RETOUCHES DE VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES BRODÉS

LA COUTURIÈRE

CRÉATION D'UN SITE WEB

AUTO-ENTREPRENEUSE : AMÉLIE CASADO

CAMILLE DEMONIO - 2022/2023

IDENTIFICATION DE LA CLIENTÈLE

TÂCHES :

- Faire l'état des lieux des caractéristiques remarquables de la clientèle actuelle d'Amélie en se basant sur son témoignage.
- Réfléchir à ce que les différentes prestations d'Amélie couvrent et qui elles concernent, au-delà des clients déjà identifiés.

CE QU'IL FAUT RETENIR :

Amélie effectue le plus gros de son chiffre d'affaires actuel sur la vente de produits 0 déchet auprès de femmes actives et plutôt urbaines. Il est nécessaire de donner à ses autres prestations et produits d'avantage de visibilité, en particulier pour la retouche qui devrait être son activité la plus lucrative.

LE TÉMOIGNAGE D'AMÉLIE SUR SES VENTES

Comme nous avons pu le constater précédemment, Amélie propose des prestations et des produits que l'on peut séparer en trois « pôles » distincts : la retouche de vêtements, les accessoires 0 déchet, et les accessoires brodés. Cependant, malgré cette diversité, elle n'arrive pas encore à vivre uniquement de sa couture.

En effet, sur ces trois pôles, seuls ses accessoires 0 déchet et ses broderies lui rapportent un peu d'argent de manière régulière.

Les clients qu'elle a pour les retouches sont principalement des amis toulousains. Elle ne propose pas ce service sur Etsy pour le moment, et n'a pas encore d'atelier, ce qui rend ce service quasiment invisible aux yeux des clients.

La majorité de ses ventes d'accessoires s'effectue à distance : le client commande et Amélie lui envoie ses produits par la poste.

SES PRODUITS LES PLUS VENDUS :

- Les filets à savon
- Les cotons démaquillants.





PROFIL GÉNÉRALISTE

Genre : Femme
Âge : Entre 20 et 40 ans
Lieu de vie : Zones urbaines



PROFIL BRODERIE

Activité : Bénévoles en associations féministes

PROFILS CLIENTS ACTUELS

D'après elle, les clients ont souvent entre 20 et 40 ans, et sont principalement des femmes ; il y a très peu d'hommes. La plupart habitent dans le nord de la France, dans de grandes villes comme Lille par exemple selon les données qu'elle a obtenues avec Etsy. Fait intéressant par ailleurs, très peu de ses clients sont toulousains ; depuis l'ouverture de sa boutique, elle a effectué seulement deux ventes dans sa propre ville.

Cela s'explique probablement par le fait que ses filets à savon apparaissent dans les premiers résultats de France sur la boutique en ligne Etsy.

Quand aux badges, Amélie les vend à des individuels, mais également à des associations activistes, par trentaine quand il y a une commande.

LA CLIENTÈLE
RETOUCHE

TÂCHES :

- Faire l'état des lieux des caractéristiques remarquables de la clientèle actuelle d'Amélie en se basant sur son témoignage.

- Réfléchir à ce que les différentes prestations d'Amélie couvrent et qui elles concernent, au-delà des clients déjà identifiés.

CE QU'IL FAUT RETENIR :

La retouche est une prestation qui s'adresse à tout le monde, aussi différents soient les individus les uns des autres. Une personne à faible revenu peut se tourner vers une couturière pour éviter de racheter des vêtements neufs, tandis qu'une personne riche préferait faire appel à une couturière pour confectionner des vêtements sur mesure.

UN ESPRIT DE RÉCUPÉRATION POUR ÉVITER LA SURCONSOMMATION

La retouche de vêtements est une prestation qui concerne tous ceux qui portent des vêtements, c'est-à-dire tout le monde sans exception.

Le principal concurrent d'Amélie ici est la fast fashion, qui se situe à l'opposé des valeurs de son entreprise.

