



Ensemble vers un nouveau cap !

Etude de marché

Groupe Projet

Arthur Deblangy : Chef de projet

Carpentier Cyrielle : Responsable journal de bord du projet

Viacroze Marion & Kimberley Amoravain : Chargés de communication

Lateux Maureen & Antoine Bois : Chargés de la documentation

Objectif du document

L'objectif de cette fiche est de connaître le marché national de la bougie et de la bougie haut de gamme, mais aussi le marché local d'Amiens.

Version : 1.0

Auteur : Deblangy Arthur & Carpentier Cyrielle



Ensemble vers un nouveau cap !

I- Etude du marché national de la bougie

I.1. Le marché de la bougie

Le succès des bougies parfumées représente aujourd'hui un art de vivre. En France, 30% des ménages allument au moins une bougie tous les jours. En France, 75% de la production nationale de cire françaises est utilisée pour fabriquer des bougies parfumées contre 25% pour les articles religieux. En effet, la bougie a de plus en plus sa place pour parfumer nos intérieurs de ventes par an depuis 1995. Très dynamique au début des années 2000, cette évolution est due à l'explosion de la mode du « cocooning ». Le cocooning est un terme datant de 1987 qui désigne l'attitude consistant à se trouver si bien chez soi et qu'on ne souhaite plus en sortir sauf pour les nécessités vitales. Grâce à cette tendance, l'importation de cire en France a été multipliée par 5 en l'espace de dix ans. Les consommateurs souhaitent faire de leurs chez-soi, un univers où ils se sentent bien et les bougies peuvent jouer un rôle important dans cette quête du bien-être.

Tendance : les nouvelles bougies subliment la maison

De véritables signatures olfactives





Aujourd'hui le leader du marché de la bougie est Yankee Candle qui brasse un chiffre d'affaires de 844 millions de dollars par an. D'ailleurs, la marque a installé sa première boutique en France au centre-ville de Joué-lès-Tours. La marque Yankee Candle a frappé très fort au niveau de sa communication. En effet, c'est grâce à une communauté 2.0 que la marque a su se faire connaître. Les stars de Youtube, appelés « youtubeuse » ont vanté les mérites de ces bougies américaines. Ainsi, Yankee Candle a bénéficié d'une communication auprès de la gente féminine, principale cible dans l'achat de bougie. Malheureusement, la marque américaine, malgré sa nouvelle boutique, reste très difficile à trouver.

Les bougies parfumées sont très ancrées dans la culture française, elle représente aujourd'hui un art de vivre, mais elles peuvent également faire l'objet de cadeau. La bougie est un objet facile à offrir et très agréable à recevoir, encore plus en ce moment, alors que la tendance s'y prête énormément. De 1.50€ à 3€ pour Ikea et de 10 à 30€ pour Yankee Candle, les bougies peuvent toucher beaucoup de classe sociale, de la moins à la plus aisée.

En ce qui concerne la cible, la clientèle est principalement féminine puisque 80% des bougies parfumées sont achetées par des femmes. La bougie rivalise aujourd'hui avec le parfum de peau qui partage la même cible principale.

Mais l'évolution de la bougie par l'évolution de gamme n'est pas la seule innovation de ce marché. Des concepts comme Jewel Candle qui inclut un bijou dans sa bougie ou encore un box exclusivement avec des bougies ont fait leurs apparitions pour conquérir ce marché si grandissant.

1.2. Le marché de la bougie haut de gamme

L'évolution du marché de la bougie a poussé les entreprises à innover pour conquérir de plus en plus de consommateurs. La vente de bougies parfumées haut de gamme acquiert +15% par an depuis 1995 et d'après Julien Pruvost : « la bougie de luxe est en train d'acquiescer ses lettres de noblesse, les marques de parfum réalisent que c'est un vecteur d'image qui peut générer du chiffre d'affaires. » De plus, la France et l'Angleterre représente environ la moitié du marché de la bougie devant l'Asie.



Ensemble vers un nouveau cap !

