



RAPPORT DE STAGE TC2

Du 11 avril au 04 juin 2016

Problématique :

**Dans l'ère grandissante du numérique,
quelles techniques commerciales doit-
on mettre en place pour l'ouverture
d'une boutique d'objets connectés ?**

Maître de stage : Jérôme BURY

Professeur tuteur : Mme. KOUSSAIRI



Margaux Bury
2014 - 2016



Table des Matières

Introduction	1
I. Présentation de l'entreprise.....	2
I. Présentation de mon stage.....	4
II. Analyse de mon stage.....	8
A. Diagnostic interne.....	8
B. Diagnostic externe	9
C. Mise en place de la problématique.....	13
Conclusion.....	16
Annexes.....	17
Annexe 1 : Tableau missions	17
Annexe 2 : Communiqué de presse	20
Annexe 3 : Base de données communiqué.....	21
Annexe 4 : Tableau dépenses.....	23
Annexe 5 : Plans et perspectives de l'architecte	23
Annexe 6 : Logiciel de caisse.....	28
Annexe 7 : Affiche information ouverture	29
Annexe 8 : Affiche caméra	29
Annexe 9 : Chèque cadeau	30
Annexe 10 : Petites étiquettes.....	30
Annexe 11 : Etiquettes cloches.....	31
Annexe 12 : Fiche fidélisation.....	32
Annexe 13 : Sac SmartOne.....	32
Annexe 14 : Refus chèque.....	33
Annexe 15 : Fiche présentation marque.....	33
Annexe 16 : Fiche présentation produits.....	34
Annexe 17 : Affiche promotion fête des mères.....	36
Annexe 18 : Message Facebook	36
Annexe 19 : Affiche promotion fête des Pères.....	37
Annexe 20 : Base de données clients.....	37
Annexe 21 : Article presse.....	38

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué au succès de mon stage.

Tout d'abord, je tiens à exprimer ma reconnaissance à mon maître de stage, Jérôme Bury, unique associé de la franchise SmartOne à Clermont-Ferrand. Je le remercie de m'avoir accueillie pendant 8 semaines pour l'accompagner dans son projet d'ouverture de magasin ; mais aussi pour m'avoir encadré, orienté, aidé et conseillé durant ce stage.

Je remercie également Cédric Pradel et David Thirion, les deux franchiseurs du magasin, pour leur esprit partageur et convivial ainsi que pour leurs conseils pendant le temps d'ouverture du magasin.

J'adresse également mes remerciements à Mme. Koussairi, professeur tutrice, pour avoir encadré mon stage, pour avoir contacté l'entreprise afin d'effectuer le suivi de mon stage ainsi que d'avoir répondu très clairement et rapidement à toutes mes interrogations.

Dernièrement, je remercie Mme. Lemoine qui s'est donné tant de mal dans l'organisation des « job dating » afin de faciliter nos recherches de stage et le contact avec les professionnels.

Introduction

Le stage TC2 est, pour moi, l'occasion d'appliquer les savoirs et savoir-faire que j'ai pu acquérir pendant ces deux années de formations. Il est également l'occasion d'apporter une expérience professionnelle et personnelle supplémentaire à mon parcours.

J'ai effectué mon stage dans l'entreprise SmartOne à Clermont-Ferrand du 11 avril au 04 juin 2016.

J'ai choisi d'effectuer mon stage avec mon père puisque l'ouverture de sa boutique présentait un enjeu important dans ma volonté d'appliquer de nombreuses notions acquises grâce à la formation TC. Effectivement, cela représente un grand nombre de missions très diversifiées qui concilient tous les domaines TC.

En effet, c'est au travers des diverses missions que j'ai accomplies que j'ai pu comprendre la complexité d'une ouverture de boutique.

Ce rapport traitera de la présentation de mon environnement de travail, des missions que j'ai réalisées ainsi que d'une analyse de quelques missions.



I. Présentation de l'entreprise

SmartOne est une SAS (Société par Action Simplifiée) créée en 2014 par Cédric Pradel et David Thirion. Ces deux visionnaires ont implanté leur idée au cœur de Fontainebleau (77).

A l'origine, Cédric Pradel est patron d'une société spécialisée dans la téléphonie IP. Il décide de créer SmartOne au retour du salon Oracle Open World, à San Francisco, qui lui ouvre les yeux sur la révolution des objets connectés.

« Nous sommes partis du constat que les objets connectés ont une histoire à raconter, qu'ils chamboulent les usages habituels, et qu'il ne suffit pas de les placer sur un linéaire ou sur un site de e-commerce. »

Le Concept...

SmartOne est une boutique spécialisée dans la vente d'objets connectés et d'accessoires de mode et tendance pour smartphones et tablettes.

Les deux créateurs ont voulu partager leur passion en amenant cette technologie en cœur de ville, dans un lieu privilégiant l'accueil, la proximité, le dialogue et les conseils.



Cédric Pradel : Président de SmartOne

En effet, le service et le conseil sont des qualités recherchées par les clients qui apprécient leur approche et notamment d'avoir ramené de l'échange et de la convivialité dans le domaine de la high-tech.

Plus précisément, la boutique se partage en trois univers :

- Les objets connectés – on y découvre toutes les dernières tendances divisées en trois zones :
 - Les loisirs (drones, montres, traqueurs...)
 - La maison (domotique, caméra de surveillance, station météo...)
 - Le bien-être (électro-stimulateur, brosse à dents connectée, compagnon de sommeil...)
- L'audio – une sélection de casques et d'enceintes (Bluetooth ou wifi) de différentes marques reconnues (Marshall, Bose, Jarre technologies, Samsung, Sonos, Jbl...)
- Les accessoires – de nombreuses coques de créateurs (Christian Lacroix, Karl Lagerfeld, Ora ìto, Jean-Paul Gaultier, Kenzo...) ainsi que d'autres accessoires pour smartphones

On trouve également un espace nommé « L'@telier », qui permet aux conseillers de présenter les produits et de les essayer.

Ils ont attentivement étudié, vérifié et déposé le concept jusqu'à l'agencement et la décoration des espaces à dimension humaine, afin de privilégier le contact et la découverte de l'offre.

Aujourd'hui, le magasin pilote de Fontainebleau emploie (en CDI 35h) Baptiste, un jeune vendeur au savoir-faire confirmé.

En 2015, ils ont reçu le 1^{er} prix de l'innovation par la chambre du commerce et de l'industrie de Seine-et-Marne. Cela démontre l'intérêt pertinent que présente leur approche.

Leur approche a biens des vertus commerciales puisque miser sur la qualité du contact avec le client plutôt que la quantité leur permet d'augmenter le panier moyen, qui avoisine les 63 euros (en novembre 2015).

Un an après leur lancement, le bilan se dévoile très positif : SmartOne affiche un chiffre d'affaires de 148 000 euros, en progression de 30% mensuel les mois derniers.

SmartOne avait créé un site Internet mais a récemment développé la partie achat en ligne pour la plupart des produits présents en magasin.

Souhaitant développer leur réseau en intégrant de nouveaux centres villes, SmartOne a créé une nouvelle SAS. Aujourd'hui, la franchise Clermontoise est la deuxième boutique SmartOne en France. D'ici 2017, il est prévu que 2 à 3 franchises soient ouvertes en France.



De gauche à droite : Baptiste (Vendeur), Cédric Pradel (Président), David Thirion (Associé)

I. Présentation de mon stage

J'ai pu intégrer la franchise SmartOne du fait que mon père est l'unique associé de cette dernière. Son ouverture demandait un travail commercial correspondant pleinement à des missions que je pouvais réaliser. Au cours des 8 semaines de stage, j'ai pu réaliser un grand nombre de missions qui m'étaient confiées par mon maître de stage. J'ai également pris des initiatives pour réaliser certaines de mes missions.

Plus précisément, mon stage s'est déroulé en deux parties distinctes :

- Avant l'ouverture
- Après l'ouverture

Effectivement, les missions en amont étaient plutôt dirigées vers les fonctions achat, gestion administrative, communication... Les missions en aval étaient dirigées vers les fonctions vente, communication, merchandising...

Mes missions étaient donc les suivantes :

- ✓ Travail sur le communiqué de presse
- ✓ Réalisation d'un tableau de contact pour la diffusion du communiqué de presse
- ✓ Réalisation d'un tableau de suivi des dépenses
- ✓ Achat pour l'aménagement de la boutique
- ✓ Accompagner l'ouverture de la boutique
- ✓ Gestion globale de la boutique
- ✓ Production de supports de communication
- ✓ Réalisation d'une base de données client (Access)

Elles sont toutes synthétisées dans un tableau ([Annexe 1 : Tableau missions](#)).

Quand on ouvre une franchise, il y a un travail à réaliser en amont qui doit être effectué sérieusement pour constituer des bases solides. J'ai débuté mon stage un mois avant l'ouverture, donc pendant cette période de préparation.

Dans un premier temps, j'ai travaillé sur un aspect de la communication. Bien évidemment, celle-ci commence avant l'ouverture. J'ai remanié et édité le communiqué de presse qui avait été préalablement créé par David Thirion ([Annexe 2 : Communiqué de presse](#)). Cette mission est essentielle au démarrage d'un magasin puisqu'elle va donner la première image de l'entreprise.

Afin de diffuser le communiqué de presse auprès d'un maximum d'acteurs locaux, j'ai créé une base de données qui regroupe les différentes branches importantes à cibler, soit :

- Institutionnels
- Radios locales
- Presse écrite régionale
- Presse numérique régionale
- Télévision locale
- Chambre consulaire
- Associations

Pour chaque branche, nous retrouvons les coordonnées de chaque intervenant ([Annexe 3 : Base de données communiqué](#)). Cette base de données nous a permis de transmettre le communiqué de presse à chacun des noms inscrits. Observons que par la suite, nous avons été démarchés par plusieurs périodiques, journaux locaux ou régionaux et radios, pour des propositions de création d'articles ou de partenariats publicitaires.

Au niveau financier, j'ai mis en place un tableau de suivi des dépenses liées à l'aménagement du magasin ([Annexe 4 : Tableau dépenses](#)). Synthétiser les pièces comptables permet de surveiller les dépenses réalisées. Plus précisément, j'ai repris les factures, devis et tickets de caisse pour suivre l'évolution des dépenses.

On retrouve la partie « gros œuvre » qui reprend les dépenses liées aux artisans. Ces dernières sont d'abord disponibles en devis puis en facture. La partie « petit œuvre » correspond, entre autres, aux achats que j'ai effectué pour l'aménagement du magasin (meubles, fournitures...).

J'ai pu obtenir un comparatif entre les devis des artisans et le réel. Initialement, le budget prévu pour ces dépenses s'élevait à 30 000€ HT maximum.

Le tableau affiche un total de 29 013,92€ HT. Les dépenses réalisées entre donc dans le budget initial malgré des différences entre les devis et factures liées à des imprévus.

Pendant plusieurs semaines, j'ai réalisé des achats liés à l'aménagement du magasin. Ces derniers devaient respecter le design intérieur déterminé par l'architecte pour un coût devant être réduit au maximum ([Annexe 5 : Plans et perspectives de l'architecte](#)). Selon la disponibilité de certaines pièces, j'ai dû m'adapter et trouver du mobilier se rapprochant le plus des références conseillées par l'architecte. J'ai également contacté des enseignes à plusieurs reprises pour obtenir des renseignements sur des produits ou sur les délais de livraison.