Les vêtements de l'industrie du prêt-à-porter sont très peu coûteux, confectionnés avec des matériaux bon marché de moindre qualité, et s'abîment relativement rapidement. L'objectif de ce type d'industrie est de faire revenir le consommateur régulièrement pour acheter de nouveaux vêtements.





Ce qui caractérise donc le client que nous voulons identifier, ce n'est pas l'âge, le genre, le revenu, ou encore le niveau socioprofessionnel, mais plutôt sa mentalité, son état d'esprit. En effet, le client cible privilégie la qualité à la quantité, et choisit de consommer de manière plus durable et écoresponsable.

Les vêtements réparés sont donc destinés à durer dans le temps, ce qui augmente la valeur sentimentale que le client leur porte.

DES RETOUCHES SUR MESURE POUR DES VÊTEMENTS PARTICULIERS

Il existe de nombreuses situations de la vie où les vêtements d'un individu jouent un rôle important, et se doivent d'être particuliers.

On peut notamment évoquer les ensembles de soirées, ou encore les vêtements de grandes occasions faits sur mesure pour le mariage ou le baptême. Il existe de nombreux vêtements de type uniforme, spécifiques au milieu professionnel comme la restauration, les forces de l'ordre, le milieu hospitalier et ouvrier... Mais l'uniforme est plus généralement utilisé dans les milieux sportifs, chez les scouts, ou encore dans les associations. Enfin, le déguisement ou costume n'est pas un vêtement du quotidien, mais prend une grande place dans les milieux culturels et artistiques pendant une représentation sur scène, comme un spectacle.

Ces vêtements spécifiques à des situations précises valent cher, ne se trouvent pas dans des boutiques de prêt-à-porter classiques. Ils ne sont pas facilement remplaçables, et sont même parfois confectionnés sur mesure.









DES RETOUCHES POUR DES VÊTEMENTS DE MATERNITÉ ET D'ENFANCE

Certains moments de la vie comme la grossesse, ou la petite enfance nécessitent l'utilisation de vêtements adaptés qui ne serviront que très temporairement. Dans la plupart des foyers, les vêtements de ce genre s'échangent de génération en génération, en particulier pour les bébés qui grandissent très vite et dont les vêtements valent très chers.

CONCLUSION

On se tourne vers une couturière pour effectuer des retouches pour des raisons très variées : économiques, professionnelles, sentimentales, écologiques ou bien tout simplement pratiques.





LA CLIENTÈLE 0 DÉCHET

TÂCHES :

- Faire l'état des lieux des caractéristiques remarquables de la clientèle actuelle d'Amélie en se basant sur son témoignage.

- Réfléchir à ce que les différentes prestations d'Amélie couvrent et qui elles concernent, au-delà des clients déjà identifiés.

SOURCES :

[1] Options Solutions. *Les Nouvelles Attentes Des Consommateurs En Matière De Zéro Déchet.* [en ligne]. 2021. [Page consultée le 05 novembre 2021]. Disponible sur :

VOIR

[2] et [3] Libre Service Actualité (LSA). *Zéro déchet : les Français doivent encore être convaincus - Etude.* [en ligne]. 2020. [Page consultée le 05 novembre 2021]. Disponible sur :

VOIR

[4] Mes courses en Vrac. *Infographie : le zéro-déchet en France.* [en ligne]. 2020. [Page consultée le 05 novembre 2021]. Disponible sur :

VOIR

L'USAGE DES ACCESSOIRES 0 DÉCHET

Les accessoires zéro déchet sont des produits plus spécifiques, qui englobent à ce jour moins de clients que la retouche de vêtements. On peut diviser ces produits en deux catégories : les accessoires de nettoyage pour la maison, et les accessoires d'hygiène corporelle.



