

SAE

# Création d'un produit : Casque vélo

SEMESTRE 2

BOUCHARDON Robin, CHASSOT Alexia GRENIER  
Godefroi, VIEILLARD Eugenie et VINCI Ludivine  
12/05/2025

## Sommaire

1	Choisir un marché .....	1
2	Étudier le marché .....	1
2.a	Étude documentaire .....	1
2.b	Offre .....	1
2.c	Demande .....	2
2.d	Environnement .....	2
3	Établir un diagnostic .....	3
3.a	Opportunité.....	3
3.b	Menace.....	3
4	QUESTIONNAIRE .....	3
4.a	Analyser les résultats .....	8
4.b	Présenter une auto-analyse .....	11
5	Définir la cible .....	13
6	Le Mix marketing.....	13
6.a	Le prix .....	13
6.b	Le produit.....	14
6.c	La distribution .....	14
6.d	La communication .....	14
7	Commercialisation à l'International (anglais) .....	14

# 1 Choisir un marché

Notre produit est un **casque pour vélo** incluant une **lumière à l'arrière** du casque pour signaler notre présence sur la route et **un airbag** qui se déclenche sous forme de minerve lors d'une chute.

## 2 Étudier le marché

### 2.a Étude documentaire

Afin d'analyser l'offre, la demande et l'environnement du marché, nous allons nous appuyer sur une étude documentaire en analysant des rapports fiables sur les ventes liées aux vélos et aux casques que nous avons trouvés sur internet.

### 2.b Offre

Phase du marché :

Le marché du cyclisme en France est porteur car selon une enquête menée en 2023 par le Ministère chargé des Transports, près de 17 millions de personnes pratique le vélo au moins une fois par semaine. De plus, pendant cette même année le marché du vélo en France a atteint un CA de 3,4 milliards d'euros avec 2,2 millions de vélos vendus selon l'Observatoire du Cycle publiés par l'Union Sport et Cycle

Les concurrents indirects sont des produits alternatifs à un casque de vélo qui répondent partiellement au même besoin :

- Casque classiques (Btwin de la marque Décathlon) c'est moins cher, sans technologiques avancées
- Accessoires de sécurité comme les gilets réfléchissants, les coudières et les lumières à clipser

Les distributeurs sont les magasins de sport comme Décathlon, Intersport, les boutiques de vélo spécialisés, les plateformes en e-commerce comme Amazon)

Les produits sont les casques urbains, de sport, pour enfants.

### 2.c Demande

Les consommateurs sont les personnes qui portent le casque pour faire du vélo, c'est-à-dire les cyclistes urbains (pour les trajets domicile au travail qu'on appelle vélotaf, mais aussi les trajets pour rejoindre un ami chez lui ou encore faire de course légère) et les cyclistes sportifs.

Les acheteurs peuvent être n'importe qui même ceux qui ne l'utilisent pas et souhaitent offrir un cadeau à un de leur proche par exemple.

Les prescripteurs sont les personnes qui peuvent influencer notre casque comme des associations de sécurité routière ou de cyclisme, le domaine de médecins qui recommandent de se protéger la tête, les youtubeurs spécialisés dans le vélo (Philippe Cantenot)

## 2.d Environnement

### Analyse PESTEL

- Politique :  
Le gouvernement encourage de plus en plus l'utilisation du vélo comme moyen de transport écologique.  
Mise en place de subventions pour l'achat de vélos électriques et d'infrastructures cyclables. [Modelesdebusinessplan.com](http://Modelesdebusinessplan.com)
- Économique :  
La croissance du marché des casques de vélo est influencée par les variations de l'économie. [PW Consulting](http://PW Consulting)
- Socioculturel :  
L'intérêt pour des équipements de protection efficaces augmentent car le cyclisme est de plus en plus sensibilisé sur la sécurité routière et comme transport écologique. Cependant, une part significative de cyclistes ne porte pas systématiquement de casque, indiquant une résistance culturelle. [Businesscoot](http://Businesscoot)
- Technologique :  
Les nouvelles technologies permettent de développer des casques plus sûrs et plus confortables. L'intégration de systèmes de protection avancés, de matériaux légers et de dispositifs lumineux pour une meilleure visibilité sont tendance. [PW Consulting](http://PW Consulting)
- Écologique :  
Le cyclisme contribue à la réduction de l'empreinte carbone. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental de leurs achats, ce qui peut influencer positivement la demande pour des casques fabriqués de manière durable. [Modelesdebusinessplan.com](http://Modelesdebusinessplan.com)
- Légal :  
En France, le port du casque est obligatoire pour les enfants de moins de 12 ans depuis 2017. Bien que non obligatoire pour les adultes, des campagnes de sensibilisation encouragent son utilisation.

