakers, offrant une opportunité majeure pour

toucher un public étendu. Les marques doivent adapter leur stratégie de distribution et renforcer leur présence en ligne pour rester compétitives. Cependant, la dépendance excessive au commerce en ligne peut également devenir une menace, surtout si les plateformes sont vulnérables aux cyberattaques ou si les consommateurs préfèrent l'expérience en magasin.

Dans le cadre de l'analyse PESTEL, la composante 'Technologique' explore l'impact des nouvelles technologies sur le magasin de chaussures. Les opportunités résident dans l'adoption de technologies innovantes, comme l'introduction de nouveaux matériaux et procédés de fabrication. Cependant, la non-adaptation aux progrès technologiques peut présenter des menaces, notamment face à la concurrence et aux attentes changeantes des consommateurs. L'exemple de Nike démontre l'opportunité qu'offre l'utilisation de la technologie dans la fabrication et la promotion des produits, tout en soulignant la menace potentielle des innovations concurrentes et la nécessité d'une présence en ligne renforcée face à des perturbations comme la pandémie Covid-19.

E) L'environnement écologique :

Les préoccupations croissantes concernant l'impact environnemental des produits créent des opportunités et des menaces. Les marques axées sur la durabilité peuvent capitaliser sur la demande croissante de sneakers respectueuses de l'environnement, offrant ainsi une opportunité de différenciation sur le marché. Cependant, les entreprises qui ne s'engagent pas dans des pratiques écoresponsables encourent la menace de perdre des parts de marché face à une clientèle de plus en plus consciente de l'impact environnemental.

Les politiques de gestion des déchets et les initiatives de recyclage représentent une opportunité pour les marques. En adoptant des pratiques de production et d'élimination des sneakers respectueuses de l'environnement, les entreprises peuvent répondre aux attentes des consommateurs et renforcer leur image de marque. Cependant, la non-conformité à ces normes environnementales peut devenir une menace, entraînant des sanctions réglementaires et une détérioration de la réputation de la marque.

L'analyse PESTEL intègre la dimension 'Environnemental' pour évaluer les risques et les opportunités liés aux facteurs environnementaux. La prise en compte des préoccupations environnementales, telles que l'utilisation de matériaux recyclés, renforce la responsabilité des entreprises. Dans cet exemple, Nike illustre comment une entreprise peut transformer les défis environnementaux en opportunités, en adoptant des pratiques durables et en s'engageant à

utiliser des énergies renouvelables d'ici 2025. La traçabilité et la faible empreinte environnementale deviennent des atouts stratégiques, reflétant une évolution positive et répondant aux attentes grandissantes des consommateurs en matière de durabilité.

F) L'environnement légal :

Les lois sur la propriété intellectuelle créent à la fois des opportunités et des menaces. D'un côté, elles offrent l'opportunité de protéger les droits des marques de sneakers, garantissant ainsi l'originalité des designs et la préservation de la réputation. D'un autre côté, le non-respect de ces lois peut constituer une menace, exposant les entreprises à des litiges coûteux et à des pertes de droits de propriété intellectuelle.

Les normes de sécurité et de conformité représentent à la fois des opportunités et des menaces. En se conformant à ces normes, les entreprises peuvent rassurer les consommateurs sur la qualité et la sécurité de leurs produits, renforçant ainsi leur réputation. Cependant, le non-respect de ces normes peut entraîner des sanctions légales et des conséquences néfastes pour l'image de la marque, constituant ainsi une menace.

La dimension 'Légal' de l'analyse PESTEL explore les lois et réglementations applicables au magasin de chaussures, englobant les aspects juridiques nationaux et internationaux. Les entreprises du secteur des sneakers doivent se conformer à des réglementations complexes, notamment en matière de propriété intellectuelle, de normes de sécurité et de respect des droits d'auteur. La lutte contre la contrefaçon, en particulier, constitue un enjeu majeur. Nike, en tant que grande entreprise, a été impliquée dans des actions en justice visant à protéger sa réputation et à faire respecter ses droits de propriété intellectuelle. Cependant, elle a également fait face à des conséquences juridiques liées à des pratiques marketing controversées. Ces exemples soulignent l'importance cruciale de la conformité légale dans le secteur des sneakers et les défis potentiels auxquels les entreprises peuvent être confrontées.

En conclusion, le marché dynamique des sneakers est le reflet d'une interconnexion complexe entre les sphères politique, économique, socioculturelle, technologique, environnementale et légale. Les opportunités abondent pour les entreprises qui savent anticiper les tendances, innover technologiquement et adopter des pratiques durables. Cependant, les menaces persistent pour celles qui négligent l'adaptation aux changements politiques, économiques et socioculturels, ainsi que pour celles qui ne respectent pas les normes environnementales et

légales. En somme, la clé du succès dans l'industrie des sneakers réside dans la capacité des entreprises à rester agiles, responsables et en phase avec l'évolution constante du marché.

