Dans le cadre de mon memoire de M1, je fais une étude sur le statégie marketing de Repetto. J’axe ma recherche sur la Communication de la marque. Avez vous des études de marché relative à la marque ou des documents qui pourrez m’aider? Merci d’avance

Réponse apportée le 03/05/2012 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

En venant à la Bpi, vous pourrez interroger des bases de données spécialisées en marketing

*Xerfi
Xerfi 700 en ligne [ressource internet]
Etudes de marché sectorielles en France, en Europe et sur le plan international. NOUVEAU : Xerfi Entreprises : études de grands groupes français et internationaux et d’entreprises non cotées. L’abonnement souscrit par la bibliothèque comporte l’accès à 80% des études réalisées par Xerfi. Cependant l’abonnement donne accès au maximum à des études à Année-1, excepté entre l’été et décembre.

Cette étude contient le mot Repetto mais je n’ai pas réussi à l’ouvrir pour vérifier le contenu en détail

Chaussures (fabrication et négoce)
Code étude : 1TEX12
mise à jour 12/12/2011
Code(s) NAF : 4642 – 1520
Nombre de pages :86

* base Delphes (Bibliographie d'articles parus depuis 1997 dans plus de 700 revues économiques et professionnelles réalisée par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. Mise à jour mensuelle.)

Une recherche avec le nom Repetto dans la zone « entreprise » fournit 27 références dont voici un échantillon :

Repetto va former des demandeurs d'emploi sur un savoir-faire unique
L'Inffo formation – 1er – 15 février 2012 – n° 805 – p 13
Point rapide, début 2012, sur l'ouverture d'une centre de formation, en Dordogne, par le spécialiste français des chaussures, vêtements et articles de danse, Repetto. Son objectif : former des demandeurs d'emploi à son savoir-faire particulier de « cousu-retourné » pour la fabrication de chaussons de danse, alors que l'entreprise connaît une expansion très forte de son activité et qu'elle envisage de recruter 150 personnes d'ici 4 ans. Un projet développé en partenariat avec le Conseil régional d'Aquitaine et le Centre technique du cuir (spécialiste du contrôle-qualité, du conseil et de la formation pour les industries du cuir) et qui offre ainsi un dispositif de pré-recrutement à la marque. Peu de chiffres.

Pas de deux sur la croissance, in : Danse
Sport éco – 12 septembre 2011 – n° 590 – p 8
Zoom, en septembre 2011, sur les bonnes performances de la marque-enseigne française spécialisée dans les vêtements, chaussures et accessoires de danse Repetto qui affiche depuis de nombreuses années une croissance annuelle à deux chiffres. Le réseau à l'enseigne génère 35% du CA total et compte 10

magasins en France et 30 en Asie. Ses nouveaux axes stratégiques : réaffirmer sa légitimé avec des produits adaptés au quotidien du danseur. Peu de chiffres.

Repetto gagne encore du terrain
Fashion daily news – 10 janvier 2011 – n° 601 – p 59
Lumière, en janvier 2011, sur la croissance de la marque française Repetto (à l'origine spécialisée dans les ballerines et accessoires de sport puis diversifiée dans les chaussures de ville). Présente dans 70 pays européens, la marque a vu son CA se multiplier par sept depuis 2000 (CA 2010 de 30 millions d'euros en hausse de 25%). La marque prévoit en 2011 l'ouverture d'une trentaine de boutiques en Asie et, pour faire face à ce développement, s'apprête à recruter 150 personnes sur son site de production de Dordogne. Données chiffrées.

Repetto entre dans la danse de l'affiliation
Franchise magazine – août – septembre 2009 – n° 213 – p 27
Point, en août 2009, sur l'histoire et la stratégie de la société et marque française de danse classique, de vêtements et d'accessoires positionné haut de gamme Repetto créée en 1947, qui a été reprise en 1999 par Jean-Marc Gaucher et alors vu sont CA passer de 6,8 millions d'euros en 2004 à 28 M EUR en 2008 (dont 50% à l'export). La prochaine étape de son développement : l'ouverture de son recrutement en proposant un contrat de commission affiliation pour constituer une réseau d'une trentaine de magasins. Précisions. Données chiffrées. Encadré sur les atours et handicaps de la société.