## 3 Établir un diagnostic

### 3.a Opportunité

Augmentation de la pratique du vélo en France :  
Le gouvernement français encourage activement l'usage du vélo à travers le Plan Vélo et mobilités actives, offrant des aides financières pour l'achat de vélos

Préoccupation croissante pour la sécurité des cyclistes :  
56 % des blessures chez les cyclistes concernent la tête, le visage et la nuque, d'où l'importance d'une protection adéquate.

### 3.b Menace

Port du casque non obligatoire pour les adultes  
En France, le port du casque est obligatoire uniquement pour les enfants de moins de 12 ans, ce qui peut limiter l'adoption chez les adultes.

## 4 QUESTIONNAIRE

Bonjour,

Nous sommes étudiants en première année de BUT en Techniques de Commercialisation à l'IUT du Creusot et nous avons pour projet la création d'un casque de vélo innovant. Ainsi, le questionnaire auquel vous allez participer a pour objectif d'améliorer le confort et la sécurité des cyclistes.

Merci de nous aider en répondant à nos questions !

**Faites-vous du vélo ? \***

- Oui
- Non

**SI NON, envisagez-vous de faire du vélo ? \***

- Oui
- Non

**Quel budget mettez-vous pour un casque de vélo avec une sécurité intégrée ? \***

- moins de 50 euros
- moins de 100 euros

plus de 100 euros

**Pour quelle(s) raison(s) porteriez-vous un casque ? \***

- Pour la pluie
- Pour la sécurité
- Pour le confort

**Quel est votre avis sur un casque technologique avec un système airbag intégré ? \***

- 1 pouce en l'air
- 2 pouce en l'air
- 3 pouce en l'air
- 4 pouce en l'air
- 5 pouce en l'air

**Pour vous, ces caractéristiques sont-elles importantes pour un casque de vélo ? \***

	Très important	Important	Peu important	Pas du tout important
<b>L'esthétique</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>La qualité</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>La sécurité</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>L'innovation</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Quel âge avez-vous ? \***

- 18
- 18 à 25
- 25 à 35
- 35 à 45
- 45 à 60
- 60 et +

**Etes-vous ? \***

- Homme
- Femme
- Autre

**Votre profession ? \***

- Agriculteurs exploitants
- Artisans, commerçants ou chefs d'entreprise
- Cadres et professions intellectuelles supérieures
- Professions intermédiaires
- Employés
- Ouvriers

- Retraités
- Autres personnes sans activité professionnelle

## **Remerciement**

### **SI OUI, portez-vous un casque ? \***

- Oui
- Non

### **Quel est votre modèle de vélo ? \***

- VTT
- VTC
- Vélo de route

### **A quelle fréquence faites-vous du vélo ? \***

- 5/7 fois par semaine
- 3/4 fois par semaine
- 2/3 fois par semaine
- une fois par semaine
- occasionnellement

### **Pour quelle(s) raison(s) porteriez-vous un casque ? \***

- Pour la pluie
- Pour la sécurité
- Pour le confort

### **Quel est votre avis sur un casque technologique avec un système airbag intégré ? \***

- 1 pouce en l'air
- 2 pouce en l'air
- 3 pouce en l'air
- 4 pouce en l'air
- 5 pouce en l'air