LE 0 DÉCHET, UNE INDUSTRIE ENCORE PEU DÉMOCRATISÉE EN FRANCE

«Depuis 2019 et principalement depuis le confinement, la priorité écologique s'est intensifiée et désormais 20% des Français sont sensibles à la démarche zéro déchet et zéro packaging. On observe une augmentation des critères de développement durable dans leurs choix de consommation, à l'exemple des produits bio.»[1]

En France, ce genre de produits est encore aujourd'hui peu démocratisé. On peut en acheter auprès d'une boutique en ligne, ou bien dans les magasins «vracs» spécialisés dans le 0 déchet ; il en existe encore très peu en grande surface. Leur prix, à l'heure actuelle, reste bien plus élevé que leur homologue jetable. Par exemple, on peut citer les cotons démaquillants ; un paquet de 85 disques jetables vaut autour des 1,15€ en grande surface, contre 16€ livraison comprise pour un pack de 6 disques à laver. Ces produits peuvent représenter un gros investissement dans la vie d'une personne à faibles et moyens revenus.

«Alors que l'Assemblée Nationale a voté le 10 décembre 2019 la fin du plastique à usage unique d'ici 2040 en France, 78 % considèrent que c'est une bonne chose et 83 % sont d'accord pour dire que c'est nécessaire pour la planète. En revanche, 36 % des sondés pensent que la réduction des déchets est un phénomène de mode.»[2]





L'AVENIR DU 0 DÉCHET

Les accessoires zéro déchet sont donc encore considérés comme des produits «spécialisés», destinés à une clientèle avertie et plutôt aisée, mais a de plus en plus tendance à se démocratiser. On peut même penser qu'à l'avenir, les accessoires de nettoyage et d'hygiène jetable remplaceront complètement les accessoires jetables, et se retrouveront dans le quotidien de chacun d'entre nous. L'objectif sera donc de convaincre les consommateurs de leur investissement dans ce genre de produits en exposant leurs vertus écologiques, mais aussi économiques, puisqu'ils durent des années dans le temps.

«L'entreprise [...] Unilever, par exemple, peut en témoigner. Près de la moitié des 40 premières marques du groupe se concentrent sur le développement durable, et ces marques connaissent une croissance 50 % plus rapide que les autres. Les mêmes marques génèrent également plus de 60% des bénéfices de l'entreprise.»[3]

LE PROFIL CLIENT TYPE ACTUEL (EN 2022)

En 2019, la France faisait partie des premiers pays avec le plus gros nombre d'épiceries vrac, s'élevant à 200. La clientèle de ce tye de magasin est en très grande partie féminine, entre 25 et 45 ans, plutôt diplômées, urbaines, et parmi elles, la moitié sont maman d'un ou de plusieurs enfants.[4]

LA CLIENTÈLE
BRODERIE

TÂCHES :

- Faire l'état des lieux des caractéristiques remarquables de la clientèle actuelle d'Amélie en se basant sur son témoignage.

- Réfléchir à ce que les différentes prestations d'Amélie couvrent et qui elles concernent, au-delà des clients déjà identifiés.

CE QU'IL FAUT RETENIR :

La broderie est un art qui permettrait à la fois à Amélie d'affirmer ses valeurs en tant que personne, et à ses clients de s'identifier à elle et ce qu'elle veut transmettre. Proposer des broderies sur mesure pourrait permettre d'agrandir son cercle d'activité en englobant plus de clients potentiels.

LA PETITE HISTOIRE DE LA BRODERIE

La broderie est un «ouvrage consistant en points qui recouvrent un motif dessiné sur un tissu ou un canevas» d'après le Petit Robert. Le mot broderie qualifie également l'art d'exécuter de tels ouvrages : dentelle, guipure, tapisserie... Cet art ancestral de la décoration existe depuis des siècles. On retrouvait des broderies sur des vêtements de quasiment toutes les catégories sociales, du paysan au roi, qui portait des vêtements brodés de fil d'or. La qualité de celle-ci, les matériaux utilisés ainsi que le motif y étant représenté étaient significatifs d'une culture, d'un métier, ou encore de ce que l'on peut appeler un groupe social. Autrefois effectué uniquement à la main par les femmes en général, ou les couturières, cet art s'est récemment automatisé.