Cependant, il manquait une table haute à l'ouverture du magasin. Celle-ci est arrivée un mois après l'ouverture, soit 5 semaines de retard de livraison. Après avoir téléphoné à l'enseigne qui existe seulement par Internet, j'ai pu obtenir des informations :

- Le retard de livraison est lié aux grèves des transporteurs → Levier sur lequel ils ne peuvent pas agir
- Leur marge opérationnelle se limite à 5% → Récupérer 6,5€ sur un produit à 130€ est minime

L'unique solution est donc de ne pas les recommander auprès de notre entourage et de ne pas traiter une nouvelle fois avec eux.

Peu de temps avant l'ouverture, les deux franchiseurs, Cédric Pradel et David Thirion sont venus sur Clermont-Ferrand pour apporter leur aide au démarrage. Pour l'accompagnement de l'ouverture de la boutique, j'ai donc enregistré chaque produit dans le logiciel de caisse « Odoo ». Plus précisément, il était nécessaire d'inclure le prix de vente, la quantité en stock, le prix de revient, la catégorie interne, le type de produit et une photo ([Annexe 6 : Logiciel de caisse](#)).

J'ai également effectué de la réception de marchandises puis vérification de celle-ci avec le devis, la liste de colisage, le bon de livraison et la facture.

J'ai ensuite étiqueté chaque produit puis rangé la réserve par zones similaires à celles du magasin. Cela permet un gain de temps pour retrouver un produit.

Enfin, j'ai pu effectuer le display (disposition) du magasin selon les zones établies au préalable : Audio, Loisirs, Maison, Bien-être, Coques et Accessoires.

Toutes ces missions devaient être et ont été réalisées pour l'ouverture du 07 mai. Ces missions ont également permis d'assurer une bonne organisation autour de la réserve, et ce, dès l'ouverture du magasin.

Dans un second temps, après l'ouverture de la boutique, j'ai pu mener les missions « classiques » de gestion quotidienne d'un magasin. J'ai effectué l'ouverture le matin, accueilli et conseillé les clients, fait du réassort si besoin, changé la vitrine en fonction des événements (fête des Mères et des Pères) ou des nouveaux produits. J'ai également fait de l'encaissement ou des retours produits ainsi que de la réception de colis.

La boutique proposant des produits « nouveaux », il était nécessaire de les tester pour le faire correctement auprès de la clientèle.

Ces missions quotidiennes ont pour but d'obtenir une meilleure gestion de la clientèle, un accompagnement du client de l'entrée jusqu'à sa sortie, de s'imprégner rapidement des produits et enfin, une bonne qualité de service client car la maîtrise de l'outil de caisse, des produits et des stocks est présente.

Tout le long de mon stage, j'ai réalisé plusieurs supports de communication dans le but de faire connaître la marque et de promouvoir les produits.

Avant l'ouverture du magasin, j'ai réalisé une affiche d'information d'ouverture de magasin dans la ville de Clermont-Ferrand. Je l'ai positionné sur les quatre vitrines du local pour obtenir plus de visibilité ([Annexe 7 : Affiche information ouverture](#)).

Ensuite, j'ai créé une affiche qui indique la présence de caméras de surveillance ([Annexe 8 : Affiche caméra](#)). Cette dernière est à afficher obligatoirement dans tout magasin utilisant des caméras de surveillance. Cependant, l'affiche n'a pu être placée dans le magasin seulement après avoir obtenu l'autorisation officielle de placer des caméras de surveillance.

Après l'ouverture, j'ai réalisé un chèque cadeau qui est utilisé lors d'achats à effectuer. Le magasin n'effectue pas de remboursement monétaire auprès du client ([Annexe 9 : Chèque cadeau](#)).

La création d'étiquettes participe également au display du magasin. En effet, pour chaque produit (sauf accessoires sur broches), j'ai réalisé une étiquette qui est composée du nom du produit, d'un petit texte explicatif du fonctionnement ou des options du produit et du prix de vente ([Annexe 10 : Petites étiquettes](#)). J'ai également fait des étiquettes de plus grande taille pour les produits sous cloches en vitrines ([Annexe 11 : Etiquettes cloches](#)). Celles-ci sont identiques aux petites mais possèdent un texte explicatif complet pour permettre une compréhension optimale du produit à la vue des passants.

Afin de créer une base de données client et effectuer des réservations de produits, j'ai créé une fiche de fidélisation client sur laquelle figure le nom, prénom, mail, téléphone ainsi qu'une phrase d'acceptation de contact ([Annexe 12 : Fiche fidélisation](#)).

De plus, de façon provisoire, la boutique ne possède que des sacs blancs vierges où ne figure pas la marque. C'est pourquoi, j'ai créé et édité des planches d'étiquettes autocollantes pour les sacs. Il est nécessaire d'apposer la marque, l'adresse postale et le site Internet dessus car les clients sont des vecteurs de publicité en se déplaçant avec le sac SmartOne ([Annexe 13 : Sac SmartOne](#)).

J'ai aussi créé une petite affiche qui présente un message de refus de chèque puisque SmartOne n'accepte pas ce règlement. Cette création a un caractère obligatoire pour tout commerce ([Annexe 14 : Refus chèque](#)).

Afin de donner plus d'informations aux clients concernant nos collections de produits, j'ai créé plusieurs fiches de présentation de marque à positionner en magasin ou en vitrine des marques JBL et Marshall ([Annexe 15 : Fiches présentation marque](#)).

J'ai également créé des fiches de présentation de produits pour vitrine ou collections de marques en boutique (Vitrine Fête des Mères, Vitrine Fête des Pères, Autre vitrine, Collection *Native Union*, *Jarre Technologies* et *Ora Íto*). Ces fiches sont composées des noms et prix de vente des produits. On peut parfois y voir une présentation succincte de certains produits complexes ([Annexe 16 : Fiches présentation produits](#)).

Dans le but d'activer les ventes et dans le cadre de la fête des Mères, j'ai créé une affiche de promotion affichée sur deux vitrines du magasin. La promotion correspond à une réduction de -10% sur tout le magasin sauf accessoires ([Annexe 17 : Affiche promotion fête des Mères](#)).

J'ai également créé un message publicitaire pour la fête des Mères que j'ai publié sur la page Facebook « SmartOne Clermont-Ferrand » ([Annexe 18 : Message Facebook](#)).

Pour finir, j'ai créé une affiche de promotion pour la fête des Pères que j'ai positionné sur la vitrine que j'ai réalisée ([Annexe 19 : Affiche promotion fête des Pères](#)). Cette promotion est identique à celle de la fête des Mères.

Toutes ces réalisations ont permis d'informer les passants sur le contenu de la boutique, de faciliter la compréhension des produits méconnus, de participer à l'acte d'achat des clients et de fournir la boutique des informations légales à afficher.

Dernièrement, j'ai réalisé le début d'une base de données Professionnels, Particuliers et Professions médicales (sous Access) dans le but de rentrer les coordonnées obtenues grâce à la fiche de fidélisation ou l'obtention de cartes de visites. Ces derniers pourront recevoir des newsletters de l'enseigne SmartOne ([Annexe 20 : Base de données clients](#)).

A ce jour, les professionnels rencontrés et intéressés se rattachent plutôt à l'univers de la domotique. Cependant, la base de données des professions médicales est intéressante car SmartOne propose quelques produits médicaux.



II. Analyse de mon stage

A. Diagnostic interne

1) Analyse des ressources internes

Ressources matérielles :

Atouts → La boutique a été rénovée et décorée pour son ouverture. L'aspect de celle-ci correspond à son concept qui est épuré et moderne. Le local possède plusieurs vitrines qui donnent beaucoup de visibilité aux produits mis en exposition.

De plus, l'emplacement de la boutique est privilégié puisqu'il se situe à la jonction de deux rues commerçantes et donc passantes dans le centre-ville.

Faiblesses → La peinture extérieure n'a pas été réalisée avant l'ouverture de la boutique. Cela a empêché une visibilité optimale de cette dernière. Après l'application de la peinture extérieure, on pouvait noter une augmentation du passage en magasin.



Ressources financières :

Atouts → Actionnariat stable du fait de l'unique associé.

Faiblesses → Budget communication limité car la boutique est la première franchise (après le magasin pilote). Le marché des objets connectés encore récent provoquent des réticences venant des banques.

Ressources humaines :

Atouts → L'unique associé est comptable de formation donc apporte une garantie au niveau de la gestion administrative et financière.

Faiblesses → Expérience commerciale limitée pour ce dernier.

Ressources immatérielles :

Atouts → Peu de concurrence sur la zone de chalandise, proposition de produits d'un marché en devenir.

Faiblesses → Notoriété en construction.

2) Analyse des compétences internes

Le cœur de compétences correspond à ce que l'entreprise fait mieux que ses concurrents. Dans le cas de SmartOne, il n'y a pas de concurrence directe dans la ville de Clermont-Ferrand. On peut cependant évoquer la concurrence indirecte que représente le marché en ligne qui propose nos produits. Egalement, plusieurs enseignes de multimédia et d'électroménager telles que la *Fnac*, *Boulangero* ou *Darty* proposent quelques produits similaires. Dernièrement, la boutique de téléphonie *Orange*, placée dans le centre-ville de Clermont-Ferrand, possède des produits similaires à SmartOne.

Les compétences clés sont celles qui permettent à une entreprise d'offrir au client un avantage unique. Pour SmartOne, ce point réside dans le concept que les franchiseurs ont développé : le conseil client.

Effectivement, l'espace de vente est dédié à une prise en main du produit par le client. Une grande majorité des produits proposés peuvent être testés par le client afin qu'il s'approprie ce dernier.

Egalement, le savoir-faire organisationnel propre à SmartOne permet de lui fournir un avantage concurrentiel. Le marché des objets connectés étant récent et encore peu connu de la population, SmartOne compte justement sur le savoir-faire de ses salariés pour se positionner comme le précurseur de tendances.