### **Quel budget mettez-vous pour votre casque de vélo ? \***

- moins de 50 euros
- moins de 100 euros
- plus de 100 euros
- plus de 200 euros

### **Pour vous, ces caractéristiques sont-ils importants sur un casque de vélo ? \***

	Très important	Important	Peu important	Pas du tout important
<b>L'esthétique</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>La qualité</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>La sécurité</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>L'innovation</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Quel âge avez-vous ? \***

- 18
- 18 à 25
- 25 à 35
- 35 à 45
- 45 à 60
- 60 et +

**Etes-vous \***

- Homme
- Femme
- Autre

**Votre profession \***

- Agriculteurs exploitants
- Artisans, commerçants ou chefs d'entreprise
- Cadres et professions intellectuelles supérieures
- Professions intermédiaires
- Employés
- Ouvriers
- Retraités
- Autres personnes sans activité professionnelle

Quels sont les objectifs du questionnaire

Comprendre les attentes

Innovant, esthétique, intéressé si oui quel prix, motivation, freins, qui ils sont, comment, pourquoi, combien

**4.a Analyser les résultats**

<b>Donnée Réponse /</b>	<b>Que me dit cette réponse ?</b>	<b>Déduction ?</b>	<b>Conséquence sur le produit</b>
74,5 % des répondants font du vélo	L'usage du vélo est fréquent	Il est probable qu'ils portent un casque	Notre produit touche un secteur porteur
47% de ceux qui font du vélo portent un casque	Ceux qui font du vélo peuvent être intéressés par le produit.	Ces personnes peuvent être intéressés car leur casque actuel n'est pas équipé d'airbags	Le produit touche la moitié de ceux qui font du vélo.
28,1% de ceux qui ont répondu qui font du vélo en font au moins une fois par semaine	Ces 28,1% sont les plus susceptibles d'être intéressés par le produit car ils sont les plus concernés	28,1% sont au moins très intéressés par le produit	Le produit est assuré de faire un minimum de vente.
93,3% des personnes qui portent un casque, le porte pour la sécurité.	Parmi les caractéristiques proposées, la sécurité est le critère le plus important	Il faut axer notre produit sur la sécurité avant tout	Des tests, certifications ou témoignages renforceront la crédibilité et rassureront l'acheteur. Le design peut être secondaire face à la promesse de protection supérieure.
82,5% de ceux qui font du vélo ont un avis favorable sur l'innovation technologique d'un casque et d'un airbag intégré	82,5 % des cyclistes interrogés accueillent positivement l'idée d'un casque avec un airbag intégré. Cela montre un intérêt fort pour l'innovation	Les cyclistes sont ouverts — voire en attente — de solutions technologiques nouvelles qui améliorent leur sécurité. L'innovation	Il faut appuyer sur l'innovation qui pourra être un argument marketing

	dans le domaine de la sécurité à vélo.	ne fait pas peur, elle est perçue comme un progrès utile.	
53,7% de ceux qui font du vélo, mettez un budget de moins de 100 euros pour un casque de vélo avec une sécurité intégré	Cette réponse nous montre que la majorité accorde un budget de moins 100€ à un casque	On en déduit que le bon prix doit être fixé en dessous de 100€. 90€ par exemple.	Pour que le casque soit vendu à ce prix, il faut optimiser le coût de production (délocalisation, MP - chère, économie d'échelle)
109 sur 149 des répondants qui font du vélo portent de l'importance sur l'esthétique du casque	La majorité souhaite un casque avec un minimum d'esthétique	On en déduit qu'il faut insister sur l'esthétique du casque pour toucher le plus de cible possible	Le produit aura un design plus travaillé
Parmi ceux qui ne font pas de vélo, 27.5% envisagent d'en faire	Cette proportion de répondants représente de potentiels prospects. Ils ne sont donc pas fermés à cette éventualité.	Il existe un marché latent + ce marché peut être conséquent	On peut créer une offre de bienvenue ou une offre découverte
Parmi ceux qui ne font pas de vélo mais qui envisagent d'en faire, 28.6% envisagent d'acheter un casque	Cela signifie que la majorité ne considère pas encore le casque comme un achat prioritaire.	Le réflexe sécurité n'est pas encore acquis chez les nouveaux ou futurs cyclistes.	Un format léger, pliable ou esthétique pourrait aussi séduire ces utilisateurs peu engagés