Partie II : Le marché des sneakers

A) La demande

Segment géographique	Marché en volume	Marché en valeur	Croissance du marché
Monde	23,5 milliards (2017)	91,66 milliards \$ (2021)	+45,6% valeur (2017-2021)
UE (Pays importateurs)	NC	16,40 milliards \$ (2023)	+5% en valeurs par an (2023-2027) 248,30 millions en volume d'ici 2027
Amérique (pays importateurs)	NC	29,39 milliards \$ (2023)	+4,46% en valeurs par an (2023-2027) 550 millions en volume d'ici 2027
Asie (pays producteur)	NC	27,18 milliards \$ (2023)	+6,35% par an (2023-2027) 540 millions en volume d'ici 2027

- Le marché mondial a connu une croissance significative de 2017 à 2021 avec une augmentation spectaculaire de la valeur.
- Les segments géographiques tels que l'UE, l'Amérique et l'Asie montrent tous une tendance à la croissance, avec des projections positives à l'avenir.
- L'Asie se distingue par la croissance la plus élevée en valeur sur la période de 2023 à 2027.
- Une projection de volume importante pour les sneakers d'ici 2027.

Segment produits	Marché en volume	Marché en valeur	Croissance du marché	Potentiel de croissance
Sneakers de performance	NC	65,61 milliards \$ (2021)	+4,19% (2020-2021)	+62,47% en valeurs (2021-2027)
Sneakers de mode/luxe	NC	19 milliards \$ (2019)	+20% (2009-2015)	NC

- Une croissance mondiale significative avec une augmentation de 45,6% en valeur.
- Les segments géographiques montrent tous des perspectives positives de croissances, indiquant un intérêt mondial pour les sneakers.
- Une croissance exceptionnelle en Asie avec 6,35% par an entre 2023 et 2027.
- Une diversité des segments de marché avec les sneakers de performance et ceux de mode/luxe qui offre une diversité qui peut attirer différents types de consommateurs.
- Un potentiel de croissance élevé pour les sneakers de performance avec une augmentation projetée de 62,47% en valeur entre 2021 et 2027.

En résumé, le marché des sneakers est attractif en raison de sa croissance mondiale soutenue, de la diversité des segments, de perspectives positives dans toutes les régions, en particulier en Asie, et d'une demande croissante pour les sneakers de performance.

Marché français	
Marché en volume	415 millions (par an)
Marché en valeur	9 Milliards (2021)
Croissance du marché	2.7 % (entre année 2019 et 2020)
Potentiel / projections de croissance	Croissance annuelle de 5,31% (entre 2023 et 2028)

Marché français et segments de marché					
Année	2018	2019	2020	2021	2022
Prix de vente moyen	99,88€	99,91€	99,99€	100,68€	101,89€
Consommation de sneakers en tonnes	112 050	112 050	112 050	112 050	112 050
Sneakers de performance en tonnes/PDM du segment	59 130 52,77%	59 130 52,77%	59 130 52,77%	59 130 52,77%	59 130 52,77%
Sneakers de mode en tonnes/PDM du segment	52 920 47,22%	52 920 47,22%	52 920 47,22%	52 920 47,22%	52 920 47,22%

415 000 * 0,27 / 219 000 * 0,27 / 196 000 * 0,27

Le marché français des sneakers est attractif avec une taille significative, une croissance prévue et une augmentation des prix de vente moyens. Les segments de performance et de mode montrent une stabilité encourageante, avec des parts de marché constantes et des consommations annuelles régulières. La tendance à la hausse des prix indique une acceptation du marché pour des produits de qualité, renforçant le potentiel attractif du marché français des sneakers.

Les motivations sont l'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles et psychologiques, qui poussent l'individu à l'action:

- Style et tendances : Les consommateurs sont motivés par la recherche de sneakers qui correspondent aux dernières tendances de la mode. Ils veulent être à la pointe de la mode et exprimer leur style personnel à travers leurs chaussures.
- Confort et fonctionnalité : Le confort est une motivation clé pour de nombreux consommateurs. Ils recherchent des sneakers qui offrent un bon amorti, un soutien adéquat et une respirabilité pour un port confortable tout au long de la journée.
- Les sneakers conçues spécifiquement pour des activités sportives peuvent également attirer les consommateurs qui cherchent à améliorer leurs performances.

- Expression de l'identité et de la personnalité : Les sneakers sont souvent considérées comme un moyen de s'exprimer et de montrer son identité. Les consommateurs choisissent des modèles, des couleurs et des marques qui reflètent leurs goûts, leurs intérêts et leur individualité.
- Statut et reconnaissance de marque : Pour certains consommateurs, posséder des sneakers de marques renommées ou des modèles exclusifs est un symbole de statut et de prestige. La reconnaissance de marque et l'association à des valeurs ou des styles de vie spécifiques peuvent être une motivation importante.
- Collaboration et édition limitée : Les collaborations entre marques de sneakers, designers et célébrités suscitent souvent un fort engouement. Les consommateurs sont motivés par l'opportunité d'acquérir des modèles exclusifs et uniques qui résultent de ces partenariats.