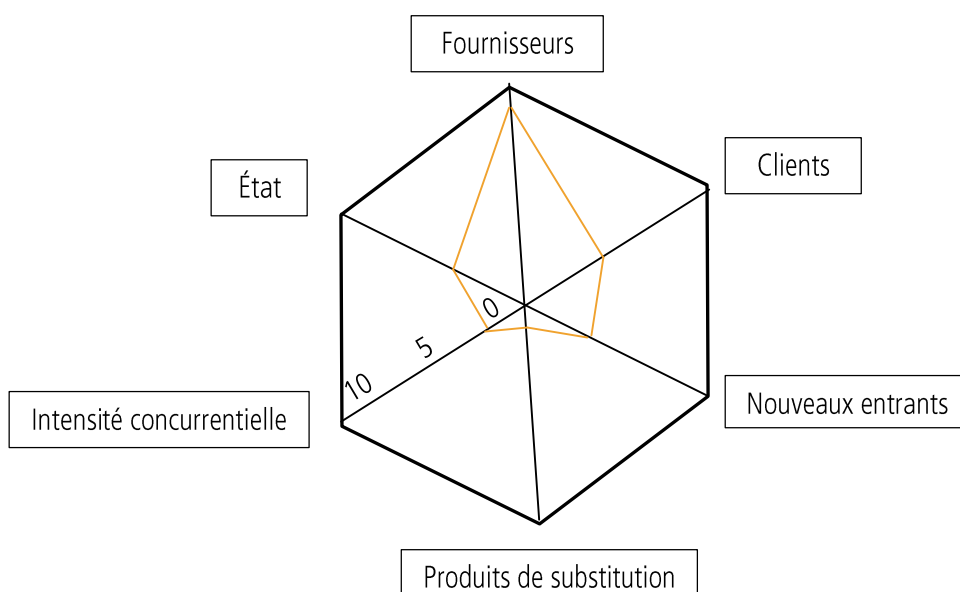
B. Diagnostic externe

PESTEL

Politique et Légal	<p>Sur le plan politique, la France a bien compris l'importance des objets connectés dans la vie de ses citoyens et a mis en place un plan industriel des objets connectés qui les place comme l'une des 34 priorités industrielles de la France.</p> <p>Son objectif est de capitaliser sur les acquis des différentes start-up françaises et de favoriser l'expansion de ce marché tout en améliorant la production sur le territoire national. Eric Carreel, CEO du groupe Withings en est le chef de file. La première cité de l'objet connecté se trouve d'ailleurs à Angers.</p> <p>La France dispose d'atouts pour tirer profit de cette nouvelle révolution en développant une industrie compétitive au niveau mondial : un tissu d'entreprises technologiques qui ont su très tôt se positionner sur les objets connectés, une bonne base R&D...</p> <p>Cette année encore, plusieurs PME françaises proposant des objets connectés innovants ont été primées au <i>Consumer Electronic Show</i> à Las Vegas, démontrant ainsi le dynamisme d'une industrie française en développement.</p> <p>D'un cadre juridique, la CNIL surveille de près la gestion des données personnelles récoltées et le traçage des activités des individus. L'Union Européenne est en pleine réflexion sur le cadre juridique encadrant la collecte, le stockage et le traitement des données personnelles.</p>
Économique	<p>Le marché des objets connectés est émergent et va connaître une forte croissance d'ici les années à venir.</p> <p>De plus, la France connaît une mutation sociologique profonde via une connectivité de plus en plus importante. Un nouvel essor économique découle du développement du marché des objets connectés. La notoriété de sociétés telles que Withings ou Nike qui croient profondément en l'avenir de ces objets ne peut que faire progresser ce marché et générer une demande de plus en plus forte. Cette évolution de la demande devrait ainsi permettre un développement de l'offre.</p>

	Dans le secteur médical, les objets connectés en lien avec la télémédecine permettent une réduction conséquente des dépenses en particulier dans le traitement des maladies chroniques. Dans ce même domaine, l'exploitation des données numériques médicales propres à chaque individu permettra de créer une véritable valeur économique pour les entreprises (développement de stratégies clients).
Socio-Culturel	<p>La France vit donc actuellement une véritable révolution numérique lié à un changement sociologique. Les entreprises développent leur connectivité au quotidien et les individus se tournent de plus en plus vers l'achat de Smartphones et de tablettes. Les objets connectés profitent des plateformes sociales qui ouvrent la voie à de nouveaux moyens de communication autour des objets connectés.</p> <p>Le marché des objets connectés a un très grand potentiel dans la mesure où il entre en résonance avec le mode de vie de la population (clients). Il bénéficie des mutations sociologiques récentes comme l'hyper-connectivité. Ce phénomène social est renforcé par l'émergence d'une nouvelle tendance : « Le quantified-self ». Cette tendance renvoie à un ensemble de pratiques variées qui ont toutes pour point commun, de mesurer, de comparer avec d'autres personnes des variables relatives à son mode de vie : nutrition, activités physiques, poids, sommeil...</p> <p>Cependant, l'objet connecté reste encore méconnu aux yeux de tous. La rapidité de développement de ces nouvelles technologies dépasse beaucoup de personnes. L'émergence de ces objets peut entraîner une certaine lassitude du fait d'une utilisation désuète qui les rend « gadgets ».</p>
Technologique	Les composants des objets connectés sont de moins en moins chers, ce qui facilite le lancement de produits. On note également une amélioration considérable du réseau Internet (apparition de la 4G, expansion de points d'accès gratuits au réseau sans fil). Cela aide à la performance de ces objets connectés.
Écologique	De nouvelles opportunités d'ordres économiques sont également liées à la réduction des dépenses énergétiques. Des sociétés prévoient des objets connectés permettant une réduction significative de la consommation d'énergie grâce à des procédés écologiques (domotique).

5 FORCES DE PORTER



Est-ce que les fournisseurs représentent une menace pour SmartOne ?		OUI	NON
Le pouvoir de négociation des fournisseurs	Nombre et concentration des fournisseurs : Moins d'une dizaine de fournisseurs actuellement donc pouvoir fort. Offre des fournisseurs différenciée : Encore peu de produits sur le marché donc peu de pouvoir de négociation. Produit contribue à la valeur de l'offre : Le produit représente le concept du magasin. Coûts de transfert : Non Source d'approvisionnement de substitution : Non Capacité des fournisseurs à intégrer la filière : Ils peuvent effectivement intégrer la filière en aval mais plus tard.	X X X X +/- X	 X +/-
	Total – Facteur clés de succès →SmartOne doit sélectionner les nouveaux produits tendances. →SmartOne doit accorder de l'importance à ses fournisseurs. →SmartOne doit chercher de nouveaux fournisseurs encore peu connus.	9	
Est-ce que les clients représentent une menace pour SmartOne ?		OUI	NON
Le pouvoir de négociation des clients	Nombre et concentration des clients : Beaucoup de clients donc grand pouvoir de négociation. Offre des fournisseurs différenciée : Oui et Non, encore peu de différenciation donc pouvoir de négociation au client. Produit contribue à la valeur de l'offre : Oui donc le pouvoir de négociation des clients diminue. Coûts de transfert : Non, facilité de changer de fournisseurs. Source d'approvisionnement de substitution : Oui et Non, peu de sources donc pouvoir de négociation des clients est faible. Capacité des fournisseurs à intégrer la filière : Non, pouvoir de négociation du client est faible. Sensibilité au prix : Beaucoup de produits proposés ont une valeur monétaire élevée donc pouvoir de négociation fort.	+/- X +/- X X	X +/- X X +/- X
	Total – Facteur clés de succès →SmartOne doit renouveler son offre constamment. →Mise en place de conseils personnalisés.	4	
Est-ce que les nouveaux entrants représentent une menace pour SmartOne ?		OUI	NON
Les nouveaux entrants + Attractivité du secteur	Taux de croissance important : Le marché est en croissance constante donc la rentabilité est élevée. Acteurs actuels fort pouvoir de rétorsion/réponse : Non Barrières à l'entrée (fin, jur, com) : Peu de barrières à l'entrée existent sur ce marché.	X	X X
	Total – Facteur clés de succès →SmartOne est déjà présent dans 2 villes en France. →SmartOne doit surveiller l'arrivée de probable nouveaux entrants (veille concurrentielle).	3	
Est-ce que les produits de substitution représentent une menace pour SmartOne ?		OUI	NON
Les produits de substitution	Fonction et usage similaires : Pas de produits de substitution car nouveau marché. Concurrence d'investissement : Non, le marché est trop récent et chaque fabricant cherche encore à innover.		X X
	Total – Facteur clés de succès →SmartOne se place sur un marché encore très récent et bénéficie de nombreux produits tendances.	1	

Est-ce que l'intensité concurrentielle intra sectorielle représente une menace pour SmartOne ?		OUI	NON
L'intensité concurrentielle intra sectorielle	Taux de croissance du secteur : Il est fort donc la rentabilité augmente et la force concurrentielle baisse.		X
	Coûts fixes : Ils ne sont pas très élevés car il y a toujours de nouveaux fournisseurs.		X
	Degré de concentration : Marché récent donc pas de concentration.		X
	Degré de différenciation offre : Marché récent donc encore peu de produits différents.	X	
	Nb faible + homogénéité forte : Peu de concurrents		X
	Barrières à la sortie : Entreprise récente donc peu d'encrage.		X
	Total – Facteur clés de succès → SmartOne se place parmi les quelques revendeurs d'objets connectés en surface de vente réelle (Internet exclu).	2	

SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> Présence de marques connues Proposition de valeur grâce au conseil client Magasin rénovée et décorée par un architecte (moderne / épuré) Grande visibilité (présence de 4 vitrines) Emplacement de qualité dans le centre-ville Ressources humaines de qualité en termes de gestion Peu de concurrence sur la zone de chalandise 	<ul style="list-style-type: none"> Faible notoriété Faible budget communication Peu d'expérience commerciale pour les ressources humaines
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> Marché très porteur en développement Beaucoup de clients potentiels (mutation sociologique) Importance de la cause environnementale Etat facilite l'évolution du marché Secteur médical intéressé par ce domaine Nouveaux fournisseurs donc offre élargie 	<ul style="list-style-type: none"> On retrouve les produits sur Internet Encore peu de fournisseurs Cadre juridique en pleine réflexion Marché encore méconnu Arrivée probable de concurrents Produits à forte valeur monétaire

Le diagnostic interne et externe nous révèle que SmartOne a su s'implanter à un moment stratégique de l'évolution de la société. En effet, le marché des objets connectés a un fort potentiel qui promet une évolution considérable d'ici les années à venir. SmartOne se place donc en précurseur des tendances avec l'implantation de deux magasins en France et un réseau qui va s'accroître pendant les années à venir. SmartOne doit cependant se faire connaître et entretenir une relation de qualité avec ses fournisseurs actuels et prochains qui se trouve à l'internationale.

C. Mise en place de la problématique

D'après mon diagnostic du marché des objets connectés (externe) ainsi que de la franchise SmartOne (interne) et de la conclusion que j'en ai tiré, j'ai pu mettre en évidence une problématique :

Comment aborder la mise en place d'une boutique d'objets connectés en centre-ville ?

Afin de répondre à cette problématique, il faut suivre un chemin chronologique.

Le marché des objets connectés a un fort potentiel mais reste encore méconnu aux yeux de tous. C'est pourquoi, la communication est un levier indispensable au lancement d'un magasin comme SmartOne.

J'ai eu pour mission de remanier (compléter et remettre en forme) et éditer le communiqué de presse. Celui-ci a pour but d'annoncer l'ouverture du magasin auprès d'un maximum d'acteurs locaux qui sont en lien direct ou indirect avec les produits proposés. Cette mission est essentielle au démarrage d'un magasin puisqu'elle va donner la première image de l'entreprise ([Annexe 2 : Communiqué de presse](#)).

Ce communiqué présente l'activité et les valeurs profondes de SmartOne : « proximité, échanges et conseils ». Il indique également le concept de l'entreprise qui est de tester les produits avant de les acquérir. Pour renouveler son offre en permanence, SmartOne sélectionne « le meilleur des nouveautés » auprès de multiples fournisseurs internationaux.

Le communiqué a pour but d'augmenter la proximité avec le client, d'instaurer une relation de confiance et de convivialité grâce à un lieu d'échange dans lequel chacun peut s'approprier les produits en les testant.

La fin du communiqué est consacrée aux coordonnées (adresse postale, téléphone et mail) de l'unique associé de SmartOne Clermont-Ferrand, mon maître de stage, Jérôme Bury.

Dans la continuité logique du communiqué de presse, j'ai réalisé un tableau rassemblant tous les contacts, acteurs locaux à qui nous avons envoyé le communiqué de presse ([Annexe 3 : Base de données communiqué](#)).