119 sur 149 des répondants qui font du vélo trouvent que la qualité est très importante.	La plupart des répondants privilégient la qualité	Ils cherchent un équipement de confiance	La stratégie de positionnement peut être orientée vers du haut de gamme ou premium, tant que cela reste justifié par la valeur perçue.
139 personnes pensent que la sécurité est très importante pour notre casque technologique	Cela signifie que la grande majorité des répondants accordent une très grande importance à la sécurité	La sécurité est un critère majeur	Notre produit doit être sécuritaire



## Caractéristiques du produit

Matière du casque : Poly carbone (polyester et carbone) ou polycarbonate = coquille

Poids du casque 200g + airbag 400g = **600g**

(On a vu qu'un casque de vélo pèse entre 170 et 300g, et un airbag vélo pèse 800g mais nous en inventons un airbag moins lourd grâce à notre innovation.)

Une petite bonbonne de gaz accrochée au casque :

[https://www.google.com/search?q=bonbonne+de+gaz+au+poivre&client=opera&hs=ktk&sca\\_esv=5cb2ea331903b148&udm=2&biw=1534&bih=695&sxsrf=AHTn8zpmJHmMwnnp0XdKh4y8Ds7DMZZkNA%3A1744723048256&ei=aFz-Z7yxD9SohbIP896KoAM&ved=0ahUKEwi8hZfsj9qMAxVUVEEAHXOvAjQQ4dUDCBE&uact=5&oq=bonbonne+de+gaz+au+poivre&gs\\_lp=EgNpbWciGWJvbmJvbm5lIGRIIGdheiBhdSBwb2l2cmVImClQyRdY6yVwAXgAkAEAmAFfoAGsBqoBAjEwuAEDyAEA-AEBmAlFoALzAsICDRAAGIAEGLEDGEMYigXCAgYQABgHGB7CAgoQABiABBhDGloFwgIFEAAYgATCAggQABiABBjHA8ICBBAAGB6YAwCIBgGSBwM0LjGgB\\_UQsgcDMY4xuAfhAg&sclient=img#vhid=9sSN4sWv4BhfkM&vssid=mosaic](https://www.google.com/search?q=bonbonne+de+gaz+au+poivre&client=opera&hs=ktk&sca_esv=5cb2ea331903b148&udm=2&biw=1534&bih=695&sxsrf=AHTn8zpmJHmMwnnp0XdKh4y8Ds7DMZZkNA%3A1744723048256&ei=aFz-Z7yxD9SohbIP896KoAM&ved=0ahUKEwi8hZfsj9qMAxVUVEEAHXOvAjQQ4dUDCBE&uact=5&oq=bonbonne+de+gaz+au+poivre&gs_lp=EgNpbWciGWJvbmJvbm5lIGRIIGdheiBhdSBwb2l2cmVImClQyRdY6yVwAXgAkAEAmAFfoAGsBqoBAjEwuAEDyAEA-AEBmAlFoALzAsICDRAAGIAEGLEDGEMYigXCAgYQABgHGB7CAgoQABiABBhDGloFwgIFEAAYgATCAggQABiABBjHA8ICBBAAGB6YAwCIBgGSBwM0LjGgB_UQsgcDMY4xuAfhAg&sclient=img#vhid=9sSN4sWv4BhfkM&vssid=mosaic)

Membrane souple glissé à l'intérieur du casque

Notre Nom de Marque : Air Bike

Pourquoi ce nom ? Ce nom peut être qualifié d'un assemblage de mots en anglais. Les termes Air et bike caractérisent vraiment bien notre produit. Premièrement, dans sa prononciation, ce terme se réfère à celui d'Airbag, la principale innovation de notre produit. Puis, Bike qui fait référence au vélo en tout genre en anglais, et le terme Air qui exploite l'idée d'un gonflement, de quelque chose de léger, d'un coussin un peu comme les chaussures de chez Nike. Bref ce terme est idéal pour notre produit.