Aujourd'hui le marché de la bougie haut de gamme est concurrencé aussi bien par l'entrée de gamme que par le haut de gamme, mais on retrouve un faible taux d'innovation. Parmi les marques de bougies haut de gamme, on retrouve par exemple : Diptyque, Rigaud, la maison Emmanuel Levain, Mizensir (fait main), Ladurée, la maison Trudon, Valmont, Bougies La Française. Mais des maisons de parfum ont également lancé leurs propres collection de bougies comme Dior ou encore Guerlain qui considèrent que la bougie comme un vecteur d'image.

Aujourd'hui, Diptyque est très apprécié des Youtubeuse, tout comme Yankee Candle, grâce à ses bougies. La marque brasse aujourd'hui un chiffre d'affaire estimé à 50 millions d'euros. Ses bougies se vendent entre 40 et 200 euros, en fonction de leur taille. La marque s'est récemment lancée sur une gamme plus cosmétique avec des soins du visage et corps pour d'avantage conquérir le marché de Yooutubeuse beauté.

Pour Mizensir, les bougies vont de 35 euros pour les plus petites jusqu'à 299 euros pour les grandes bougies à 3 mèches.

Ici, les bougies de tailles « normales » (hauteur : 9cm ; 230g) et pour un temps de diffusion de 55 heures, les bougies sont affichés à 75 euros. Pour la marque, plusieurs gammes sont à l'honneur, comme ci-dessous les bougies de l'édition d'été.



CHATEAU DE SABLE 230gr
CHF75.00



COUCHER DE SOLEIL 230gr
CHF75.00



DIABOLO GRENADINE 230gr
CHF75.00



VENT DU DESERT 230gr
CHF75.00



BLEU PISCINE 230gr
CHF75.00



ECUME DE MER 230gr
CHF75.00



Mais qu'est ce qui explique un prix élevé pour ces bougies haut de gamme ?

Tout d'abord, la qualité de cire des bougies haut de gamme n'a rien à envier à la bougie bas de gamme. La cire de ces bougies est une cire minérale ou végétale et donc beaucoup moins nocif à respirer. La mèche, elle aussi, possède une meilleure qualité. En bois, ou en pure coton tissé, elle assure une combustion parfaite à la bougie. Ici, pour Mizensir, la bougie est artisanale. Réalisée à la main, c'est un gage de qualité qui explique en partie le prix mais sa composition y est également pour beaucoup.

Les parfums utilisés pour ces bougies sont de qualités supérieures et coûtent jusqu'à 6 fois plus cher que ceux utilisés pour les bougies vendues en GMS. Les quantités de parfums dans ces bougies sont supérieures à celle des bougies low cost. Entre 8 et 12% pour les bougies haut de gammes alors que les bougies vendues dans les grandes surfaces, ou encore les bougies Ikea, la teneur en parfum avoisine les 2 à 3%.

Pour conclure, le marché de la bougie haut de gamme est en pleine évolution. Le prix des bougies est défini par la qualité de sa composition et par son aspect artisanale. Actuellement les marques haut de gamme restent timides du point de vue de leur communication et de leur innovation. Ritual a donc tout intérêt à innover sur ce marché et à réaliser une communication à la hauteur de ces bougies pour une demande qui ne cesse d'augmenter.

1.3. Le résumé SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- Produit de haute qualité (qualité de la cire utilisée 100% végétale ou minérale, mèche en coton fileté).- Parfums naturels et synthétiques.- Ce n'est pas seulement une bougie, mais un objet de décoration de luxe.- Senteur plus durable qu'une bougie traditionnelle.- Qualité et nombreux choix des parfums.	<ul style="list-style-type: none">- La bougie haut de gamme doit émettre le moins de suie possible, ce qui nécessite de nombreux ajustements de fabrication.- L'utilisateur doit exercer un certain rituel pour que la bougie fonde uniformément et ne se creuse pas en son milieu (<i>ex</i> : couper à chaque nouvelle utilisation le surplus de mèche brûlée).