L'INDUSTRIE DE LA BRODERIE AUJOURD'HUI

La broderie s'effectue aujourd'hui en semi-automatique, c'est-à-dire à la machine à coudre, ou encore à la machine à broder numérique, qui coud directement le motif sur le tissu comme on imprimerait une image sur une feuille de papier. Cependant, il n'est pas rare de voir encore des broderies entièrement réalisées à la main, au moyen d'une aiguille au crochet. Cette technique de marquage textile ne s'est jamais complètement industrialisée, systématisée dans l'industrie textile. En effet, la broderie, qu'elle soit manuelle ou mécanique, implique beaucoup de soin dans sa confection, et a souvent un coût très élevé pour les entreprises, que ça soit au niveau de l'outillage ou de la main d'oeuvre engagée.



La broderie est donc souvent, de nos jours, réservée au secteur de la haute couture, et est très laisssée de côté par les boutiques de fast-fashion ou de prêt-à-porter aux tailles préalablement déterminées.

LA BRODERIE, PORTEUSE D'UN MESSAGE

La broderie est donc, d'une part, un art élitiste, ou du moins ponctuel. Cet ornement peut avoir différentes utilités en fonction de pour qui ou pourquoi il est réalisé ; celles-ci tournent généralement toutes autour de l'idée d'un symbole, d'une l'appartenance à quelque chose ou à quelqu'un.

Par exemple, une marque ou une entreprise peut choisir de faire broder son logo sur les vêtements qu'elle propose, augmentant de surcroît sa valeur ajoutée. Une grande école, une université ou encore un club sportif peuvent choisir de broder leur logo ou symbole sur des vêtements destinés aux étudiants ou aux sportifs, permettant à ceux-ci de se démarquer des autres en affirmant leur identité, leur état d'esprit, leur appartenance et leur solidarité au groupe social.

L'IDENTITÉ DE LA COUTURIÈRE

Amélie propose, pour le moment, plusieurs modèles de patchs brodés qu'elle a elle-même imaginés et conçus. Ses badges peuvent être regroupés en deux catégories distinctes. La plus grande partie de ceux qu'elle a pu produire représentent des messages à visée humoristique, provocants ou encore engagés dans une philosophie féministe. La seconde partie représente des illustrations plutôt mignonnes, parfois enfantines, que l'on peut qualifier de «girly» ou encore «kawaï». Ses patchs sont le fruit de son identité personnelle, et aussi de son entreprise. La clientèle visée par ce type de produits partage donc les mêmes valeurs qu'elle, ou veut faire passer le même message auprès des autres comme par exemple des associations féministes, des jeunes filles ou encore des enfants.





N°1



AISANCE NUMÉRIQUE :

Applications mobiles

Réseaux sociaux

Internet

IDENTIFICATION DE LA CLIENTÈLE - LA COUTURIÈRE

ALAIN, LE STEWARD

SOUS CATÉGORIE CIBLE : LA PROFESSION

CARACTÉRISTIQUES :

- **ÂGE :** 53 ans.
- **MÉTIER / ACTIVITÉ :** Steward dans une grande compagnie aérienne.
- **SITUATION :** Marié, père de deux enfants de 14 et 17 ans.
- **VILLE :** Blagnac, petite ville adjacente de Toulouse près de l'aéroport.

SA RECHERCHE :

Alain a trouvé La Couturière en tapant «Couturière retouche uniforme à toulouse» sur Google.

DESCRIPTION :

Alain est steward depuis une dizaine d'années dans la même compagnie aérienne. Du fait de son métier, son emploi du temps est très aléatoire et il travaille très souvent pendant les heures de repos des employés classiques. De ce fait, il est très fatigué et passe l'essentiel de son temps libre à se reposer de ses journées de travail. Quand il n'est ni dans les airs, ni en train de se reposer, il aime profiter de la nature en faisant des activités plutôt en extérieur comme un golf, mais se passionne également pour les jeux de rôles et les jeux de société en général. Il est assez insensible à la mode, et préfère choisir ses vêtements sur des critères strictement pratiques et budgétaires. Porter un uniforme pendant son service lui convient tout à fait, car cela lui évite de réfléchir à comment s'habiller le matin. Se tourner vers une couturière pour lui réparer ses uniformes de travail est pour lui un gain de temps, d'énergie et d'argent car ce sont des vêtements précieux, et faits sur mesure qu'il se doit de garder impeccables.