## 5 Définir la cible

### 1. Segmentation du marché

- Le marché vise les personnes âgées de 18 ans et plus, hommes et femmes, partout en France métropolitaine.
- Environ 74,5 % des répondants disent faire du vélo.
- Parmi eux, 28,1 % en font au moins une fois par semaine.
- 47 % des cyclistes portent un casque.
- La majorité des porteurs de casques (93,3 %) le font pour leur sécurité.
- 28,5 % des personnes qui ne font pas encore de vélo envisagent d'en faire ou d'en acheter un.
- La sécurité est une motivation essentielle pour 93,3 % des personnes interrogées.
- 82,5 % sont favorables à l'innovation technologique.
- 119 personnes sur 149 trouvent l'esthétique importante.
- 139 personnes sur 149 considèrent que la qualité est un critère essentiel.
- 53,7 % des cyclistes ne veulent pas dépenser plus de 100 € pour un casque.
- Le prix de 150 € est vu comme élevé, surtout par ceux qui ont un petit budget.

### 2. Identification des segments potentiels

- Le premier segment concerne les cyclistes réguliers, qui font du vélo au moins une fois par semaine. Ils recherchent un casque sécurisé, innovant, esthétique et de bonne qualité. Ce public a les moyens d'investir, même si le prix est élevé.
- Le deuxième segment regroupe les cyclistes occasionnels ou ceux qui veulent reprendre le vélo. Ils sont ouverts à l'achat d'un casque. Ils peuvent être sensibles à l'innovation comme argument pour justifier le prix.

- Le troisième segment vise les personnes qui ne font pas encore de vélo, mais qui veulent s’y mettre. (27,5 % envisagent de faire du vélo, et 28,5 % pensent acheter un casque). Leur principale motivation est la sécurité et le confort.

### 3. Cibles principales et secondaires

- La cible principale est composée de jeunes adultes de 18 à 45 ans.
- Ils font du vélo régulièrement ou veulent s’y remettre.
- Ils sont intéressés par la technologie, la sécurité, la qualité et l’esthétique.
- Ils peuvent investir dans un casque à 150 €, même si cela représente un coût élevé.
- Les cibles secondaires sont les familles et les proches qui peuvent influencer l’achat.
- Les clubs ou associations de cyclistes peuvent aussi jouer un rôle.
- Enfin, les influenceurs ou les médias spécialisés peuvent aider à faire connaître le produit.

### 4. Conclusion

- Le casque peut être présenté comme un produit haut de gamme qui combine sécurité, innovation et esthétique.
- La cible principale doit rester les jeunes adultes entre 18 et 45 ans, qui font déjà du vélo ou veulent s’y mettre.
- Il faut insister sur la technologie de l’airbag et la qualité du produit pour expliquer le prix.
- La communication doit aussi rassurer ceux qui trouvent le prix élevé, en mettant en avant la sécurité et la durabilité.

## 6 Le Mix marketing

### 6.a prix

Nous avons eu l’idée de calculer le prix psychologique mais étant donné que nous n’avions pas eu le cours avant le questionnaire, nous ne pouvons pas le calculer.

Cependant nous allons calculer le coût de revient et le prix cible

On va mener une politique de différenciation des prix. En effet, notre stratégie sera une stratégie d’écrouissage étant donné que notre produit est nouveau et implique beaucoup de frais en recherche & développement. L’innovation a un coût et pour supporter notre projet, on doit augmenter nos prix. C’est pourquoi, on se situera avec un prix supérieur à ceux de nos concurrents indirects. (Les concurrents directs existent pas)

## 6.b Le produit

Concept : Casque de vélo avec lumière et airbag intégré. En effet, un coussinet d'air se déploie lorsque le casque est soumis à un choc

Gamme : à partir de notre questionnaire, on s'est rendu compte que la qualité était l'élément central de notre casque. C'est pourquoi, nous priorisons au maximum les éléments de ce casque qui lui conféreront une très grande capacité à absorber les chocs, à tenir dans la durée, et à être le plus optimal possible.