Les freins en marketing sont les pulsions négatives qui poussent l'individu à ne pas agir:

- Prix élevés : Les sneakers de certaines marques haut de gamme peuvent avoir des prix élevés, ce qui peut constituer un frein pour certains consommateurs. Ils peuvent hésiter à investir une somme importante dans une paire de sneakers, en particulier s'ils considèrent cela comme un achat non essentiel.
- Disponibilité limitée : Certains modèles de sneakers populaires peuvent être en rupture de stock rapidement, ce qui peut créer une frustration pour les consommateurs. Lorsqu'un modèle souhaité n'est pas disponible, cela peut les décourager ou les pousser à se tourner vers d'autres options.
- Influence de la contrefaçon : La présence de contrefaçons sur le marché peut être un frein pour les consommateurs soucieux de l'authenticité et de la qualité des produits. La méfiance à l'égard des contrefaçons peut amener certains consommateurs à être plus prudents lors de leurs achats de sneakers.
- Durabilité et responsabilité sociale : Les préoccupations liées à la durabilité et à la responsabilité sociale peuvent influencer certains consommateurs à reconsidérer leurs choix de sneakers. Ils peuvent préférer des marques qui adoptent des pratiques de production plus durables et utilisent des matériaux écologiques.
- Saturation du marché : Avec l'abondance de marques et de modèles disponibles sur le marché, certains consommateurs peuvent se sentir submergés par le choix. Cela peut rendre la décision d'achat plus difficile et peut également entraîner une certaine lassitude ou indécision.

Processus de décision:

ÉTAPE 1 : Identification du Besoin – Le consommateur identifie un besoin ou un problème qui pourrait être résolu par l'acquisition d'un produit ou d'un service, par exemple, un coureur recherchant des chaussures de course. Ce besoin peut émerger de facteurs internes, comme la pratique de la course, ou de stimuli externes, tels qu'une publicité.

ÉTAPE 2 : Recherche d'Information – Le consommateur collecte des informations sur les produits ou services susceptibles de répondre à son besoin. Il peut effectuer des recherches en ligne, consulter des critiques, recueillir des avis de bouche-à-oreille ou encore visiter des magasins physiques.

ÉTAPE 3 : Évaluation des Alternatives – Après avoir rassemblé les informations nécessaires, l'acheteur évalue les différentes alternatives qui s'offrent à lui. Il compare les avantages, caractéristiques, prix, et d'autres critères pertinents.

ÉTAPE 4 : Décision d'Achat – L'acheteur prend la décision d'acheter un produit ou service spécifique. Des éléments tels que les promotions, les recommandations de proches, ou la réputation de la marque peuvent influencer cette décision.

ÉTAPE 5 : Achat – L'acheteur concrétise son choix en effectuant l'achat, que ce soit en ligne ou en magasin.

ÉTAPE 6 : Évaluation Post-Achat – Après l'achat, le consommateur évalue sa décision et sa satisfaction par rapport à l'expérience d'achat. Cette évaluation post-achat peut influencer la probabilité que le consommateur choisisse à nouveau la même marque ou la recommande à d'autres.

Achat impliquant:

Croyance



Attitude



comportement

Un achat impliquant peut être défini comme un type d'achat pour lequel le consommateur perçoit un risque particulier nécessitant une recherche d'information, une réflexion ou des assurances particulières. Le risque perçu peut être financier, lié à l'usage du produit ou à l'image de l'individu.

Critères de choix des consommateurs	
Sneakers de performances (Chaussures conçues pour répondre aux besoins spécifiques des athlètes et des passionnés de sports)	<ul style="list-style-type: none">- Performances: les consommateurs recherchent des chaussures offrant soutien, amortie, stabilité, ainsi que d'autres critères spécifiques propres à l'activité sportive envisagée.- Technologie de pointe: l'intégration de technologies avancées, telles que l'utilisation de matériaux légers et respirants, peut influencer la décision des consommateurs à l'égard d'un produit.
Sneakers de mode (Chaussures plus centrées sur le styles que les performances athlétiques)	<ul style="list-style-type: none">- Confort au quotidien : Une caractéristique essentielle qui intègre des technologies de confort tout en mettant l'accent sur le style.- Tendances de la mode : Le style est influencé par les tendances actuelles de la mode, notamment le streetwear, un style émergent qui évolue rapidement.- Collaboration / Éditions limitées : Le style est fréquemment inspiré par des artistes, des designers de mode, des célébrités, etc. Cela se reflète souvent dans des éditions limitées, apportant une dimension exclusive au produit.

Il convient de souligner que ces critères ne sont pas nécessairement limités à un seul segment, et les consommateurs peuvent fréquemment être impactés par les tendances du marché, en plus de leurs propres préférences individuelles.

Segmentation démographique:

- Les marques ciblent différents groupes d'âge, de sexe et basent également leur segmentation sur le statut financier de leur client cible.