Face à un tel marché, il est indispensable de posséder une liste complète qui permet à la fois d'être rapide et de n'omettre personne pour cette communication essentielle. Celle-ci se compose de 7 groupes différents :

1. Institutionnels → C'est là une démarche formelle essentielle pour se faire connaître. D'ailleurs, grâce à ces contacts, mon maître de stage est convié à l'inauguration officielle de la cité numérique « le Bivouac » de Clermont-Ferrand.
 2. Radios locales
 3. Presse écrite régionale
 4. Presse numérique régionale
 5. Télévision locale
- } Moyens de communication incontournables. Grâce à l'envoi du communiqué, nous avons reçu la visite de plusieurs journalistes (Zap Magazine, Myrtille, La Montagne...) et des propositions de partenariats avec des radios.
6. Chambre consulaire → Démarche « logique » pour se faire connaître auprès des structures d'accompagnement.
 7. Associations → Plusieurs produits correspondent à une cible sportive (tennis, golf, vélo...). Il est intéressant de contacter des associations sportives pour leur proposer nos produits leur correspondant à un prix avantageux.

La réalisation de ces missions a donc permis de recevoir des réponses positives de plusieurs acteurs locaux. La venue de plusieurs journalistes nous a valu un article dans le journal *La Montagne* et des prises de contacts précieuses pour une future campagne de communication ([Annexe 21 : Article presse](#)).

Après avoir réalisé toutes les missions en amont de l'ouverture du magasin, je me suis concentré directement sur la manière de vendre des produits encore peu connus et innovants : les objets connectés.

Comme dit précédemment, le marché des objets connectés exige une bonne connaissance de ses produits. Encore méconnu ou peu maîtrisé par la plupart de la population, il est nécessaire que la force de vente du magasin maîtrise tous ses produits afin d'apporter un argumentaire de qualité à ses clients.

Une de mes missions était donc d'accompagner mon maître de stage dans la gestion globale du magasin. Pour lui, il était plus confortable d'être accompagné pendant la période d'ouverture. Mon objectif était donc d'apporter un soutien de force de vente à mon maître de stage.

Mes missions quotidiennes étaient de gérer l'ouverture du magasin, d'accueillir et de conseiller les clients, d'effectuer les encaissements, la gestion des stocks et de réassort. Je m'occupais également de la réception des colis de produits et des changements de vitrines.

La maîtrise de ces missions apporte un accompagnement du client de son entrée jusqu'à sa sortie, et donc un accompagnement personnalisé et une satisfaction client optimisée.

Afin de mener à bien ces missions, j'ai dû comprendre et tester les produits complexes du magasin.

Effectivement, les gens ont besoin de tester les produits qu'ils ne connaissent pas. C'est pourquoi, j'ai testé avec eux des drones, un électro-stimulateur ou un casque de réalité virtuelle.

Pendant les premières semaines suivant l'ouverture, j'ai remarqué que plusieurs clients potentiels posaient des questions techniques auxquelles il était parfois difficile de répondre (ex : qualité de l'écran retour caméra de la manette d'un drone). Connaître son produit est indispensable pour le vendre.

C'est pourquoi, afin de faciliter cette tâche et d'apporter des avantages aux clients, je préconiserais la création d'un document sous forme de tableau qui présenterait chaque produit et ses caractéristiques importantes à connaître. Cet outil devra être mis à jour à chaque entrée de produit. Il serait utile en cas d'embauche pour un apprentissage rapide et efficace de chaque produit. Ainsi, il y aura une meilleure gestion de la clientèle.

Exemple :

Nom du produit	Prix	A savoir
Bluetens	149,90€	<p><u>Appareil d'électrostimulation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Massage relaxants, renforcement musculaire, soins kiné ▪ Label observeurdesign 2016 ▪ Certifié médical (conçu par professionnels de la santé) ▪ Batterie = 1 mois ▪ Compatible iOS / Android ▪ Poids = 25 grammes (se cale dans votre main)

A la suite de cette analyse de plusieurs missions que j'ai accomplies, il serait pertinent de reformuler la problématique soulevée.

J'ai insisté sur le fait que l'environnement dans lequel nous évoluons est changeant via une connectivité de plus en plus importante. Il est donc impératif de prendre cet aspect en compte.

Dans l'ère grandissante du numérique, quelles techniques commerciales doit-on mettre en place pour l'ouverture d'une boutique d'objets connectés ?

Je pense qu'un grand nombre de la population se perd facilement dans la jungle du numérique. C'est pourquoi, le rôle de SmartOne est d'apporter de la clarté et des conseils pour tous.

D'une part, avant l'ouverture du magasin, communiquer auprès des acteurs locaux est un passage obligatoire (communiqué de presse). Cela permet de se faire connaître et faire connaître nos produits auprès des professionnels comme des particuliers. SmartOne propose des produits parfois méconnus. Il faut alors susciter l'attention en rassurant le lecteur par la mise en avant des valeurs de l'entreprise : le conseil, le test et la convivialité.

D'autres parts, il est judicieux d'apporter un service personnalisé à sa clientèle. Les gens ont besoin d'être rassuré lorsqu'il ne connaît pas un produit. Pour cela, je propose à mes clients de tester les produits comme les drones, de prendre le temps de les comparer, de faire écouter leur musique pour la partie audio... Le magasin a pour vocation d'être un lieu d'échanges et de découvertes.

Pour mener cela à bien, il est indispensable de connaître ses produits. Le tableau que je préconise permettrait de faciliter cette tâche et pourrait s'étendre auprès de toutes les franchises qui ouvriront prochainement.

Conclusion

Mon stage :

Globalement, je suis très satisfaite de mon stage car mes missions étaient très diversifiées. Accompagner l'ouverture d'un magasin m'a intéressée puisque c'est à la fois un travail en amont et en aval, ce qui ne le rend pas monotone. Je me suis sentie très utile pour cet accompagnement et également pour la vente et le conseil client.

Je n'ai pas rencontré de grandes difficultés dans mes missions. Effectivement, elles correspondaient à mes compétences acquises pendant mes deux années de formation à l'IUT. Cette expérience professionnelle enrichissante m'a permis d'acquérir un certain degré de maturité, d'obtenir une vue d'ensemble de la création et de l'organisation d'une entreprise, notamment par la compréhension de l'importance de chaque domaine tels que la communication, l'achat, la comptabilité ou le marketing...

J'ai pu apporter à SmartOne un regard neuf et jeune ainsi que mes compétences que j'ai mis en pratique, entre autre, autour de la communication et la vente. J'ai également pu réutiliser ce que j'ai appris de mon stage de première année.

Ma poursuite d'étude et objectifs professionnels futurs :

Je suis inscrite à l'ISME (Institut Supérieur de Management d'Entreprises) à Nantes pour la rentrée scolaire prochaine. J'ai choisi la formation « BAC+3 Chargé de développement commercial et marketing » en alternance. L'ISME et l'ESC Grenoble propose cette formation validée par un titre certifié RNCP de niveau II, délivré par I4ESC Grenoble.

Il reste cependant à trouver une entreprise pour effectuer cette année (j'ai déjà passé des entretiens et je vais en passer encore prochainement).

En effet, j'ai choisi ce domaine de formation car c'est celui qui m'intéresse le plus dans l'univers du commerce. L'objectif de cette formation est d'approfondir mes connaissances sur des postes d'encadrement au travers d'une formation professionnelle.

Regards sur ma formation à l'IUT :

Mes deux années en DUT Techniques de Commercialisation ont été enrichissantes, tant au niveau professionnel que personnel.

Effectivement, j'ai acquis de nombreuses connaissances que j'ai pu appliquer pendant mes stages mais également pour les nombreux projets proposés par les enseignants et intervenants du DUT Techniques de Commercialisation.

L'encadrement était de qualité et personnalisé. L'accompagnement pour mon projet professionnel s'est trouvé utile (aide à la rédaction de CV et lettre de motivation) et pertinent (organisation de rencontres professionnelles).

Concernant l'aspect personnel, les multiples projets de groupes m'ont permis d'améliorer mon organisation personnelle puisque j'étais souvent chef de groupe.

Annexes

Annexe 1 : Tableau missions

Missions	Objectifs	Actions	Résultats
Travail sur le communiqué de presse	Annoncer l'ouverture de la boutique auprès des acteurs locaux	J'ai remanié et édité le communiqué de presse à adresser aux acteurs locaux.	Cette mission est essentielle au démarrage d'un magasin puisqu'elle va donner la première image de l'entreprise.
Réalisation d'un tableau de contact communiqué de presse	Rassembler l'ensemble des acteurs locaux à qui nous avons envoyé le communiqué de presse	Création d'un tableau complet rassemblant les catégories, le nom et les coordonnées des acteurs locaux à qui le communiqué de presse a été envoyé.	Avoir une liste complète permet d'être rapide et n'oublier personne pour cette communication essentielle.
Réalisation d'un tableau de suivi des dépenses	Synthétiser les pièces comptables pour surveiller les dépenses réalisées	J'ai créé, via le logiciel Excel, un tableau synthétisant tous les coûts entrants dans la partie de l'aménagement de la boutique. Plus précisément, j'ai repris les factures, devis et tickets de caisse pour suivre l'évolution des dépenses.	Ce tableau permet de comparer les dépenses réelles et les dépenses estimées. Plus particulièrement, j'ai pu obtenir un comparatif entre les devis des artisans et le réel.
Achat pour l'aménagement de la boutique	Respecter le design intérieur déterminé par l'architecte	- Achat de biens d'équipements - Appel d'enseignes pour renseignements produits ou délais de livraison	L'ensemble du magasin correspond au rendu espéré par l'architecte. Il manquait cependant une table haute à l'ouverture qui est arrivé seulement 1 mois après l'ouverture.
Accompagner l'ouverture de la boutique	Respecter l'impératif d'ouverture du 07 mai	- Enregistrement de tous les produits dans le logiciel de caisse (prix de vente, quantité, prix de revient, catégorie de produit, photo...) - Vérification des devis et bons de livraison - Réception de marchandises - Etiquetage de chaque produit - Rangement de la réserve pour faciliter l'accès aux produits - Disposition des produits dans les différents espaces dédiés	L'ouverture du magasin s'est bien effectuée le samedi 07 mai comme il était prévu. Ces missions ont permis d'assurer une bonne organisation autour de la réserve.

Gestion globale de la boutique	Apporter un soutien de force de vente à mon maître de stage	<ul style="list-style-type: none"> - Ouverture boutique - Accueil et conseil client - Encaissement, gestion des stocks, réassort. - Réception colis produits - Display de vitrine 	<ul style="list-style-type: none"> -Meilleure gestion de la clientèle -Accompagnement du client de l'entrée jusqu'à sa sortie -S'imprégner rapidement des produits -Bonne qualité de service client car maîtrise de l'outil de caisse, maîtrise des produits et des stocks
Production de supports de communication	Faire connaître la marque et promouvoir les produits et la marque	<ul style="list-style-type: none"> -Réalisation d'une affiche de promotion d'ouverture d'enseigne dans la ville de Clermont-Ferrand. - Réalisation d'une affiche obligatoire de la présence de caméra de surveillance. - Réalisation d'un Chèque Cadeau pour les avoirs. - Conception de multiples étiquettes (petit format) pour présenter le produit, afficher le prix et expliquer brièvement son fonctionnement. - Conception de multiples étiquettes (format moyen) pour les produits sous cloches en vitrines. Le format plus large permet d'apposer un paragraphe complet sur le produit. - Création d'une fiche fidélisation client pour créer une base de données clients mais également pour effectuer des réservations de produits. - Création de planches d'étiquettes pour nos sacs blancs. Ces derniers sont provisoires. - Conception de fiche présentation de produits pour vitrines ou collection de marque en boutique (Vitrine Fête des Mères, Vitrine Fête des Pères, Autre vitrine, Collection <i>Native Union</i>, <i>Jarre Technologies</i> et <i>Ora ïto</i>). - Edition de fiches de présentations des marques <i>JBL</i> et <i>Marshall</i>. 	<p>Toutes ces réalisations permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'informer les passants sur le contenu de la boutique - de faciliter la compréhension des produits méconnus - de participer à l'acte d'achat des clients - de fournir la boutique des informations légales à afficher

		<ul style="list-style-type: none"> - Création d'un message «Refus de chèque» obligatoire à afficher en caisse. -Création d'une affiche de promotion pour la fête des Mères -Publication Facebook pour promouvoir produits fête des Mères -Création d'une affiche de promotion pour la fête des Pères 	
Réalisation d'une base de données client	Pouvoir communiquer facilement par l'utilisation de ces bases de données	-Création de trois bases de données clients (Particuliers, Professionnels et métiers du médical)	Pas encore d'exploitation à la fin de mon stage.