Format : Nous aurons un casque de taille adulte. Il sera réglable grâce à une molette arrière et des sangles comme un casque classique. Les clients recevront cet article dans un emballage rigide et sécurisé pour les envois. Ils n'auront pas d'emballages dans la distribution physique parce que cela réduit les coûts et la pollution de l'environnement.

## 6.c La distribution

Faute d'une mauvaise rédaction de notre questionnaire, nous nous baserons sur notre étude documentaire pour connaître les comportements et habitudes d'achats des consommateurs. Nous savons ainsi, qu'ils préfèrent essayer leurs casques en physique avant d'acheter mais s'intéressent de plus en plus au digital. C'est pourquoi nous allons adopter plusieurs stratégies

Stratégie Direct & Indirect : En effet, nous pensons à commercialiser notre produit via notre site internet détenu par nous-même. Cela nous permettra d'assurer le suivi client, d'obtenir une base de données client pour connaître mieux nos clients, d'avoir la main mise sur cette distribution. Toutefois, cela nous rajoutera des frais de logistique. De plus notre stratégie Indirect vise à vendre notre casque à travers des distributeurs reconnus. Ils seront choisis en fonction de leurs gammes de produit. Par exemple, nous pourrions vendre ce produit à travers Decathlon parce qu'ils sont très reconnus pour leur SAV et nous pourrions aussi nous étendre dans des petites boutiques indépendantes, là où le conseil clients est apprécié et où les structures connaissent leurs clients. Il y a des relations de confiance et les gens seront plus susceptibles d'acheter ce casque grâce à des conseils d'experts. Cela correspond à une stratégie sélective puisque nous choisiront les revendeurs. Canal Court avec la distribution de notre produit par un distributeur

## 6.d La communication

Notre public cible sont les cyclistes. Notre objectif reste la notoriété (donc cognitif) étant donné que nous avons créé un nouveau produit sur le marché. Nous pensons à utiliser des moyens Médias numériques parce que la clientèle est de plus en plus présente sur les réseaux sociaux. Afin de communiquer efficacement sur notre produit, nous avons choisis de créer une affiche publicitaire que nous pourrions poster sur les réseaux sociaux

comme Facebook et Instagram parceque nous opérerons en BtoC. Nos formats seront des pots impactants et/ou des vidéos motivantes en présence de notre casque. De plus, nous pouvons utiliser des supports Hors Média tels que des

Le sponsoring peut être également une idée, une personnalité qui représenterai notre marque peut être signe de confiance et de qualité auprès de notre cible.

## 7 Commercialisation à l'International (anglais)

### 7a. Our Product

Notre produit est un casque de vélo avec airbag. L'innovation réside dans cet airbag qui est intégré directement au casque. Il est adaptable pour tous les adultes à partir d'1m60 jusqu'à 2m grâce à un système de fixation adaptable.

### 7b. Our Implantation

l) Present the Product :

#### FAB :

-feature: this helmet is made of polycarbonate which is a strong material.

-advantage: the helmet is therefore very shock resistant.

-benefits: this will allow you to ride a bike safety

-feature: it's equipped with an airbag.

-advantage: it's triggered automatically

-benefits: this gives you more safety in the event of a fall

-feature: it's also equipped with a red light,

-advantage: it signals his presence to car on the road

-benefit: this will allow you to ride a bike while being visible at night in order to avoid accidents

-feature: it weighs 600 grams.

-advantages: it's not too heavy despite the airbag

-benefits: this will allow you to cycle while remaining light

### **Market analysis**

#### **Demande**

• La pratique du vélo est en forte croissance au Danemark, où la sécurité et le bien-être sont des valeurs importantes.

• Les jeunes adultes de 18 à 45 ans sont la cible principale : ils font déjà du vélo ou veulent s'y mettre.

• Les Danois attachent beaucoup d'importance à la sécurité et à la durabilité, et sont prêts à payer plus cher pour des produits innovants.

- L'écologie et la recherche de solutions technologiques renforcent l'intérêt pour les équipements de sécurité de nouvelle génération.
- Il y a encore peu de concurrence pour les casques à airbag haut de gamme, ce qui crée une belle opportunité de se positionner comme marque innovante.