Segmentation géographique:

- Les marques adaptent leurs produits en fonction des régions et des pays.

Segmentation comportementale:

- Les marques prennent en compte le comportement d'achat des consommateurs.

Segmentation par produit:

- Les marques proposent une variété de modèles (sportifs, mode, haut de gamme) pour toucher différents segments de clientèle

Segmentation psychographique:

- Les marques prennent en compte le mode de vie des consommateurs, leurs activités et leurs intérêts.

Les critères influençant le choix des sneakers peuvent diverger en fonction des préférences individuelles, mais également en tenant compte de divers facteurs, tels que :

- L'aspect esthétique
- Le niveau de confort
- La qualité des matériaux utilisés
- La coupe du modèle
- La taille appropriée
- Les finitions
- Le prix

Ces éléments jouent un rôle crucial pour aider les consommateurs à sélectionner une paire de sneakers qui satisfait non seulement leurs critères esthétiques, mais qui assure également un

confort et une durabilité adéquats. Il est essentiel de souligner que le choix final de l'acheteur dépendra de ses besoins spécifiques et de son style personnel.

Profil des consommateurs de sneakers:

Démographie:

- Principalement des jeunes adultes et adolescents.
- Forte représentation chez les urbains
- Tendance à travers différentes classes sociales.

Style de vie actif:

- Les consommateurs de sneakers sont souvent actifs physiquement, participant à des activités sportives ou de fitness.
- Les sneakers sont intégrés dans leur style de vie quotidien, offrant confort et polyvalence.

Tendance à suivre la mode:

- Sensibles aux tendances et aux influences de la mode
- Cherchent des modèles à la mode et des collaborations avec des marques renommés

Attachement à la marque:

- Forte loyauté envers certaines marques de sneakers.
- La notoriété de la marque et les collaborations influencent leurs choix d'achat.

Usage polyvalent:

- Utilisation des sneakers pour diverses occasions, de décontractés à sportives.
- Recherche de fonctionnalités de performance et de style.

Profil des non-consommateurs de sneakers:

Groupe d'âge différent:

- Les non-consommateurs peuvent appartenir à des groupes d'âge plus avancés, moins influencés par les tendances de la mode des jeunes.

Style de vie moins actif:

- Les non-consommateurs peuvent avoir un mode de vie moins axé sur l'activité physique ou le sport.

Préférences pour d'autres types de chaussures:

- Certains individus peuvent privilégier d'autres types de chaussures confortables sans nécessairement adopter des sneakers.

Budget et priorités différentes:

- Certains non-consommateurs peuvent ne pas considérer les sneakers comme une priorité dans leur budget, préférant investir dans d'autres articles.

Peu sensibles aux tendances de la mode:

- Moins enclins à suivre les tendances de la mode et moins influencés par les collaborations entre marques.

Préférence pour le confort différent:

- Les non-consommateurs peuvent privilégier d'autres types de chaussures confortables sans nécessairement adopter des sneakers

B) L'offre

Fiche d'identité					
Nom de marque	Nike	Adidas	New balance	Puma	Vans
Siège social	Beaverton, Oregon, États-Unis	Herzogenaurach, Allemagne	Boston, Massachusetts, États-Unis	Herzogenaurach, Allemagne	Costa Mesa, Californie, État-Unis
Forme Juridique	SA	SA	Société à capitaux privé	Société européenne	Filiale
Client	Les athlètes	Passionné de	Jeune	Jeune	Jeunes de

cible		sport	homme et femme, classe moyenne supérieure, Sportif pro et amateurs	homme et femme, classe moyenne supérieure, Sportif pro et amateurs	12 à 21, les psrn dans la culture de la rue, l'art et sport d'action
Chiffres d'affaires	34,35 milliards \$ (2017)	19,3 milliards €	4 milliards \$	4,14 milliards \$	520 millions \$ (2022)
Dates de création	1964	1949	1906	1948	1966
Mission	Apporter inspiration et innovation	Améliorer ses produits en se concentrant sur la passion pour le sport et un style de vie sportif	Conduire le changement dans les communautés mondiales avec un engagement durable pour prévenir l'obésité infantile et soutenir le succès futur des jeunes.	être la marque de sport la plus rapide au monde	fabriquer des chaussures qui ont du style et qui sont aussi polyvalentes que confortables

Marque	évolutions CA	PDM valeur	PDM volume
--------	---------------	------------	------------

Nike	29,67% (2017-2021)	48,96%	NC
Adidas	0,047% (2017-2021)	23,34%	NC
New balance	17,78% (2017-2021)	5,82%	NC
Puma	26,33% (2017-2021)	5,75%	NC
Vans	NC	NC	NC

Marque	Forces	Faiblesses
Nike	<ul style="list-style-type: none"> - Image de marque forte - Vaste gamme de produits - Marque durable 	<ul style="list-style-type: none"> - Pratiques de travail - Dépendance du marché américain - Contrôle de qualité réduit
Adidas	<ul style="list-style-type: none"> - Notoriété spontanée - Expérience - Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Faible diversification - Perception trop généraliste de la marque - Concurrence