CENTRES D'INTÉRÊT :

PERSONNALITÉ :

RÊVEUR

OPTIMISTE

NAÏF

OUTILS DE COMMUNICATION IDÉAUX :

CE QUI L'AMÈNE À PRENDRE CONTACT :

- Sa proximité géographique avec la couturière, qui habite dans le centre-ville de Toulouse.
- Une flexibilité des horaires de récupération des vêtements des clients, qui lui permet de pouvoir déposer facilement en dehors de ses horaires de travail.
- Des stories, photos et retours positifs de quelques professionnels étant passés par la couturière pour réparer leurs uniformes / vêtements de travail.
- Le travail manuel artisanal de la couturière, qu'il estime beaucoup et encourage en général.
- Les photos de la couturière en plein travail, en particulier sur des vêtements «hors normes» comme les siens.
- Le travail de broderie de la couturière, qu'il a repéré dans le cas où il lui faudrait renouveler celles de l'uniforme en question.
- Les coordonnées qui sont facilement visibles sur le site web : il appelle directement.

N°2



AISANCE NUMÉRIQUE :

Applications mobiles

Réseaux sociaux

Internet

IDENTIFICATION DE LA CLIENTÈLE - LA COUTURIÈRE

CHARLOTTE, LA MÈRE DE FAMILLE

SOUS CATÉGORIE CIBLE : L'ENTRETIEN DU FOYER

CARACTÉRISTIQUES :

- **ÂGE :** 38 ans.
- **MÉTIER / ACTIVITÉ :** Psychomotricienne dans une clinique spécialisée pour les enfants handicapés.
- **SITUATION :** Paxée, mère d'un enfant de 6 ans.
- **VILLE :** Lille.

SA RECHERCHE :

Charlotte est membre du groupe «Créations artisanales et artistiques France» sur Facebook, dont elle voit de nombreuses publications dans son fil d'actualité. Elle est intriguée par une publication de La Couturière, et va voir sa page Facebook.

DESCRIPTION :

Charlotte est psychomotricienne en clinique. Elle travaille avec les enfants handicapés et autistes depuis qu'elle a terminé ses études, quatorze ans auparavant. Elle est très épanouie à tous les niveaux, mais commence néanmoins à s'essouffler de sa vie professionnelle en clinique, et aimerait se lancer à son propre compte. Elle a rapidement été alarmée juste après la naissance de sa fille par les quantités énormes de produits consommés et de déchets générés par les besoins de l'enfant. Très sensibles à la question écologique, elle et son compagnon ont très vite pris la décision de changer radicalement de vie en se mettant au «0 déchet». La transition n'a pas été simple au début, mais en deux ans ils ont réussi à passer de 450 kg de déchets produits en une année à 80 kg, fait dont ils sont très fiers. Aujourd'hui, ils sont devenus une référence en la matière pour leurs proches, et les aident par conséquent à mettre en place de bonnes habitudes afin de diminuer leur production de déchets, mais aussi afin de leur faire économiser de l'argent à long terme. Pour le ménage et l'hygiène du corps, Charlotte n'utilise que des accessoires 0 déchet faits main et en France, qu'elle déniche sur Internet ou dans les boutiques en vrac. Elle apprécie particulièrement les offrir en cadeaux à sa famille et ses amis pour les anniversaires et fêtes de fin d'année.