## **II. Environnement (Market Environment)**

- Le Danemark a un réseau cyclable très développé et des lois favorables à la sécurité des cyclistes.
- La sécurité est aussi soutenue par des campagnes de prévention et des associations comme la Fédération danoise des cyclistes.
- Les consommateurs sont ouverts aux produits innovants, mais le prix élevé peut être un frein.
- Le produit haut de gamme est en phase avec les valeurs danoises comme la sécurité et la durabilité.
- Le port du casque n'est pas obligatoire, mais mettre en avant la sécurité reste un bon argument pour convaincre.

## **III. Comparaison avec le marché français**

- En France, le vélo est plus souvent vu comme un loisir ou un sport, mais le marché haut de gamme se développe, surtout dans les grandes villes.
- La sécurité est aussi un sujet important, avec des règles plus strictes sur le port du casque, mais les technologies comme l'airbag sont encore peu connues.
- Le prix du casque devra être justifié en insistant sur la qualité, l'innovation et la sécurité.
- En France, il faudra plutôt insister sur l'aspect sportif et le style de vie, alors qu'au Danemark, on parlera plus de sécurité et d'écologie.

## **IV. Adaptation du marketing mix (4P)**

Produit :

- Garder une conception haut de gamme et mettre en avant la sécurité et la durabilité.

Prix :

- Positionner le casque comme un produit premium, mais rassurer sur la qualité en expliquant le rapport qualité/prix.

Place (distribution) :

- Vendre en ligne via un site e-commerce qualitatif, et dans des magasins spécialisés, sportifs ou axés sécurité.

Promotion :

- Faire des campagnes digitales ciblées sur les jeunes adultes.
- Travailler avec des influenceurs qui parlent de sécurité à vélo.
- Organiser des événements dans les grandes villes pour faire tester le casque.
- Montrer en quoi la technologie de l'airbag justifie le prix.

Justification :

- Le Danemark valorise la sécurité, la durabilité et l'innovation : cela soutient bien un positionnement haut de gamme.
- Le casque peut répondre à une attente forte de sécurité, même si son prix est élevé.

### **V. Choix d'un partenaire local : Velorbis**

- Velorbis est une entreprise fondée en 1990 à Copenhague, spécialisée dans les vélos et accessoires haut de gamme.
- Elle a plus de 30 ans d'expérience, vend plusieurs milliers de vélos chaque année, et est bien implantée à Copenhague.
- Elle propose des vélos électriques et des accessoires innovants.
- Elle est reconnue pour sa qualité, son réseau solide, et une clientèle fidèle.
- Velorbis partage les mêmes valeurs que notre produit : design, durabilité et innovation.
- Grâce à son réseau et sa réputation, elle peut aider à vendre efficacement notre casque haut de gamme.
- Elle connaît bien le marché local, ce qui renforce notre crédibilité.

### **VI. Promotion (stratégies)**

- Lancer une campagne digitale avec des influenceurs spécialisés en cyclisme ou sécurité pour faire découvrir la technologie.
- Organiser des démonstrations dans des grandes villes comme Copenhague pour faire tester le casque.
- Utiliser les réseaux sociaux et la publicité numérique pour insister sur la sécurité, la technologie et la durabilité.
- Travailler avec des clubs ou associations cyclistes pour participer à des événements et campagnes.
- Expliquer clairement pourquoi le prix est élevé, en mettant en avant la sécurité de l'airbag et les bénéfices à long terme.

Cout de Revient Sources :