[Retour dossier](#)

18 Avril 2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Diffusion : à partir du 19 Avril 2016

SMARTONE, le high-tech en cœur de ville

La boutique connectée à taille humaine

SMARTONE, l'enseigne spécialisée dans les objets connectés, l'audio et les accessoires de mode pour smartphones, ouvre sa boutique au cœur de Clermont-Ferrand, au 31 rue Saint-Esprit.

Ce lieu de proximité, d'échanges et de conseils, permettra à chacun de découvrir l'environnement des objets connectés innovants, et surtout de les tester avant acquisition.

De plus, on pourra y trouver une sélection de produits audio, ainsi qu'une large gamme d'accessoires de mode pour smartphones et tablettes.

SMARTONE est un précurseur des tendances, et sélectionne en permanence le meilleur des nouveautés, tout en privilégiant l'appropriation de celles-ci par le client.

A Clermont-Ferrand, Jérôme Bury vous accueille et vous conseille du mardi au samedi de 10h à 13h puis de 14h30 à 19h. Ancien cadre financier, ce passionné de nouvelles technologies a choisi de partager sa passion en ouvrant un lieu de convivialité en cœur de ville.

« Chez Smartone, les objets connectés ne sont pas conditionnés en linéaires mais accessibles à tous : drones, ampoules connectés ou encore brosse à dent interactives peuvent être essayés et testés. J'ai également sélectionné une gamme complète de casques et enceintes qui couvrent tous les usages en alliant qualité et budget. Dans l'espace créateur, les coques et accessoires affichent leur originalité avec des marques de luxe et les dernières tendances à des prix très compétitifs. »

Contact : Jérôme Bury
SMARTONE Clermont-Ferrand
31 rue Saint-Esprit
63000 CLERMONT-FERRAND
Téléphone : 04 73 15 93 66
clermont-ferrand@smartone.fr

Diffusion du communiqué de presse

TABLEAU 0 : Institutionnels

Intitulé	Adresse	Téléphone	Mail	Observations
Mairie	10 Rue Philippe Marcombes, 63000 C-F	04 73 42 63 63	sbora@ville-clermont-ferrand.fr	
Agglomération				
Plateforme Initiative			ccipiere@agglo-clermont.fr	
Département			RIEN	Remis en main propre
Région			laurent.wauquiez@auvergnerhonealpes.eu	
Quartier numérique	22 allée Alan Turing, 63000 C-F	04 43 86 02 02	benoit.membre@an-inprogress.fr	Benoît Membre (Directeur)

TABLEAU 1 : Radios locales

Radio	Fréq.	Adresse	Téléphone	Mail	Observations
RCF 63	91.6	133 Avenue de la République 63100 C-F	04 73 74 61 61	contact@rcf63.com	
RVA	92.0	4 Boulevard Robert Schuman 63000 C-F	04 73 16 40 00	Fiche contact via le site	
RADIO CAMPUS	93.3	16 rue Degeorges 63000 C-F	04 73 14 01 58	antenne@clermont.radiocampus.org	
RADIO ALTITUDE	97.0	38 rue Jeanne d'Arc 63000 C-F	04 73 91 14 61		
RADIO SCOOP	98.8	20 Boulevard Desaix 63000 C-F	04 73 17 61 61	redaction@radioscoop.com	
RADIO ARVERNE	100.2	Espace La Vague - Place Marcel Collange 63360 GERZAT	04 73 23 28 28	secretariat@radioarverne.com	Emission économie - vendredi 13h
LOGOS FM	101.6	Carrefour Europe - 5 place Charles de Gaulle 63400 CHAMALIERES	04 73 36 43 64	contact@logosfm.com	
FRANCE BLEU PAYS D'Auvergne	102.5	80 Boulevard François Mitterrand 63008 C-F	04 73 34 63 63	bleupaysdauvergne@radiofrance.com	
REBORN	X	35 Boulevard Jean Baptiste Dumas 63000 C-F	06 59 73 66 75	Via le site internet	Web radio
VIRGIN RADIO	89.6	7 Avenue Léonard de Vinci 63000 C-F	Standard : 04 73 28 28 10	aline.chaffangeon@lagardere-active.com	Directrice communication
CHERIE FM	100.8	Immeuble ATRIUM 9 rue Cataroux 63000 C-F	04 73 92 84 84	nrjclermont@nrj.com	
NOSTALGIE	87.7	Immeuble ATRIUM 9 rue Cataroux 63000 C-F	04 73 91 20 20		
NRJ	101.2	Immeuble ATRIUM 9 rue Cataroux 63000 C-F	04 73 90 55 55		

TABLEAU 2 : Presse écrite régionale

Presse	Adresse	Téléphone	Mail	Observations
LA MONTAGNE	45 Rue du Clos Four, 63000 C-F	04 73 17 17 17	redaction@centrefrance.com redaction@lamontagne.fr locale@centrefrance.com	Presse quotidienne régionale - Tout sujet d'actualité locale et nationale - Taux de pénétration 50%
SEMEUR HEBDO	37 Rue Montlosier, 63000 C-F	04 73 98 46 00	redaction@semeur.com	Hebdomadaire - plutôt politique et sujet d'actualités
INFO MAGAZINE	7 Place Jaude, 63000 C-F	04 73 43 50 50	redac63@infomagazine.com	Hebdomadaire - Sujets d'actualités locales
ZAP MAGAZINE	3 Rue Alluard, 63000 C-F	04 73 28 38 37	contact@myzap.fr	Mensuel - Lectorat urbain, jeune et branché (gratuit)
SPORTS AUVERGNE	45 Rue du Clos Four, 63056 C-F	04 73 17 19 98	redaction.sportsauvergne@centrefrance.com	Bimestriel - Tout le sport
MYRTILLE	15-17, rue Pré-de-la-Reine, 63000 C-F	04 73 91 31 29	fbournel@myrtillemag.fr	Mensuel (gratuit) - Services, informations
200	11, rue de Riom, 63000 C-F		redaction@200-lemagazine.com	Trimestriel dédié au vélo
CHAMINA EDITIONS	ZA Les Vignettes, 2 Rue du Colombier, 63400 Chamalières	04 73 92 81 44	info@chamina.com	Editeur de guides touristiques (sport)
DEMAIN CLERMONT	10, rue Philippe-Marcombes, 63000 C-F			Remis en main propre
L'AGENDA	55, allée des Côtes-de-Chanturques, 63100 C-F		http://lagendapuydomois.fr/annoncer-un-evenement/	Gratuit - Tout thème sur Clermont
L'Auvergne EN GRAND	13-15, avenue de Fontmaure, 63000 C-F		syndicats@odilia-editions.com	Hebdomadaire - édité par conseil régional - actualité région
MODERGNAT	1, rue Barbançon, 63000 C-F	04 73 92 13 58	redaction@moderagnat.fr	Mensuel - Actualité région
PUY DE DOME EN MOUVEMENT	24, rue Saint-Esprit, 63000 C-F			Remis à l'accueil
MAISONS D'Auvergne	Cyril Foucher Suzie Mars		mda63@orange.fr	Mensuel du conseil général - information locale
				Trimestriel

TABLEAU 3 : Presse numérique régionale

Site	Adresse	Contact	Observations
CYBERBOUGNAT	https://www.cyberbougnot.net/	webmaster@cyberbougnot.net	Toute actualité en ligne
NEWS AUVERGNE	http://www.newsauvergne.com/	redaction@newsauvergne.com	04 73 33 56 43

TABLEAU 4 : Télévision locale

Chaîne	Adresse	Téléphone	Observations
TV8 tv8@ville-clermont-ferrand.fr	Hôtel de Ville 10 Rue Philippe Marcombes, 63000 C-F	04 73 42 63 63	Remettre à la mairie
FRANCE 3 AUVERGNE	137, Avenue de Royat, 63407 Chamalières	04 73 43 73 43	Déposer dans la boîte aux lettres

TABEAU 5 : Chambre consulaire

Intitulé	Adresse	Téléphone	Mail	Observations
CCI	148 boulevard Lavoisier, 63037 Clermont-Ferrand Cedex 1	04 73 43 43 43	dolores.dossantos@puy-de-dome.cci.fr francoise.devisscher@puy-de-dome.cci.fr carfeuil@auvergne.cci.fr evenements@puy-de-dome.cci.fr	
CAPEB	2, rue Félix Mézard, 63019 C-F Cedex 2	04 73 25 71 71	capeb63@capeb63.fr	
FFB	21 avenue Marx Dormoy, 63037 C- F CEDEX	04 73 17 33 33	ffb63@d63.ffbatiment.fr	
CMA	Immeuble Jean-Paquet 17 boulevard Berthelot, 63400 CHAMALIERES	04 73 31 52 00	contact@cma-puydedome.fr	
Réseau entreprendre Auvergne	42,44 rue Georges Besse 63100 C-F	04-73-92-85-11	hgriveaud@reseau-entreprendre.org	

TABEAU 6 : Associations

Famille	Intitulé	Adresse	Contact	Observations
Commerce	CLERMONT COMMERCE	148 Boulevard Lavoisier, 63100 C-F	04 73 43 43 86 Voir page contact sur le site	
Sport	A-Bras	3, Impasse des cavaliers 63670 LE CENDRE	elysne.gouret@a-bras.org	Multisport
	Amicale Cyclo Clermontoise	40, Avenue des Etats Unis 63000 C-F	claudie.benistrand@wanadoo.fr	VTT
	AMICALE DES ECHANGES CYCLOTOURISTIQUES	36, rue des Hauts de Chanturgue 63100 C-F	gerard.debono@orange.fr	Cyclotourisme
	AMICALE LAÏQUE JULES VERNE	63, Rue Champs des Roseaux 63100 C-F	feral.patrick@wanadoo.fr	Multisport (dont Tennis)
	AMILCLUB CROIX DE NEYRAT ASPTT CLERMONT	Complexe Sportif M. BALLOT - Rue de la Rochelle 63370 LEMPEDES CEDEX	amilclubcn.63@gmail.com francked.chabert@wanadoo.fr asptt.clermont@wanadoo.fr	Multisport Omnisports
	ASSOCIATION DE COORDINATION USEP	121, Avenue de la Libération 63000 CLERMONT-FERRAND	navarro.michael63@gmail.com	Multisport