Repetto fait entrer Marseille dans sa ronde
Journal du textile – 28 avril 2009 – n° 1999 – p 17
Point, en avril 2009, sur la stratégie de développement de la marque française de danse classique, de vêtements et d'accessoires Repetto (CA 2008 de 30 millions d'euros, dont 50% à l'export) qui vient d'ouvrir un magasin à Marseille et qui souhaiterait disposer d'un réseau international d'une vingtaine de magasins à l'enseigne d'ici à cinq ans. Quelques

précisions. Données chiffrées.

Interview : Jean-Marc Gaucher, pdg de Repetto
Fashion daily news – 20 juin 2008 – n° 498 – pp 8-9
Interview en 2008 de Jean-Marc Gaucher, pdg de l'entreprise française de chaussures de danse utilisées aujourd'hui comme chaussures de ville, Repetto (CA 2007 de 30 millions d'euros), qui revient sur la stratégie qu'il a appliqué pour redresser la société depuis sa reprise en 1999. Points abordés : la situation de Repetto en 1999, la progression du CA depuis le rachat, la méthode de management, son plan de route, l'implication des employés, l'accueil de la distribution, le renforcement de l'implantation mondiale, l'inscription dans la mode et la clientèle visée, les projets et actions en communication, les objectifs en 2008. Quelques données chiffrées. Encadré : un itinéraire éclectique.

Repetto entre dans la danse de la solidarité
Stratégies – 15 novembre 2007 – n° 1477 – p 22
Article court faisant un bref rappel de l'historique et des raisons du succès du chausseur français Repetto (originairement spécialisé dans les chaussons de danse) et sur la création de la Fondation Repetto destinée à rendre la danse plus accessible aux enfants et adolescents démunis, à l'occasion du 60ème anniversaire de l'entreprise en 2007. Détails sur le projet Danse pour la vie. Quelques données chiffrées. CA 2006 de 18 millions d'euros.

Interrogation de la base généraliste Europresse
Articles de journaux et magazines d'information générale et spécialisée (français, anglais, italien, espagnol, allemand…).

TIT_HEAD=repetto 195 docs pas tous pertinents mais vous avez accès au texte intégral de l'article :

[Le coup de pouce à Repetto La célèbre usine Repetto de Saint-Médard-d'Excideuil a décidé de s'agrandir et de se développer (lire « Sud Ouest » de samedi).]

Sud Ouest – 19/05/2011 – 144 mots [Voir la page PDF]
Le coup de pouce à Repetto La célèbre usine Repetto de Saint-Médard-d'Excideuil a décidé de s'agrandir et de se développer (lire « Sud Ouest » de samedi

[REPETTO À SAINT-MÉDARD-D'EXCIDEUIL. Les chaussures Repetto, que les « fashion victims » du monde entier s'arrachent, sont produites en Dordogne.]
Sud Ouest – 03/06/2010 – 46 mots [Voir la page PDF]
REPETTO À SAINT-MÉDARD-D'EXCIDEUIL. Les chaussures Repetto, que les « fashion victims » du monde entier s'arrachent, sont produites en Dordogne

Repetto toujours en pointe C'est à Saint-Médard-d'Excideuil que sont fabriquées les ballerines et pointes Repetto, dont la boutique bordelaise sera inaugurée jeudi.
Sud Ouest (site web) – 15/03/2011 – 393 mots
julie martinez – Repetto toujours en pointe C'est à Saint-Médard-d'Excideuil que sont fabriquées les ballerines et pointes Repetto, dont la boutique bordelaise sera inaugurée jeudi

[Repetto's promising future Workshops of the maker of the world famous ballet and luxury fashion shoes, Repetto, are situated in Saint-Médard-d'Excideuil in the Dordogne.]
Sud Ouest – 10/02/2008 – 463 mots
Repetto's promising future Workshops of the maker of the world famous ballet and luxury fashion shoes, Repetto, are situated in Saint-Médard-d'Excideuil in the Dordogne

Repetto
Le Figaro – 13/08/2007 – 780 mots [Voir la page PDF]
Hélène GUILLAUME – Repetto

En résumé, vous pouvez venir à la Bpi, adressez vous au bureau Droit Economie (2° étage) pour plus de précisions.

Cordialement,

Eurêkoi – Bpi (Bibliothèque publique d’information)
http://www.bpi.fr

Home A