New Balance	<ul style="list-style-type: none"> - Une marque hautement différencié - Une fabrication local aux états-unis - Une association avec les meilleurs joueurs 	<ul style="list-style-type: none"> - un coût exorbitants pour l'option de personnalisées - Une présence en marketing limités - Un coûts élevé en raison de la fabrication au états-unis
Puma	<ul style="list-style-type: none"> - Un partenariat de marque avec les athlètes sportifs célèbre - Une innovations persistance de ses produits 	<ul style="list-style-type: none"> - Une imitation de certain produit - faible niveau de diversification de produit - Concentration des fournisseurs en Asie
Vans	<ul style="list-style-type: none"> - Un segment de niche - Engagements forts avec les 	<ul style="list-style-type: none"> - Incapacité à pénétrer avec succès dans les marchés

	<p>clients</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une marque établie 	<p>émergents</p> <ul style="list-style-type: none"> - Image limité au sport extrême et à un jeune public - Manque de profondeur dans la gamme de produits
--	---------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Marque	Types de bénéfices offert	Axes de positionnement
Nike	<ul style="list-style-type: none"> - Innovations technologique comme l'amortie Air - Marketing avec athlètes renommés - Large gamme de produits 	<ul style="list-style-type: none"> - Une marque de choix pour les athlètes axées sur la performance
Adidas	<ul style="list-style-type: none"> - design innovant et ses collaborations avec des designers célèbres - Engagement dans le développement durable 	<ul style="list-style-type: none"> - Fusion de la mode et du sport
New Balance	<ul style="list-style-type: none"> - Confort et ajustement - fabrication locale - style classique intemporelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Confort et qualité
Puma	<ul style="list-style-type: none"> - Style et mode décontractés - Collaborations avec des célébrités pour des collections - Performance sportive 	<ul style="list-style-type: none"> - Fusion de la mode et du sport
Vans	<ul style="list-style-type: none"> - Culture skate et streetwear - Personnalisation - Durabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Style décontracté et alternatif



C) Synthèse et conclusion

Le marché mondial des sneakers a connu une croissance significative de 2017 à 2021, avec une augmentation de la valeur et des projections positives dans les segments géographiques tels que l'UE, l'Amérique et l'Asie. L'Asie affiche la croissance la plus élevée entre 2023 et 2027. Le marché français est attractif avec une taille significative, une croissance prévue et une hausse des prix moyens. Les motivations d'achat incluent le style, le confort, l'expression de l'identité, et le statut de la marque, mais des freins tels que les prix élevés et la disponibilité limitée peuvent influencer les décisions d'achat. Les grandes marques comme Nike, Adidas, New Balance, Puma, et Vans se positionnent avec des caractéristiques distinctes. En résumé, le marché mondial des sneakers est attractif en raison de sa croissance soutenue, de la diversité des segments, des motivations variées des consommateurs, et de l'offre variée des grandes marques.

L'impact des sneakers face au changement climatique

La situation climatique actuelle et son impact sur l'environnement

Les gaz à effet de serre jouent un rôle crucial pour maintenir la température de la Terre.

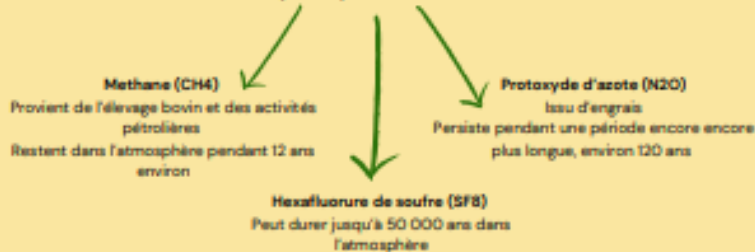
Les hommes ont beaucoup augmenté les gaz qui retiennent la chaleur dans l'air. On voit déjà les changements climatiques, donc il est crucial de s'engager et de prendre des mesures.

Mais pourquoi la Terre se réchauffe-t-elle ?

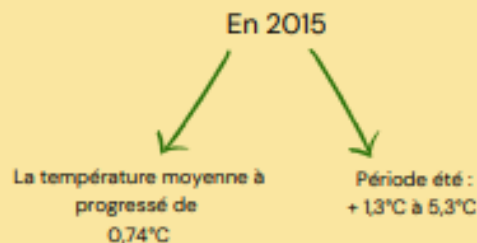
La Terre reçoit constamment l'énergie du soleil. Certains gaz absorbent une partie de cette énergie, tandis que le reste est renvoyé dans l'espace.



Les activités humaines, comme les émissions de dioxyde de carbone (CO₂), contribuent à l'effet de serre. Les émissions de CO₂ auront un impact durable sur l'atmosphère pendant des décennies.



Le GIEC est un groupe qui examine et évalue les informations sur le changement climatique mondial, ses conséquences et les stratégies d'adaptation.