	ASSOCIATION SPORTIVE DES SAPEURS POMPIERS DE L'AGGLO CLERMONTOISE	19, Place Turgot 63100 CLERMONT- FERRAND	06 72 18 66 38	Multisport
	ASSOCIATION SPORTIVE ET CULTURELLE DES ATELIERS INDUSTRIELS AERONAUTIQUE	161, Avenue du Brezet 630028 CLERMONT-FERRAND CEDEX 1	jean-pierre.auclert@intradef.gouv.fr	Multisport
	ASSOCIATION SPORTIVE ET CULTURELLE RICHELIEU	16, rue Delarbre 63000 CLERMONT- FERRAND	richelieu.acs@laposte.net	Multisport
	ASSOCIATION SPORTIVE MONTFERRAND	84, Boulevard Léon Jouhaux 63021 CLERMONT-FERRAND Cedex 2	yvette.barniere@fr.michelin.com	Multisport
	ASSOCIATION SPORTIVE MONTFERRAND (Tennis)	84, Boulevard Léon Jouhaux 63021 CLERMONT-FERRAND Cedex 2	tennis@asm-omnisports.com	Tennis
	ATSCAF 63	Centre des Finances Publiques 63000 CLERMONT FERRAND	atscaf63@wanadoo.fr	Multisport
	CLERMONT ATHLETISME AUVERGNE	Stadium Jean PELLEZ 63170 AUBIERE	clermont.athletisme@wanadoo.fr	Athlétisme
	CLERMONT TRIATHLON	16, Rue Jules VERNE 63400 CHAMALIERES	g.rocher1@libertysurf.fr	Triathlon
	COMITE DEPARTEMENTAL FEDERATION SPORTIVE ET CULTURELLE DE FRANCE	28, Rue Antoine Gardette 63120 COURPIERE	joel.tarrerias@wanadoo.fr	Multisport
	COMITE DEPARTEMENTAL MEDAILLES JEUNESSE ET SPORTS	82, bis Avenue de la République 63100 C-F	ffmisd63.crauvergne@yahoo.fr	Multisport
	COMITE REGIONAL DU SPORT UNIVERSITAIRE	Campus des Cézeaux, MVE 63175 AUBIERE Cedex	ffsclermont-fd@wanadoo.fr	Multisport
	CUC - CLERMONT UNIVERSITE CLUB	Stade Universitaire 63000 C-F	cucomnisport@wanadoo.fr	Multisport
	ETOILE CYCLISTE DE CLERMONT FERRAND	56 avenue du Mont-Mouchet 63170 Aubière	contact@clermont-cyclisme.fr	Cyclisme
	IRIS 63 (Sport Adapté)	19, Ter Allée de Bellevue 63000 C-F	association-iris63@wanadoo.fr	Multisport
	L'OUVERTURE	33, Rue Taurette 63100 C-F	efiale@hotmail.fr	Multisport
	STADE CLERMONTOIS	Gymnase Honoré et Jean FLEURY 63000 C-F	stadeclermontois@wanadoo.fr	Multisport
	UFOLEP PUY-DE-DÔME	31 rue Pélissier 63028 C-F CEDEX 2	ufolep63@fal63.org	Multisport
	UNION NATIONALE DU SPORT SCOLAIRE 63	UNSS 63 Inspection Académique 63034 C-F cedex 1	gsa063@unss.org	Multisport
	UNION SPORTIVE DES AGENTS MUNICIPAUX (USAM)	Stade Philippe Marcombes 63000 C- F	wafakaragaciri63@gmail.com	Multisport
	VITALIFORME	Maison des Sports 63000 C-F	vitaliforme@yahoo.fr	Sport de forme

[Retour dossier](#)

Annexe 4 : Tableau dépenses

DEPENSES LIEES A L'OUVERTURE DE LA BOUTIQUE				
		DESIGNATION	DEVIS HT	REALISE HT
BUDGET AMENAGEMENT LOCAL 30 000€	GROS ŒUVRE	PEINTURE ET PARQUE	4 951,43€	5 208,40€
		PEINTURE EXTERIEURE	1490,00€	
		ELECTRICITE	5 600,00€	5 600,00€
		VITRERIE	7 467,41€	7 467,41€
		PLOMBERIE	519,00€	519,00€
		MENUISERIE	600,00€	2 210,00€
		CARRELAGE	1637,25€	1637,25€
		TOTAL	22 265,15€	22 642,06€
	PETIT ŒUVRE	DESIGNATION	DEVIS HT	REALISE HT
		SIGNALETIQUE INTERIE	820,00€	820,00€
		RADIATEUR		947,41€
		MEUBLE		1993,16€
		ETAGERES		390,28€
		CLOCHES		137,95€
		TRINGLE ET RIDEAU		29,46€
		TELEVISION		403,41€
		LUMINAIRES		258,16€
		ENSEIGNES		980,00€
		DIVERS		314,43€
		SECURITE INCENDIE		97,60€

[Retour dossier](#)