<ul style="list-style-type: none"> - Diversité des designs (très beaux contenants en verre ou en céramique qui sont le fruit d'un véritable savoir-faire cirier). 	<ul style="list-style-type: none"> - Prix du produit élevé qui attirera essentiellement une population amiénoise aisée (Amiens est une ville avec de fortes inégalités entre les ménages).
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faible présence sur le marché local de magasins qui vendent des bougies de gamme supérieure. - Boutique spécialisée dans la vente de bougies uniquement contrairement aux boutiques et grandes surfaces vendant des bougies de moyenne gamme. - Le secteur haut de gamme ne connaît pas particulièrement la crise économique. - La population française recherche de plus en plus de produits de qualité. 	<p style="text-align: center;">MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concurrence importante avec les magasins vendant des bougies de moyenne gamme. - Réglementation relative à l'étiquetage pour la vente de bougies artisanales. - Présence de plus en plus importante des produits de substitution types diffuseurs d'ambiance, sprays, etc. - Conjoncture économique globale en baisse.

1.4 Analyse du marché local de la bougie.

<p>Etude des concurrents</p>	<p>A Amiens il n'existe pas réellement de concurrents directs liés à la bougie haut de gamme. Ses plus proches concurrents sont donc les grandes surfaces avec les bougies de moyennes gammes mais aussi les boutiques de décoration présentes dans la métropole amiénoise</p>
------------------------------	--



Ensemble vers un nouveau cap !

	<p>(ambiance et styles décoration, Isambourg, Truffaut, Maison du Monde). Cependant, les points de ventes ne sont pas les seuls concurrents, les sites internet en font également partis. Ils proposent des bougies de gamme supérieures. Mais selon une étude menée sur un panel de consommateurs, 70% des personnes sondées refusent d'acheter leurs bougies sur internet de ce fait nous ne pouvons pas considérer internet comme un concurrent direct.</p>
Fournisseurs	<p>Ritual est une boutique de vente de bougies de gamme supérieure. Elle a choisi ses fournisseurs grâce à leur savoir-faire et leur sérieux. En effet, ses fournisseurs sont axés sur l'innovation. La marque veut absolument sortir des produits de qualité pour que la marque Ritual soit une marque gage de qualité. C'est pourquoi elle met un point d'honneur à collaborer avec des fournisseurs importants pour sortir un produit de luxe avec des matières nobles. Le principal fabricant de cire est la Pologne.</p>
Clients	<p>La cible primaire pour le marché de la bougie parfumée est la gente féminine plus précisément âgées de 25 à 60 ans et faisant parties d'une catégorie socioprofessionnelle supérieur. De plus, la population Amiénoise est majoritairement féminine (52,8%). Nous estimons que ces consommatrices potentielles ont un pouvoir d'achat plus</p>



Ensemble vers un nouveau cap !

	<p>important pour ce genre de dépenses. Puis, pour la cible secondaire, nous estimons que la bougie est un cadeau facile à offrir ainsi les couples âgés de 30 à 60 ans sont également susceptible d'acheter cette accessoire.</p>
Entrants Potentiels	<p>Parmi les nouveaux entrants, on compte les structures innovantes en termes de marché de la bougie comme par exemple Jewel Candle et ses bougies où un bijou se trouve dans la cire ou encore des marques comme Yankee Candle, fort de sa notoriété qui pourrait ouvrir plusieurs boutiques en France et notamment à Amiens.</p>
Les produits de substitution	<p>Les diffuseurs ou les parfums d'ambiances peuvent être des substituts à la bougie, mais plus chère et moins ancré dans les esprits des consommateurs, la bougie reste le moyen de base pour parfumer son intérieur.</p>



Ensemble vers un nouveau cap !

Sitographie

- http://adoniscandles.fr/themes/PRS060148/press/TABLE&CADEAUNINTERNATIONAL_231116.pdf
- <http://mypreziosa.overblog.com/choisir-une-bougie-parfum%C3%A9e-de-haut-de-gamme>
- <http://www.mizensir.com/>