CENTRES D'INTÉRÊT :



PERSONNALITÉ :



PASSIONNÉE

PÉDAGOGUE

CURIEUSE

OUTILS DE COMMUNICATION IDÉAUX :



CE QUI L'AMÈNE À PRENDRE CONTACT :

- La certification des produits vendus : artisanaux, faits en France, avec le détail de leurs matériaux de composition et de leur provenance.
- Les avis laissés sur les produits sur Facebook et sur le site internet. Elle est convaincue d'acheter des produits de qualité.
- La possibilité de choisir les matériaux de certains produits, comme par exemple les cotons démaquillants, qui peuvent de ce fait mieux correspondre aux proches à qui elle veut offrir ces produits en cadeaux d'anniversaire.
- Les patchs brodés féministes et humoristiques de la couturière, qu'elle a trouvé amusants et originaux et qui marquent sa mémoire.
- Le site internet qui présente une boutique, où elle peut passer commande facilement, à n'importe quelle heure de la journée : elle commande directement.

N°3



AISANCE NUMÉRIQUE :

Applications mobiles

Réseaux sociaux

Internet

BRODERIE

JADE, LA MILITANTE BÉNÉVOLE

SOUS CATÉGORIE CIBLE : L'ACTIVISME ASSOCIATIF

CARACTÉRISTIQUES :

- **ÂGE :** 23 ans.
- **MÉTIER / ACTIVITÉ :** Etudiante en master mention cinéma et audiovisuel.
- **SITUATION :** Célibataire, sans enfant.
- **VILLE :** Toulouse.

SA RECHERCHE :

Jade a trouvé un flyer de La Couturière dans l'étalage de son association, mettant en valeur les patchs féministes brodés et la couture artisanal française en général.

DESCRIPTION :

Jade est une étudiante en deuxième année de master à l'école nationale supérieure de l'audiviseul de Toulouse (ENSAV). Passionnée de cinéma depuis sa petite enfance, elle s'est grandement investie dans ses études dès la première année. Sur le point d'entrer dans le monde du travail, elle a pour objectif de devenir scénariste, et de travailler à la réalisation de films ou documentaires engagés pour des causes qui lui sont chères, comme les droits de l'homme et plus particulièrement ceux des femmes. Ayant plus de temps pour elle et ses projets personnels depuis sa première année de master, elle a pu s'engager auprès de l'association «La Petite», qui agit en faveur de l'égalité des genres dans les arts et la culture. Elle fréquente aussi l'association «Parle avec elles», qui a pour ambition de donner la parole et de valoriser les compétences des femmes des quartiers populaires dans l'espace public, civique, politique, social, culturel et économique. Son intention est de mettre ses compétences au service de ce type d'associations, qui n'a pas forcément les moyens de payer des professionnels pour se développer. Pour son projet de fin d'études, elle a choisi avec des camarades de sa classe de réaliser un film documentaire sur la vie des femmes âgées dans les cités et les quartiers sensibles. Avec son groupe, ils ont décidé d'investir dans des patchs brodés à messages féministes.

CENTRES D'INTÉRÊT :



PERSONNALITÉ :



ALTRUISTE

CRÉATIVE

EXTRAVERTIE

OUTILS DE COMMUNICATION IDÉAUX :



CE QUI L'AMÈNE À PRENDRE CONTACT :

- Sa proximité géographique avec la couturière, qui habite dans le centre-ville de Toulouse.
- Les patchs brodés féministes et humoristiques de la couturière, qu'elle a trouvé amusants et originaux et qui montrent le savoir faire de la couturière.
- La possibilité de demander son propre patch personnalisé, ce qu'elle souhaite précisement pour elle et son équipe de tournage.
- Les posts instagrams qui témoignent de l'état d'esprit jeune, accessible et l'attitude «familière» de la couturière, qui dénote avec celui des couturiers brodeurs qu'elle trouve, plutôt axé vers la haute couture. Elle peut s'identifier et se sentir à l'aise.
- Les photos des clients portant leur patch mis en avant sur la page instagram de la couturière, ainsi que les avis positifs en général (y compris sur le site).
- Le prix «spécial étudiant», qui témoigne d'une prise en compte des petits budgets comme elle et ses amis sur ce type de produits pourtant très spécifiques.