COQUE EXCLUSIVE

DOSSIER DE PRESSE

SOMMAIRE

EDITO

I - ETAT GENERAL ET PERSPECTIVE DU MARCHE 4

1- Le marché des smartphones

2- Le marché des accessoires

II - POURQUOI UN SITE MARCHAND ? 6

1- La démocratisation du web

2- Une cible internationale

III – LES MARQUES 7

1 – Licence de marques

2 – Luxe à tout prix

EDITO

Henry CAVELAN, gérant d'agences de publicité et de communication depuis plus de 15 ans, décide de se lancer à la conquête d'un nouveau marché : le e-commerce.
Après avoir œuvré et acquis un seuil de crédibilité optimal dans les domaines de la communication et de la création visuelle, l'agence PUBLIPRESS, annonce en effet le déploiement de son activité.

Profitant de l'engouement général pour les accessoires de téléphones mobiles et autres produits multimédias dérivés, PUBLIPRESS choisit de créer et de réaliser un site **unique en France** :
www.coque-exclusive.com.
- Les produits vendus sont **exclusivement sous licence**.
- **Les frais de port sont offerts** pour toute livraison en France métropolitaine.
- Pour chaque 1ère commande, **un film de protection est également offert.**

www.coque-exclusive.com est **le site officiel d'accessoires de marques**. Son design simple et épuré a été conçu en totale adéquation avec la collection de coques et étuis proposés.

La boutique online propose une gamme chic et tendance d'accessoires de grandes marques telles que Jean-Paul Gaultier, Karl Lagerfeld, GUESS, Paul & Joe, Eleven Paris, Façonnable, MINI, Ferrari, BMW.

Spécialement conçus pour IPhone 5/5S, 6/6+, IPad, IPad mini et Samsung Galaxy S4/S5/S6, les modèles en vente exclusive sur le site web customisent à merveille smartphones et tablettes numériques.
L'équipe PUBLIPRESS optimise sans cesse le référencement du site web afin d'en faciliter l'accès aux internautes.
Une fois sur la page, il suffit de sélectionner le modèle du téléphone ou la marque désirée. Les achats sont ensuite envoyés dans une enveloppe sécurisée sous un délai de 24 à 48 heures.

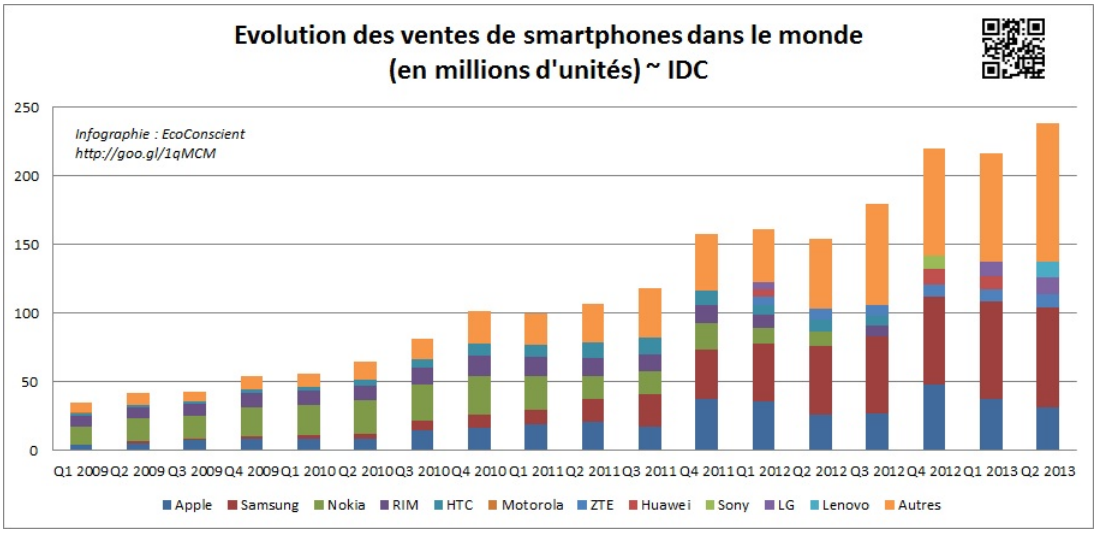
I - ETAT GENERAL ET PERSPECTIVE DU MARCHE

La commercialisation du premier téléphone mobile date de 1983. Depuis les années 2010, la majorité des téléphones vendus sont des smartphones (téléphones intelligents). Les fonctions supplémentaires dont disposent ces téléphones ont été rendues possible grâce à l'intégration d'un système d'exploitation évolué.
En 2016, **1,48 milliard de smartphones** sont vendus dans le monde.
Le smartphone est l'accessoire indispensable pour vivre avec son temps.