Le niveau de la mer augmente, avec une accélération ces dernières décennies atteignant environ 3,2 mm par an de 1992 à 2010. Les équilibres écologiques sont perturbés par le changement climatique, entraînant des altérations dans le milieu physique, voire la disparition, d'organismes vivants. Cette perturbation affecte divers écosystèmes, provoquant une extinction estimée entre 20% et 30% des espèces végétales, avec des répercussions importantes sur les communautés humaines et leurs implantations.

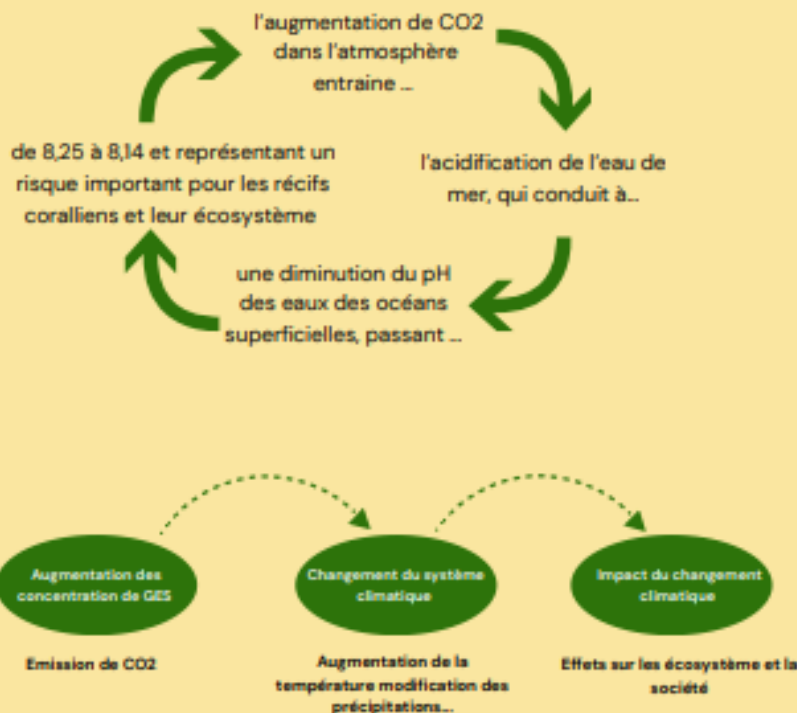
Le climat en évolution engendre des changements

- La fréquence
- L'intensité
- La répartition géographique
- La durée des événements météorologiques extrêmes



Conséquences : inondation dans les zones côtières, voire entrainer la disparition de pays entiers comme les Maldives et Tuvalu ce qui entraine d'importantes migrations.

L'augmentation du CO2 dans l'atmosphère conduit à une concentration accrue de CO2 dans les océans.



Afin d'atténuer les effets du changement climatique, les pays membre de la Convention – cadre des Nations unies sur le changement climatique (CCNUCC) visent à limiter l'augmentation de la température mondiale à moins de 2°C par rapport au niveau préindustriels. Ils cherchent également à limiter cette hausse à 1,5°C, car cela réduirait considérablement les risques et impacts liés aux changement climatiques.

- Pour atteindre nos buts, il faut d'abord s'attaquer aux raisons du changement climatique en réduisant les gaz à effet de serre. Ces gaz persistants risquent d'augmenter la température mondiale d'ici la fin du siècle.
- Pour minimiser les impacts sur la société et l'environnement, il est crucial de s'adapter au changement climatique.
- Cela signifie anticiper les conséquences, réduire les risques potentiels en agissant sur des aspects comme l'aménagement des zones vulnérables, et profiter des opportunités qui se présentent



Les opinions des consommateurs

Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'environnement

Selon une étude, 64% des Européens expriment le désir d'acheter des produits fabriqués à partir de matériaux écoresponsables, et 30% sont prêts à payer davantage pour cela. Il semble que la mode éthique devienne de plus en plus populaire. Ils cherchent la qualité dans les chaussures écoresponsables, ce qu'ils associent au prix élevé de la paire.

En quoi les sneakers ont un impact sur l'environnement

Impact sur l'environnement : Les **sneakers** sont omniprésentes dans le monde entier et leur fabrication génère d'importantes émissions de gaz à effet de serre, contribuant au réchauffement climatique

Impact liés à sa production : Utilise de nombreux, principalement issus de ressources non renouvelable, comme :

- Le pétrole pour le plastique et les colles
- Les métaux pour les œillets et éléments métalliques
- Cuirs et matières synthétique : polyester

Processus de production : La production de sneakers génère des émissions de gaz à effet de serre à différentes étapes de processus de production

- Transformation de matières premières
- Transport des matériaux + produits finis
- Energies consommée par les usines