Annexe 5 : Plans et perspectives de l'architecte

Image 1

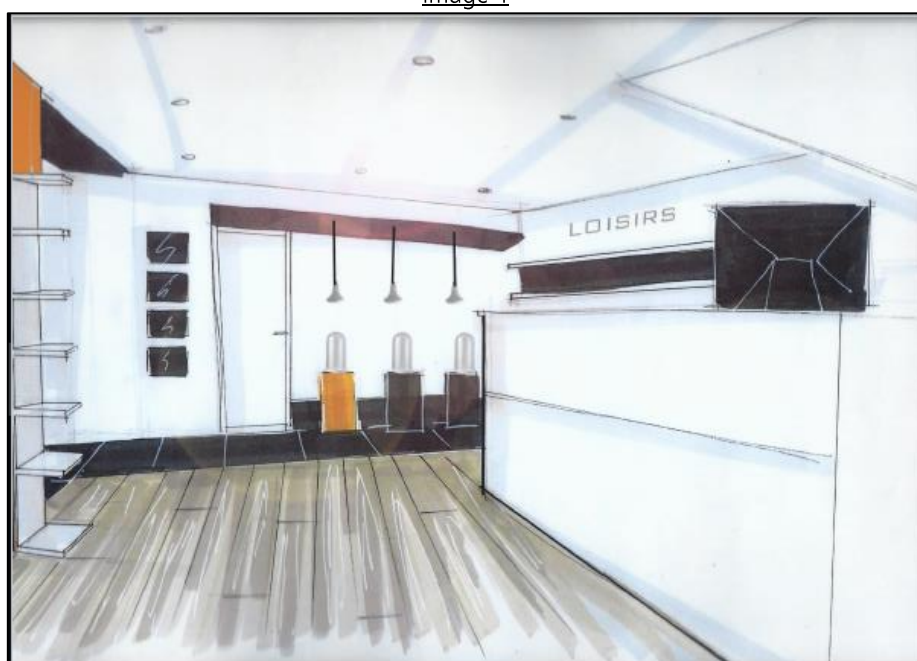


Image 2



Image 3



Image 4

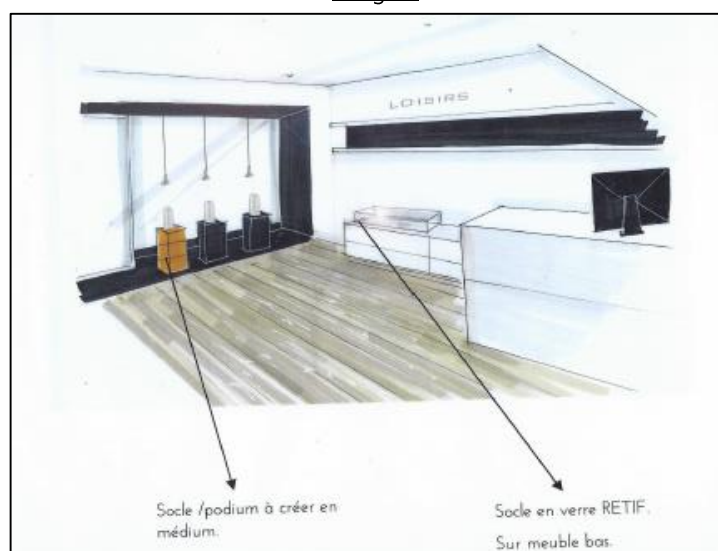


Image 5



Image 6

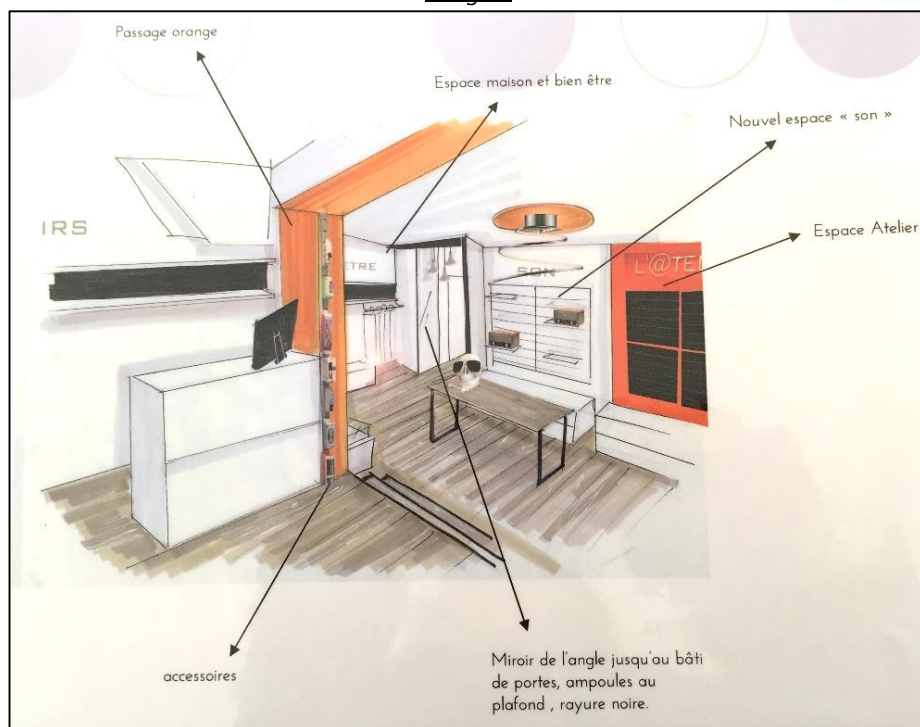


Image 7



Image 8



Image 9

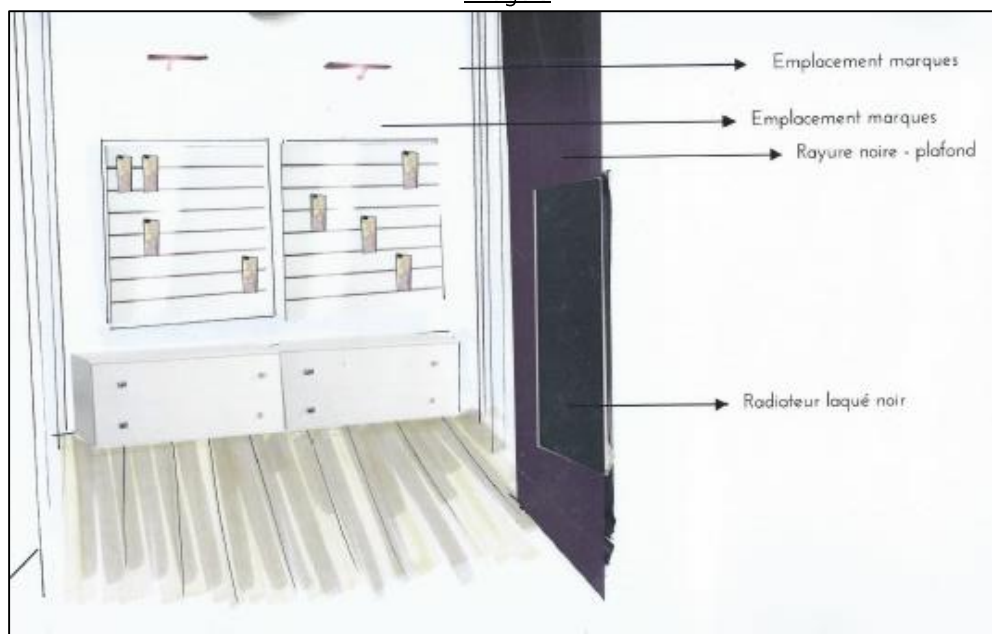


Image 10

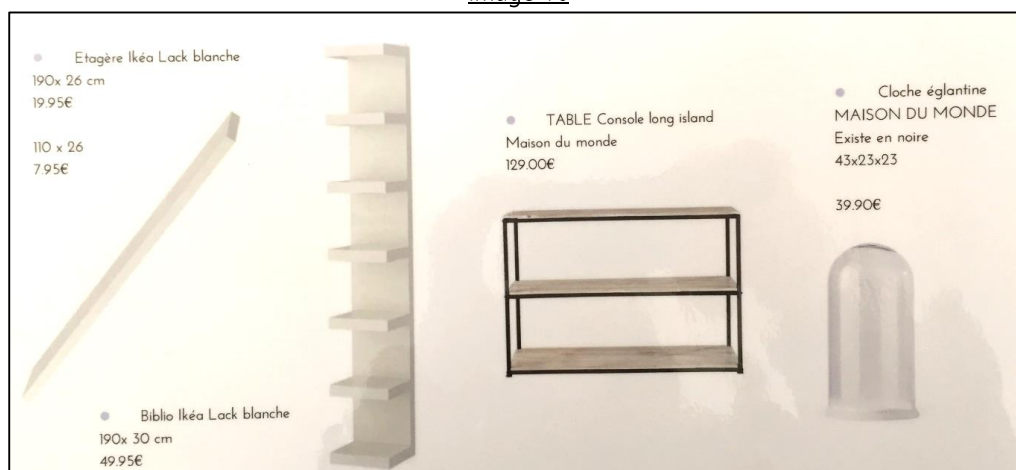
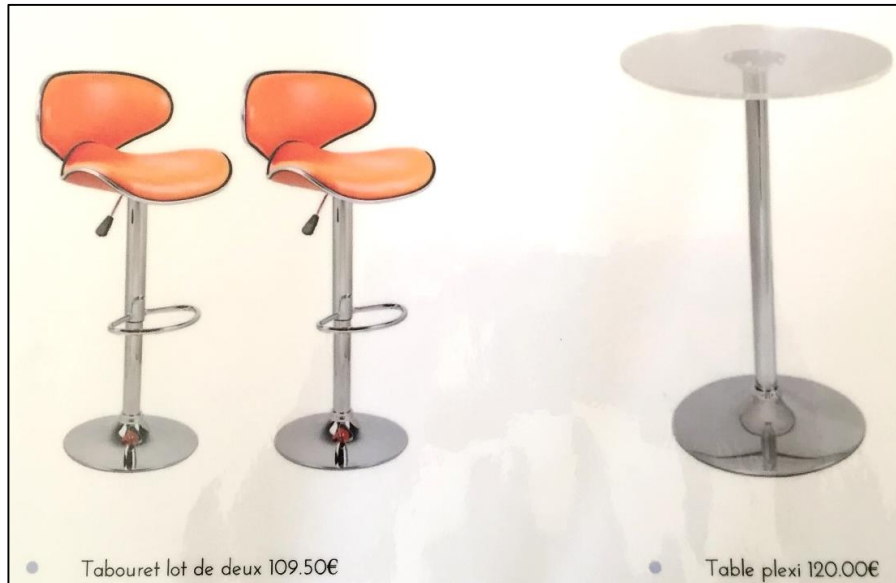


Image 11

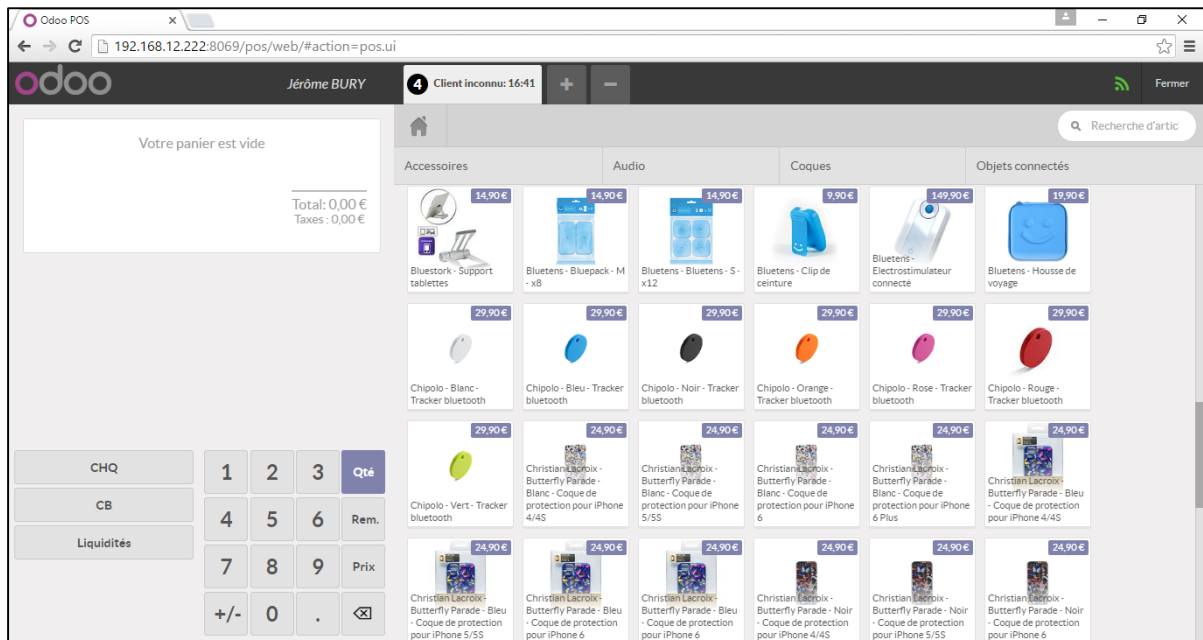


Image 12



[Retour dossier](#)

Annexe 6 : Logiciel de caisse



[Retour dossier](#)

Annexe 7 : Affiche information ouverture



[Retour dossier](#)

Annexe 8 : Affiche caméra



[Retour dossier](#)

Annexe 9 : Chèque cadeau


CHEQUE CADEAU

,

€

Valable jusqu'au / /


sur tous les produits de la Boutique SmartOne*.



Ce chèque vous est offert par :

Cachet et signature :

**ACCESSOIRES & OBJETS CONNECTÉS INNOVANTS
POUR SMARTPHONES & TABLETTES TACTILES
DOMOTIQUE NOUVELLE GÉNÉRATION**



Christian Lacroix | L'Oréal Paris | ore'ko | KENZO | BVLGARI

*Les Chèques s'utilisent en une ou plusieurs fois à hauteur de leur valeur faciale et pendant leur période de validité. Ils ne sont ni échangeables, ni modifiables. Aucun Chèque ne peut donner lieu à un rendu de monnaie. Conditions complètes disponibles en Boutique.

31 rue Saint Esprit 63000 Clermont-Ferrand

www.smart-one.fr

[Retour dossier](#)

Annexe 10 : Petites étiquettes

SmartOne STATION METEO CONNECTEE - netatmo La Station Météo mesure les données clés du confort de votre maison et vous alerte lorsqu'il est temps d'aérer pour diminuer la pollution intérieure. 169,90 €	SmartOne PLUVIOMETRE POUR STATION METEO netatmo Suivez avec précision les précipitations et dosez avec justesse l'arrosage de vos plantes. 69,00 €
SmartOne BALANCE WIFI INTELLIGENTE aria – fitbit Aria utilise une technologie avancée pour suivre votre poids, votre pourcentage de masse maigre, grasse et votre IMC. 115,90 €	SmartOne AMPOULE COMPAGNON DE SOMMEIL holi – SLEEP COMPANION Sleep Companion mesure la qualité de votre sommeil et l'améliore grâce à une ampoule de luminothérapie. 79,90 €
SmartOne BRACELET CONNECTE POUR ENFANT Beawarn Ce bracelet porté par votre enfant permet d'être alerté lorsqu'il s'éloigne trop. 39,90 €	SmartOne CASQUE DE VELO CONNECTE Lazer Lifebeam Améliorer vos performances tout en surveillant votre condition physique, les calories brûlées, votre rythme cardiaque. 248,90 €
SmartOne WEENECT PETS Collier GPS pour chien Cette solution permet de suivre les déplacements de votre animal de compagnie en temps réel. 129,90 €	SmartOne CIGARETTE ELECTRONIQUE BLUETOOTH Digital Native - IVAP Elle incite à diminuer progressivement la consommation de nicotine. 29,90 €

30

SmartOne AMPOULE LED REPETEUR WIFI Sengled – boost Améliorez votre accès Wi-Fi tout en éclairant votre intérieur grâce à cette ampoule LED. 49,90 €	SmartOne AMPOULE LED HAUT PARLEUR Sengled – pulse solo La première lampe LED au monde avec une paire d'enceintes dans une ampoule. 59,90 €
SmartOne 2 AMPOULES LED HAUT PARLEUR Sengled - pulse Elles jouent de la musique et éclairent, et pas forcément en même temps. 179,90 €	SmartOne CAMERA 240° Amaryllo – iSensor HD La caméra de surveillance pas plus grande qu'un iPhone 5. 174,90 €

[Retour dossier](#)

Annexe 11 : Etiquettes cloches

SmartOne MONTRE de fitness – Fitbit Surge Optimisez vos entraînements et dépassez vos limites grâce à Fitbit Surge. Elle contrôle votre fréquence cardiaque, analyse votre sommeil et suit votre parcours avec son GPS intégré. 249,90 €	SmartOne AMPOULE LED REPETEUR WIFI Sengled – boost Grâce à son application iOS ou Android, cette ampoule permet d'améliorer votre accès Wi-Fi tout en éclairant votre intérieur grâce à cette ampoule LED. 49,90 € 
SmartOne Polk Swimmer Duo Cette enceinte Bluetooth, étanche, est construite avec une queue amovible, qui peut être bouclée, tordue et saisie pour des options de montage sans fin. Fixez le Swimmer à votre ceinture, autour du guidon de votre vélo ou même sur la poignée dans votre douche. Étanche à la poussière et à l'eau, anti-chute 64,90 €	SmartOne CHIPOLO Ce traqueur permet de localiser tous vos objets (clés, portefeuilles, sacs, ordinateurs...) et même votre voiture. Il existe dans de nombreuses couleurs et a une portée de 60 mètres. Secouez-le et vous retrouverez votre Smartphone ! 29,90 €
SmartOne PEBBLE TIME ROUND En plus de fournir l'heure et la météo, la montre sait afficher des notifications, et permet aussi de recevoir des SMS et d'y répondre par dictée vocale. A quoi s'ajoute une fonction «bien-être», qui sert à calculer les pas, à analyser le sommeil et à obtenir des conseils pour mener une vie plus saine. 229,90 €	SmartOne BLUETENS : le kiné connecté Il est si petit que vous pourrez l'emporter partout pour vous soigner, vous détendre ou vous renforcer en toute liberté. Bluetens est le compagnon préféré des médecins, kinés, sportifs et tous ceux qui veulent se sentir mieux, rapidement et pour longtemps. 149,90 €

[Retour dossier](#)

Annexe 12 : Fiche fidélisation

SmartOne Restons Connectés	SmartOne Restons Connectés
Nom _____	Nom _____
Prénom _____	Prénom _____
Mail _____	Mail _____
Téléphone _____	Téléphone _____
J'accepte d'être contacté pour profiter des nouveautés et des offres exclusives de SmartOne Clermont-Ferrand.	J'accepte d'être contacté pour profiter des nouveautés et des offres exclusives de SmartOne Clermont-Ferrand.