1- Le marché des smartphones

En France, plus d'un français de plus de 11 ans sur deux est équipé d'un smartphone.
En 2016, 1,48 milliard de *smartphones* ont été vendus dans le monde. La vente des *smartphones* a ainsi crû de 38,4% par rapport à 2012. (IDC). En 2016, la croissance devrait être de 3,2%.

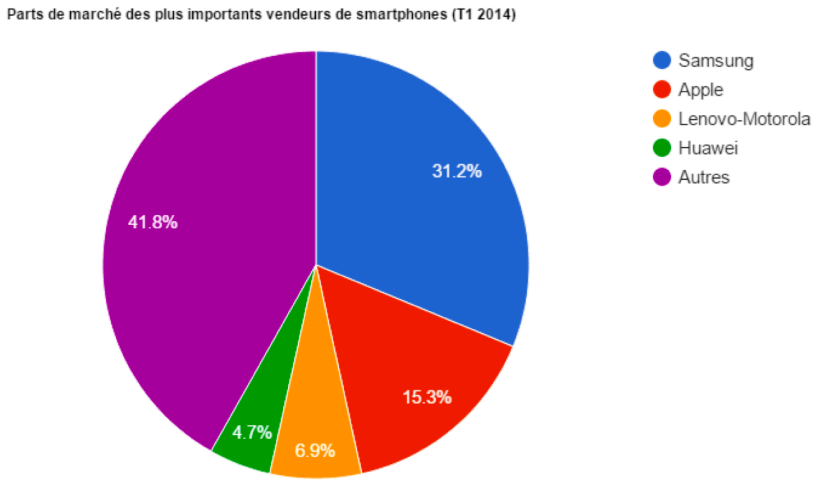
Sur ce total, 1,24 milliard de terminaux fonctionnent sous Android, soit une progression de 6,2% par rapport à l'année précédente.

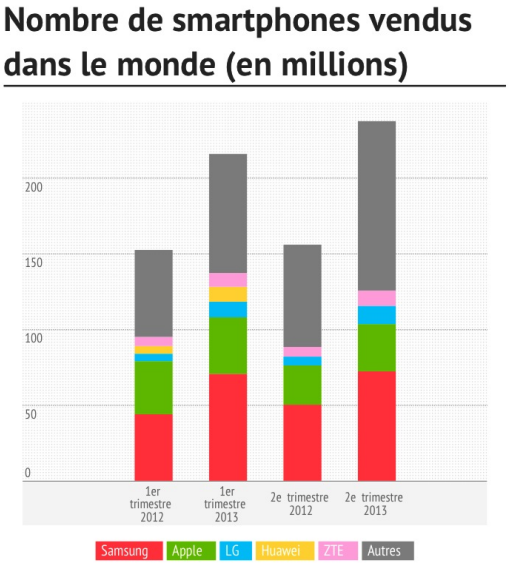


Les leaders du marché
- **Samsung** confirme sa position de n°1 mondial avec 31,2% de part de marché et 324,8 millions d'unités écoulées en 2015.
- **Apple**, n°2 avec 15,3% du marché et 231,5 millions d'unités écoulées en 2015.

Si Samsung et Apple fabriquent plus de 40% des smartphones vendus dans le monde, d'autres fabricants tirent leur épingle du jeu.
Huawei et Lenovo (qui compte désormais les appareils Motorola), troisième vendeur de smartphones au monde, dominent le marché chinois et poursuivent leur développement à l'international avec plus de 74 millions de téléphones vendus chacun.

La marque LG arrive désormais en cinquième position des constructeurs avec 59,7% de terminaux livrés en 2015.





2- *Le marché des accessoires*

En France, le marché des accessoires pour smartphones est en croissance constante. Les ventes d'étuis ont enregistré **une croissance de 21 % entre 2011 et 2012 et ne cessent de croître depuis début 2013**. Les étuis pour smartphones rapportent 133 millions d'euros de chiffre d'affaires au marché des accessoires. (soit 40% des ventes d'accessoires en valeur et 55% en volume).

Chez certains distributeurs spécialisés en téléphonie mobile, 60 % des smartphones sont vendus avec une protection, soit deux fois plus que pour les téléphones classiques. Quant aux tablettes, le rapport atteint pratiquement les 100 %.
En un an et demi, le chiffre d'affaires des accessoires a augmenté de 30 %, les protections réalisant le meilleur score, avec une hausse de 60 %.