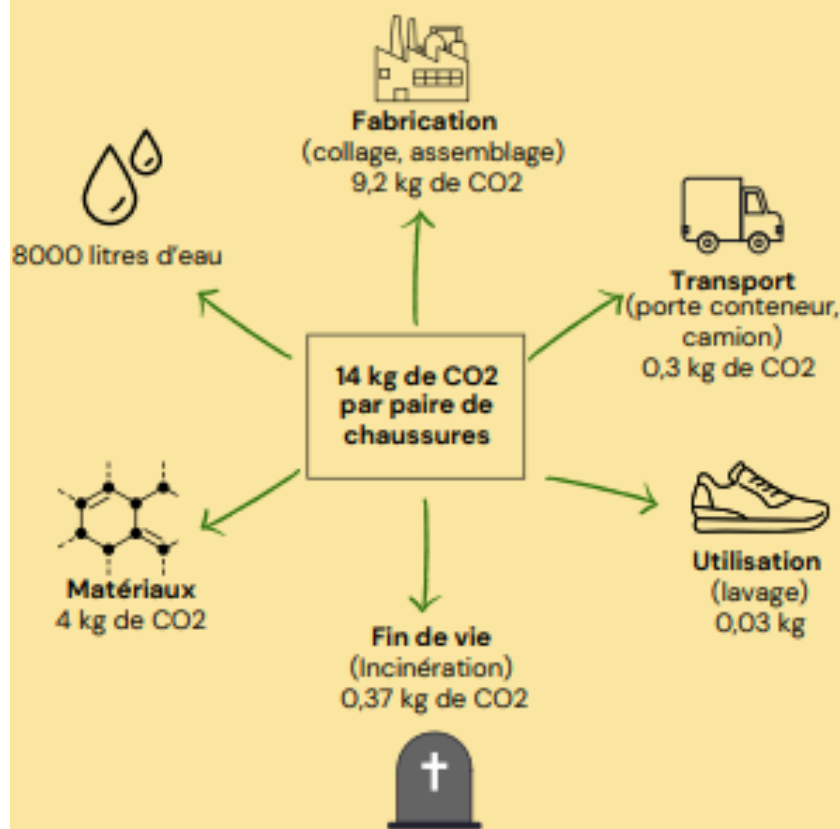
La fabrication de sneakers entraîne des émissions de gaz à effet de serre issues de diverses étapes du processus de production

Pour satisfaire une demande croissante, les créateurs et marques intensifient la création de nouveaux modèles, mais ce processus pose des problèmes écologiques, en particulier en ce qui concerne l'empreinte carbone et la consommation d'eau.

Pour répondre à cette forte demande, celle-ci consomme beaucoup d'énergie et matières premières

Leur production ont des conséquences catastrophiques :

Impact de leur fin de vie : Jusqu'à 10 différents types de plastiques différents



Les consommateurs ont tendances à jeter leur sneakers, qui seront par la suite incinérés, cette pollution part dans l'air ou s'infiltré dans les sols. 40 ans c'est le nombre d'années qu'il faut pour le processus de décomposition d'une paire de chaussures prend du temps, et cette durée varie en fonction des matériaux utilisés

En effet, certaines marques cherchent à réduire l'exploitation de ressources naturelles durant la production de sneakers, mais la gestion écologique en fin de vie reste un défi majeur. Le recyclage n'est pas facile, compte tenu des produits chimiques qu'elles contiennent, leur donné une seconde vie s'avère difficile

Comment pouvons nous changer les choses ?

Les consommateurs doivent nécessairement faire attention à leur mode de consommation, en optant pour une alternative plus durable.

En se tournant vers des marques plus durables, éco-responsables et respectueuses de l'environnement cela permettrait de contribuer à une consommation plus responsable.

Afin de préserver au maximum ses sneakers. L'entretien est donc primordial. Cela permet de prolongée la durée de vie de vos chaussures.



Les pratiques mises en places par certaines entreprises

Pourtant certaines entreprises s'efforcent à avoir un impact positif sur l'environnement pour cela la marque Véja s'inscrit dans cette démarche écologique. En effet l'industrie de la mode est une catastrophe écologique.

Certaines marques cherchent à réduire l'exploitation des ressources naturelles pendant la production des sneakers, mais la gestion écologique en fin de vie reste un défi majeur. Le recyclage gagne en importance dans l'industrie de la mode, mais il est compliqué en raison de la présence de produits chimiques et substances dangereuses notamment dans celles des chaussures.

C'est pour cela que Véja se distingue des autres marques de baskets avec:

- sa production responsable
- fait à partir de matériaux écologiques (coton bio, caoutchouc, bouteilles recyclés)
- travaille directement avec les producteurs
- leur paye un bon salaire

De plus, la marque de sneakers Saola souhaite collecter **4,5 Millions d'euros** d'ici 2023 afin de développer ses ventes à l'étranger et ainsi réduire l'impact environnemental des chaussures.

Saola a déjà vendu plus de **120 000 paires** de chaussures respectueuses de l'environnement dans le monde. Afin d'avoir un impact plus important la société doit accélérer sa croissance.

Elle prévoit alors de collecter un million d'euros via une campagne de financement participatif et de lever **3 millions** d'euros en 2023.