[https://www.amazon.fr/Bouteille-bouteille-rechange-gilet-Airbag/dp/B08X2X3HDM/ref=sr\\_1\\_1?dib=eyJ2ljojMSJ9.le12fxjZda1EcetKuBdZln7SMud\\_G7-2wbAq5VG5OlhR1pJj\\_L7kDejGtvhwx9YTdQtrzbHyvb\\_F4CyyxvmTtRUG5rld\\_56KX6slqkBf8ZqVuZzIHJfJ6V3eHxKDVhZOrRpX3JoEjDfSBHh0GiJLx2NLqc4HF0oasLSUChFHzejUpyaS2weZAKMdB0xSPnrAlap-eD8HSC7p8UKqSGJu2uT2eInJVFkKYX9fLBGQB45x8RBkwNyWnJ9twMZd-EEKcleKqaKfuzHjfHzsq812Ed6uj362gjfAR6Urjt1k.Omm2SbSkglw-7w5KAlQI9UDBia35raqWr38iiQw8kDY&dib\\_tag=se&keywords=cartouche+airbag&qid=1747300423&sr=8-1](https://www.amazon.fr/Bouteille-bouteille-rechange-gilet-Airbag/dp/B08X2X3HDM/ref=sr_1_1?dib=eyJ2ljojMSJ9.le12fxjZda1EcetKuBdZln7SMud_G7-2wbAq5VG5OlhR1pJj_L7kDejGtvhwx9YTdQtrzbHyvb_F4CyyxvmTtRUG5rld_56KX6slqkBf8ZqVuZzIHJfJ6V3eHxKDVhZOrRpX3JoEjDfSBHh0GiJLx2NLqc4HF0oasLSUChFHzejUpyaS2weZAKMdB0xSPnrAlap-eD8HSC7p8UKqSGJu2uT2eInJVFkKYX9fLBGQB45x8RBkwNyWnJ9twMZd-EEKcleKqaKfuzHjfHzsq812Ed6uj362gjfAR6Urjt1k.Omm2SbSkglw-7w5KAlQI9UDBia35raqWr38iiQw8kDY&dib_tag=se&keywords=cartouche+airbag&qid=1747300423&sr=8-1)

<https://www.lexpertvelo.com/dossier-materiel-velo-les-differents-materiaux-et-structures-de-casques-velo-3-576.html>

[https://latelierdupolystyrene.fr/blocs-polystyrene/blocs.html?utm\\_source](https://latelierdupolystyrene.fr/blocs-polystyrene/blocs.html?utm_source)

[https://www.amazon.fr/Coussinets-Universels-Coussinet-Accessoires-Remplacement/dp/B0CZRCG87S/ref=sr\\_1\\_19?dib=eyJ2ljojMSJ9.qgywne22DI04qPiZ3H4x1FCYFeqEwsqz0R6TwJCYQsjoQ\\_4MPkbHkTosLP2DpeOMyxiaRdedrta98KtF66L7ZMe8hpX9E3e17kJZ1wtSK5S9r-7-ZHP8Yfuj5g1hCaoaY40YsJMoTABICGSQiyN1WwE7nbytymZXZmXZyCgO4Uqqi0A0F3g33IWQG-XY\\_VJztyM\\_AFL9xvlYBHFNNc2jn3V9cwctwlpnxwdPLQug6U0.sNlCKmv1sokOBUYPY4S4oNNizsMAMIFYOlunAlPdsb8&dib\\_tag=se&keywords=mousse+casque&qid=1747302000&s=sports&sr=1-19&xpid=R32\\_G2wGelNhw](https://www.amazon.fr/Coussinets-Universels-Coussinet-Accessoires-Remplacement/dp/B0CZRCG87S/ref=sr_1_19?dib=eyJ2ljojMSJ9.qgywne22DI04qPiZ3H4x1FCYFeqEwsqz0R6TwJCYQsjoQ_4MPkbHkTosLP2DpeOMyxiaRdedrta98KtF66L7ZMe8hpX9E3e17kJZ1wtSK5S9r-7-ZHP8Yfuj5g1hCaoaY40YsJMoTABICGSQiyN1WwE7nbytymZXZmXZyCgO4Uqqi0A0F3g33IWQG-XY_VJztyM_AFL9xvlYBHFNNc2jn3V9cwctwlpnxwdPLQug6U0.sNlCKmv1sokOBUYPY4S4oNNizsMAMIFYOlunAlPdsb8&dib_tag=se&keywords=mousse+casque&qid=1747302000&s=sports&sr=1-19&xpid=R32_G2wGelNhw)

Polycarbonate <https://french.alibaba.com/g/polycarbonate-granules-price.html>