Bilan, le marché des accessoires a augmenté davantage que le marché du téléphone mobile.

II - POURQUOI UN SITE MARCHAND ?

Le marché des accessoires est hyperconcurrentiel. Bon nombre de PME françaises et internationales ont su se positionner et profiter de l'engouement des consommateurs pour les coques et étuis en tout genre.

La démocratisation du web

L'objectif d'un site marchand est de **renforcer sa visibilité et de solliciter les internautes à acheter les produits en vente.**
Il n'est plus nécessaire de rester chez soi pour surfer sur le web : smartphones, ordinateurs portables et tablettes sont pour la plupart équipés de WIFI ou 3G qui permettent de se connecter en toute simplicité. Les circuits classiques sont d'ailleurs de plus en plus concurrencés par le e-commerce.
Plusieurs paramètres sont à prendre en considération :

- ✓ Les performances de connexion à de nouveaux outils comme l'ADSL, la 3G et bientôt la 4G.
- ✓ La baisse des coûts des forfaits.
- ✓ La sécurisation plus affinée des paiements sur les sites marchands.
- ✓ Les risques réduits.
- ✓ Les sites d'achat se positionnent dans le top 3 des utilisations régulières avec par exemple pas moins de 42 millions d'internautes français chaque mois.

2- *Une cible internationale*

La plupart des coques sont aujourd'hui vendues par les opérateurs télécom, au moment de l'achat du téléphone, mais également commercialisés en grandes surfaces et dans les magasins spécialisés.
La création d'un site marchand d'accessoires pour smartphones et tablettes permet de s'adresser à une clientèle plus large. La zone de chalandise est en effet déployée au niveau international. Les prospects peuvent passer commande 24h/24h et les produits sont mis en avant grâce à une mise en page animée et optimisée.

Sur le site www.coque-exclusive.com, les internautes ont la possibilité de découvrir, de sélectionner, de commander et de payer les accessoires en ligne.

III - LES MARQUES

Avec l'émergence des ventes de smartphones ces dernières années, les étuis et housses de marques sont progressivement devenus indissociables du mobile et des tablettes.
Les lunettes solaires furent les premiers accessoires de mode de marque à séduire les consommateurs. Dans les années 1960-1970, les fabricants spécialisés détenaient une grande part du marché chez les opticiens traditionnels. (Vuarnet, Oakley, Ray Ban…). Par la suite, dans les années 1990 le phénomène s'est étendu et le luxe envahit alors ce secteur en pleine croissance. (Prada, Gucci, Ralph Lauren, Porsche Design, Hugo Boss…).
En exposant de telle sorte une marque à travers des lunettes de soleil, un téléphone ou une coque de smartphone, le consommateur s'expose à un sentiment d'appartenance à « une tribu ». Cette sensation d'appartenance rassure et permet indirectement de positionner son rang dans la société.

1- La licence de marque

Rappelons que le contrat de licence de marque est le contrat par lequel le titulaire d'une marque accorde à une personne physique ou morale le droit de l'exploiter.
Coque exclusive se fournit **exclusivement** auprès de **constructeurs détenteurs de licences de marques.** Ce type de partenariat renforce l'image et les résultats du luxe. En confiant son image à des entreprises de divers secteurs, l'entreprise de luxe diversifie son offre et étend sa notoriété. Parallèlement smartphones et accessoires étant des produits fondamentaux et « indispensables », il était évident que le monde du luxe y soit présent.

2- Le luxe à tout prix

Outre la protection aux chocs, les housses et étuis permettent aux acheteurs d'apporter une touche mode à petit prix. Des marques de renom issues de la mode et de l'automobile se prêtent au jeu sans perdre pour autant leur identité visuelle.

A travers ces marques, l'objectif est de proposer un signe de reconnaissance unique qui **garantit l'origine et la qualité du produit** :

Homme

MINI
BMW Motorsport
ASTON MARTIN
FIAT
BMW
oraïto

Femme

GUESS
KARL LAGERFELD
PAUL & JOE®
KENZO
PAUL & JOE
ELEVENPARIS
-LIFE IS A JOKE-
Jean Paul GAULTIER
Christian Lacroix

COQUE EXCLUSIVE

www.coque-exclusive.com

CONTACT PRESSE
PUBLIPRESS
Barbara LACHEVRE
LD : 02 35 707 855
Mobile : 06 68 00 84 12