Les chaussures Saola sont éco-conçues, avec jusqu'à **80%** de matériaux recyclés ou naturels ce qui réduit leur empreinte carbone à seulement **7kg de CO2** par paire, ce qui correspond environ 3 fois moins que la moyenne.

La société vise un chiffre d'affaires de **20 millions d'euros en 2026**, avec une croissance attendue de **70% en 2023**.

En effet **Zéta** est une entreprise de baskets éco-responsables, basée à Bordeaux, et connaît une croissance impressionnante depuis sa création il y a 3 ans. Elle vient d'ouvrir son premier showroom à Bordeaux pour présenter sa collection y compris des baskets pour enfants lancées en juin. Zéta fabrique des baskets végan à partir de matériaux recyclés et recyclables et de cuir de raisin afin de réduire son empreinte environnementale.

En août 2023, l'entreprise affiche un chiffre d'affaires de **1,1 millions d'euros**, emploie neuf personnes, vend en lignes des revendeurs en Europe, avec **20 000 paires** vendus en 2022 et une réduction de **270 000 tonnes de CO2** depuis son lancement.

L'entreprise s'est alors fixé pour mission de réduire les déchets, avec chaque paire en utilisant environ **3 kg de matériaux**.

Laure Babin a surmonté des obstacles pour créer cette entreprise, avec des partenaires innovants comme la création de basket en cuir de marc de café avec Nespresso.

Elle prévoit également d'étendre sa gamme de produits et aspire à ouvrir une boutique Zéta exclusive d'ici 3 ans.

Conclusion :

On en conclut donc qu'il y a une importance à contrôler les gaz à effet de serre et l'impact de l'homme dans leur augmentation pour réguler le climat. Ces gaz à effet de serre provoquent le changement climatique avec des conséquences graves. Les pays essaient de limiter le réchauffement, en réduisant les émissions de gaz à effet de serre.

De plus, l'impact environnemental des sneakers, souligne que leur fabrication contribue au réchauffement climatique et à l'épuisement des ressources. Cela ne s'arrête pas seulement à la production et à la vente mais aussi à l'élimination des sneakers. Enfin, des marques de sneakers plus respectueuses de l'environnement, comme Véja, Saola et Zéta, s'engagent en utilisant des matériaux écologiques et vise à être durables pour préserver l'environnement et les ressources. Cette décision est dû au fait que les consommateurs ont de plus en plus des motivations éthiques, telle que le respect de l'environnement ou encore les conditions de travail des salariés. Ses attentes engendrent une véritable remise en question des entreprises, qui vont alors chercher à répondre à ses attentes et vont agir.

Conclusion :

En résumé, l'analyse du marché des sneakers montre qu'il est étroitement lié à différents aspects tels que la politique, l'économie, la société, la technologie, l'environnement et la législation. Les entreprises qui peuvent anticiper les tendances, innover technologiquement et adopter des pratiques durables ont des opportunités de croissance. Cependant, celles qui négligent les changements politiques, économiques et socioculturels, ainsi que les normes environnementales et légales, font face à des menaces.

Globalement, le marché mondial des sneakers a connu une croissance significative entre 2017 et 2021, avec des perspectives positives dans des régions clés telles que l'UE, l'Amérique et l'Asie. L'Asie se démarque avec la plus forte croissance entre 2023 et 2027. En France, le marché des sneakers est attractif en raison de sa taille, de sa croissance projetée et de l'augmentation des prix moyens. Les motivations d'achat, telles que le style, le confort et l'expression de l'identité, sont contrebalancées par des obstacles tels que des prix élevés et une disponibilité limitée, influençant les décisions d'achat.

Les grandes marques telles que Nike, Adidas, New Balance, Puma et Vans se positionnent avec des caractéristiques distinctives. Cependant, la prospérité du marché est confrontée à des enjeux environnementaux. Les gaz à effet de serre provenant de la production et de l'élimination des sneakers contribuent au changement climatique, nécessitant une régulation stricte. Certaines marques conscientes de cet impact, comme Véja, Saola et Zéta, adoptent des pratiques respectueuses de l'environnement en utilisant des matériaux écologiques et en visant la durabilité. Cette approche reflète les attentes croissantes des consommateurs envers des pratiques éthiques, incitant les entreprises à repenser leurs stratégies de manière responsable.

Bibliographie :

Partie I:

- L'analyse PESTEL du marché des sneakers - Startups News
- PESTEL Nike 2023- Exemple Gratuit-Managerocean
- Magasin de chaussures : comment rédiger l'analyse PESTEL ?- Modelesdebusinessplan.com
- Etudier.com

Partie II:

- Ecologie.gou.fr
- Passionsneakers.fr
- Kwash.store

Partie III:

- Journaldeluxe.fr
- Statista.com
- Etudier.com
- Etudes.indexpresse.com
- Fashionnetwork.com
- Fashionunited.com
- Cairn.com
- Officenationalstatistic.com
- Bonhams.com
- linguee.fr
- mordorintelligence
- latribune.fr

