



13 Rue Eugène Süe
11h - 20h
Du Mardi au Dimanche

Marine ROY

Travaillant dans la vente et la communication depuis 2014, je me spécialise dans le commerce depuis lors en tant que responsable de boutique.

Auto-entrepreneur en communication, j'apporte de la visibilité aux petits commerçants, en leur créant des sites internet, ou encore via de la communication externe : community management, campagnes publicité photos et vidéos, analyse et stratégie, etc.

Ayant repéré une opportunité sur le marché, je souhaite aujourd'hui ouvrir ma propre boutique de prêt-à-porter, plus spécifiquement de streetwear masculin / mixte.

En effet, les mêmes marques sont souvent représentées en France, ce qui amène beaucoup d'acheteurs à aller directement sur les sites des marques non revendues sur le marché français.

Ils sont alors amenés à payer des frais de livraison ainsi que de taxes ou douanes augmentant considérablement le prix d'achat (environ 30%).

Mon but est d'apporter à Paris ces marques connues internationalement, autant en point de vente physique que via un site e-commerce. Ainsi, en me positionnant légèrement au-dessus du prix du marché, je pare à ces éventuels taxes et douanes pour les acheteurs européens.



Corndog Boutique :

Corndog est un multimarques streetwear haut-de-gamme mixte. Bien que le streetwear soit lui-même en train de redéfinir complètement les concepts du «haut-de-gamme et du premium».

La sélection sera principalement masculine, scrupuleusement pensée selon le marché actuel ainsi que l'emplacement du magasin (quartier dynamique en développement, qui manque de boutiques notamment pour homme, 30ans, CSP+, primo-acheteurs).

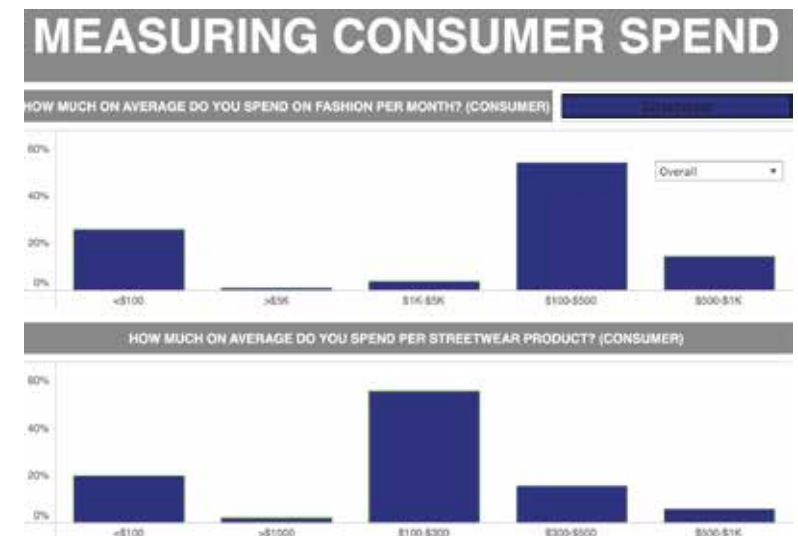
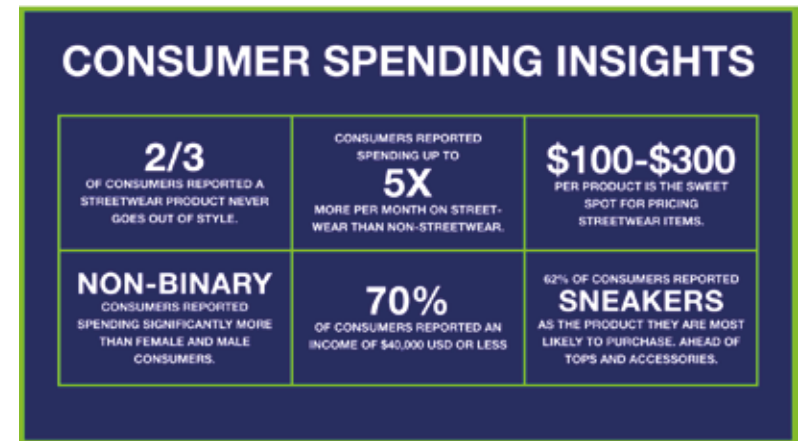
En complément des marques de renom exclusives dans la boutique, certaines marques présentes seront déjà revendues en France, avec un succès sûr, permettant aussi d'apporter du confort aux acheteurs et pas seulement de la nouveauté.

Avec une sélection soignée tout au long de l'année, des basiques aux pièces le plus recherchées, Corndog s'adresse aux hommes en premier lieu mais aussi aux femmes et aux adolescents qui souhaitent porter ce style «urbain».

Corndog Site Web :

Accompagné d'un site e-commerce, Corn Dog est disponible dans le monde entier en livraison ainsi qu'en Click&Collect.

Un studio photo sera installé sur place afin de faciliter la gestion du site et la création des fiches produits. Tous nos articles seront revendus sur le site et adaptés à notre style.



Une Sélection soignée :

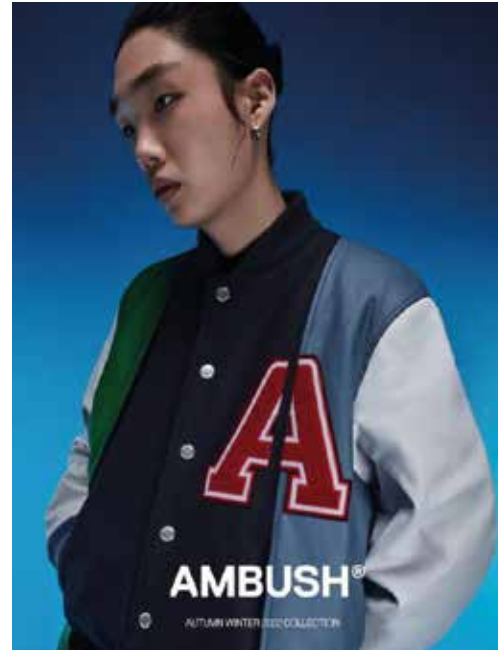
Au-delà de l'exclusivité et autres arguments de vente des marques sélectionnées, chacune vient s'inscrire dans un souci de cohérence dans la boutique.

Si les études montrent que le marché du streewear se développe via plusieurs médias : la musique, l'écologie, le «cool», etc., les marques choisies respectent en partie ou complètement tous ces critères.

Plus :

Tout au long de l'année, des événements seront organisés afin de faire vivre la communauté de la boutique, vernissages, DJ sets, partenariats avec Martell Perrier-Jouët (Ricard, Jameson, Mumm...)

Voici quelques exemples de marques : Li Ning, Ambush, Bathing Ape, Drew House, Dickies, Supreme...



L'identité visuelle :

Une identité visuelle qui mélange minimalisme, wabi sabi, et tradition.

En accord avec le marché du streetwear actuel, les travaux d'aménagement de la boutique viseront à créer une ambiance confortable avec du bois et de la couleur aux murs, minimaliste afin de mettre en valeur toutes les pièces de la sélection, et dans un esprit zen dans l'aménagement.

Pour insister sur le côté streetwear et arts graphiques, les logos de la marque seront en illustrations, afin d'ajouter un côté fun qui vient casser avec les vêtements eux-mêmes et donner une attache particulière à la boutique elle-même, plus qu'aux marques qu'elle propose.



Wouf ! Merci de votre attention !