[Retour dossier](#)

Annexe 13 : Sac SmartOne




[Retour dossier](#)

Annexe 14 : Refus chèque



[Retour dossier](#)


Annexe 15 : Fiche présentation marque



JBL, division d'Harman International Industries, Incorporated, conçoit et fabrique des équipements audio pour le grand public, l'industrie du divertissement et le secteur automobile.

JBL s'appuie sur des dizaines d'années d'expérience dans la production d'enceintes et autres équipements pour les salles de concert et autres lieux publics pour imaginer des solutions audio adaptées aux attentes du grand public aux quatre coins de la planète.

Nous les avons choisis car, que vous suiviez un film, un match de football ou un concert, au milieu d'une foule immense ou depuis chez vous, les solutions JBL vous garantissent une qualité sonore hors pair.



by **HARMAN**



The Marshall logo is written in a white, elegant, cursive script on a black background.

Le Rock'N'Roll a créé le monde et aucune marque n'a marqué le Rock'N'Roll autant que Marshall.

Marshall est né au début des années 60, après que Jim Marshall ait commencé à vendre des accessoires dans son magasin alors dédié à la batterie, et ce, à la demande de deux jeunes guitaristes.

Jim a rapidement commencé à produire ses propres amplificateurs et ceux-ci n'ont pas mis longtemps à s'imposer grâce à un son plus puissant que tout ce qui avait alors été entendu !

Parmi les légendes du Rock'N'Roll, Jimi Hendrix et Eric Clapton furent dans les premiers à utiliser ces amplis pour révolutionner et transformer la musique populaire en quelque chose de nouveau, avec la réussite que nous leur connaissons.

Le Rock'N'Roll et Marshall ont beaucoup évolué depuis cette époque, mais leurs âmes sont restées les mêmes et il est maintenant temps pour eux de faire un nouveau pas vers l'inconnu.

De ce que nous connaissons de l'héritage Marshall en termes de performances scéniques, rien n'a été perdu en l'élargissant à l'expérience individuelle.

[Retour dossier](#)

Annexe 16 : Fiche présentation produits

Fête des Mères :

SmartOne		
Partie gauche		
Bluetens – Kiné connecté		149,90 €
Christian Lacroix – PASEO		24,90 €
Christian Lacroix – PANTIGRE		24,90 €
Climate – Traqueur d'environnement connecté		19,90 €
Parrot – Flower Power		49,00 €
Capteur qui mesure les besoins de vos plantes et vous alerte		
Awox – Aroma LIGHT		49,90 €
Ampoule LED avec diffuseur d'huiles essentielles		
PLAY BULB – Bougie LED connectée		24,90 €
Divoom – AuraBox		69,90 €
Enceinte connectée avec notifications et multifonctions lumineuses		
Partie droite		
Pebble Time 14 – Montre connectée (fonction bien-être)		229,90 €
Xoopar – Splash Speaker		49,90 €
Enceinte Bluetooth étanche		
JBL Flip 3 – Enceinte connectée		129,90 €
Xoopar – Beam 2C		34,90 €
Batterie externe 2500 mAh		
Mr & Mrs Fragrance – George Rouge		129,90 €
Enceinte – Diffuseur de parfum		
Mr & Mrs Fragrance – Niki Blanc / Pois Or		11,90 €
Diffuseur de parfum pour voiture		
Jean Paul GAULTIER – Coque Métal Or		19,90 €
Karl LAGERFELD – Coque Matelassée		24,90 €
NATIVE UNION – CLIC Wooden		39,90 €
Chipolo – Traqueur d'objet		29,90 €
Chic Gear – Perche Selfie Téléscopique		29,90 €

Fête des Pères :

SmartOne		
Partie haute		
Audio-technica – Casque Bluetooth		199,90 €
Xtrim – Bionic Bird		118,90 €
Fitbit – Charge HR		149,90 €
Bracelet d'activités (fonction sommeil, fréquence cardiaque...)		
Bluetens – Kiné connecté		149,90 €
Electro-stimulateur connecté		
Partie basse		
Marshall – Acton		199,00 €
Ora Ito – Ita Marotte Chêne Aurea – Padding Pattern		49,90 €
Ora Ito – Louise Kvadrat Field – Organic Pattern		29,90 €
Native Union – CLIC Wooden iPhone 6+		39,90 €
Yal – Wood Collection Cerisier/Alu iPhone 6		29,90 €
Xoopar – Beam 2C Gent Glass Black		34,90 €
Batterie externe lightning et micro USB		
Chipolo – Traqueur d'objet		29,90 €


Autre vitrine :

SmartOne		
Xoopar		
Bringing Technology Forward		
Xoopar – Grand Xboy		
Enceinte Bluetooth	109,90 €	
Xoopar – Xboy		
Enceinte Bluetooth	64,90 €	
Xoopar – Beam 2C		
Batterie externe 2500 mAh	34,90 €	
Mr&Mrs FRAGRANCE		
Mr & Mrs Fragrance – George		
Enceinte Bluetooth / Diffuseur de parfum	169,90 €	
Mr & Mrs Fragrance – Niki		
Diffuseur de parfum pour voiture	11,90 €	
Mr & Mrs Fragrance – Recharge George		
13 senteurs exotiques	12,90 €	

Native Union :

NATIVE UNION

CLIC Marble Black Coque en marbre véritable – iPhone6/6S – Noir	79,90 €
CLIC Marble White Coque en marbre véritable – iPhone 6/6S – Blanc	79,90 €
NIGHT Cable Cable tressé de 3 mètres avec noeud marin lesté – USB/Lightning	39,90 €
JUMP Cable Cable et Batterie – USB/Lightning Vous disposez de 50 cm de cable et jusqu'à 3 heures de batterie supplémentaire en appel. Compact et léger, JUMP Cable charge simultanément votre iPhone et la batterie.	49,90 €
KEY Cable Cable porte-clés avec noeud marin – USB/Lightning	29,90 €



Jarre Technologies :





Jean-Michel JARRE a créé la société Jarre Technologies®, spécialisée dans les objets de haute technologie.

La qualité de ses enceintes est à la hauteur de leur design, exceptionnelle !

Rainbow – 149,90 €
AeroTwist – 299,90 €
AeroSkull – 599,90 €
AeroBull – 1499,00 €

Ora Ito :



Helène Folio Case Etui Folio pour iPad Air – Rouge	69,90 €
Carol Dual USB Cable Cable USB 30 Pin pour produits Apple – Bleu	19,90 €
Ita Hard Case – Kvadrat Tempo 850 Coque iPhone 6 – Bleu	29,90 €
Ita Hard Case – Marotte Chêne Aurea MT 2-04 Coque iPhone 6 – Beige foncé	49,90 €
Ita Hard Case – Marotte Noyer US Sepium MT 12-23 Coque iPhone 6 – Noir	49,90 €
Giotto Stereo Headphone – Kvadrat Field 662 Casque audio avec micro – Rouge et Bleu	148,80 €
Louise Folio Case – Kvadrat Field 662 Coque iPhone 5/5S – Rouge	29,90 €
Alix Soft Case – Soft Touch Rubber Coque iPhone 5/5S – Bleu	15,90 €



[Retour dossier](#)

Annexe 17 : Affiche promotion fête des mères



[Retour dossier](#)

Annexe 18 : Message Facebook



[Retour dossier](#)

Annexe 19 : Affiche promotion fête des Pères



[Retour dossier](#)

Annexe 20 : Base de données clients

Base de données Pro					
N°	Société	Nom	Prénom	Adresse	
1	BWP Distributions	COUTURE-FRITZ	Emmanuel		
2	ADC Handesign	MONTRONE	Savino	23 avenue de Montjoly	
3	ADM	POINGT	Geoffroy	22 rue de l'ouragan	
*	(Nouv.)				

CP	Ville	Mail	Téléphone	Site Internet
		0622830591@sfr.fr	06 22 83 05 91	www.ledpourlespros.fr
63400	Chamalières	adc.handesign@yahoo.fr	06 70 47 65 79	
63000	Clermont-Ferr	contact@adm-domotique.fr	04 73 88 13 43	www.adm-domotique.fr

Base de données Particulier				
N°	Nom	Prénom	Mail	Téléphone
1	Aujames	Maxime	aujamesmaxime@gmail.com	07 56 45 00 63
*	(Nouv.)			

Base de données Médical				
N°	Nom	Prénom	Profession	Mail
1	AREILLON	Elodie	Infirmier	elonequet@gmail.com
2	A			
3	A			
4	A			
5	A			
6	A			
7	A			
8	E			
9	E			
10	E			
11	E			
12	E			
13	E			
14	BASTIDE	Juhen	Infirmier	idejuhenbastide@hotmail.fr

[Retour dossier](#)

Annexe 21 : Article presse

HIGH-TECH ■ Le deuxième magasin Smartone de l'Hexagone est Clermontois

Vous avez dit objets connectés ?

Ils sont conçus pour nous simplifier la vie, nous divertir, nous informer : en matière d'objets connectés, on n'arrête pas le progrès ! Un nouveau magasin leur est entièrement consacré.

Catherine Jutier
catherinejutier@centrefrance.com

Objets inanimés, avez-vous donc une âme ? À l'aube du XXI^e siècle, le high-tech n'apporte pas de réponse à la question du poète, mais il permet à des tas d'objets de notre quotidien d'être dotés d'une certaine « intelligence ». On connaissait les pèse-personnes qui analysent dans le détail la composition de notre poids, les capteurs pour plantes qui nous bipent en cas de manque d'eau ou de température ambiante trop élevée. Loisirs, sports, jeux, mode, déco, téléphonie, bien-être... Dans tous ces domaines, les innovations foisonnent, apportant leur lot de petits bijoux technologiques créés pour nous simplifier la vie, nous divertir, nous informer et même éduquer nos minots. Exemple avec cette brosse à dents interactive, conçue pour leur faire acquiescer le geste parfait pour un nettoyage optimal. Chez Smartone, la boutique qui vient d'ouvrir rue Saint-Esprit, les objets connectés sont au cœur d'un nouveau concept créé à Fontainebleau, et dont le second magasin dans l'Hexagone est clermontois. Son originalité réside dans la diversité des univers réunis et la possibilité, pour les clients, de tester une grande partie des articles présentés, sous les conseils éclairés du gérant, Jérôme Bru. Des ampoules à diffuseur de parfums aux sweat-shirts avec cordons-écouteurs intégrés dans la capuche, en passant par les bracelets de running et les haut-parleurs ventouse, pour commencer la journée d'un bon groove en écoutant, sous la douche, votre compil préférée.

TENDANCE. Les objets connectés et accessoires pour smartphones sont dans l'ADN de cette nouvelle enseigne ; la plupart peuvent être testés sur place par les clients. PHOTO FRED WARQUIET

Smartone. 31, rue Saint-Esprit.
www.smart-one.fr

[Retour dossier](#)