



bellemont  
PARIS

# L'ESPAGNE : UN MARCHÉ PORTEUR POUR LA SOCIÉTÉ BELLEMONT ?

Réalisé par  
Lara HACHEM  
Nadia OURGADOULOVA  
Jade BRIEND  
à l'Université de Bretagne-Sud

Projet réalisé en collaboration avec un groupe d'étudiants de l'Université de  
Valladolid – Soria : Rocio, Esperanza, Elena, Paco et Alberto

Ce dossier répond à des questions sur le marché de la puériculture, et puériculture haut-de-gamme espagnol :

Quels sont les marques présentes en Espagne qui répondent au critère haut-de-gamme ?

Quels sont les sites internet espagnols qui commercialisent différentes marques de puériculture ?

Quel est l'état du marché de la puériculture en Espagne ?

Quelle est la démarche marketing conseillée ?

## **SOMMAIRE**

### **1- Etat du marché espagnol :**

- a-Données économiques
- b-Distribution
- c-Concurrence

### **2-Inventaire Internet :**

- a-Les sites de vente
- b-Les blogs

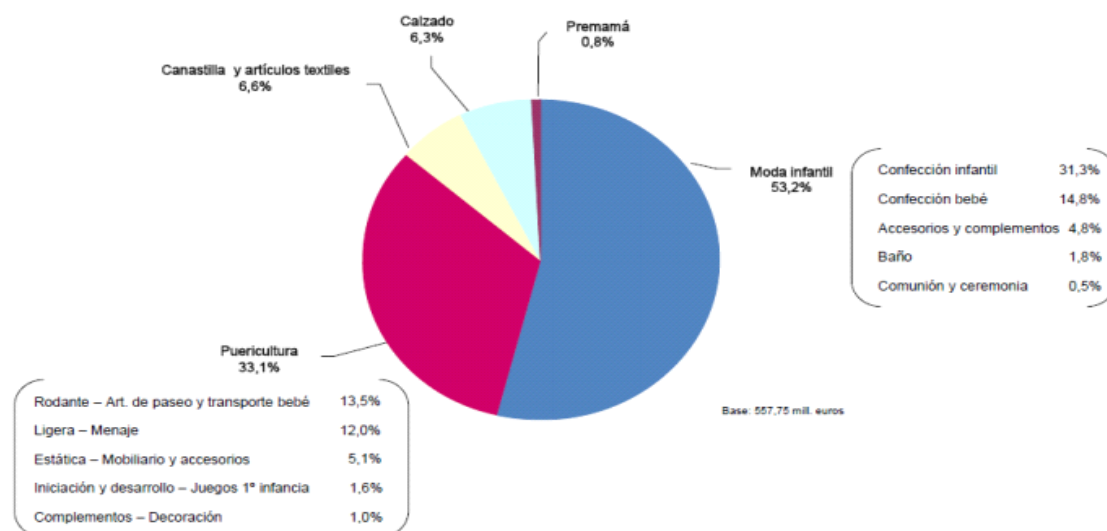
### **3-Propositions de démarches**

### **4-Conclusion**

# ETAT DU MARCHÉ ESPAGNOL

## a- Données économiques

### Mercado nacional: distribución por producto



Fuente: ASEPRI, con información del sector asociado

*Illustration : Marché national, ventes par type de produit*

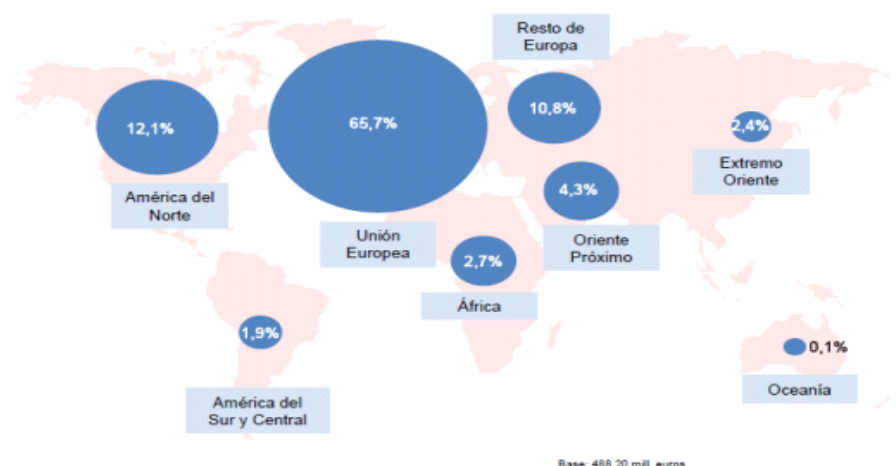
### Légende “Marché national : Ventes par type de produit” :

- en bleu, la mode enfant, qui regroupe le textile enfant, bébé, les accessoires, vêtements de bain et de cérémonie
- en rose, la puériculture, qui regroupe les articles pour le transport de l'enfant, le mobilier et accessoires, les jeux pour bébé, les accessoires de ménage.

Une étude de l'Association espagnole pour les produits de l'enfance (ASEPRI en espagnol), réalisée grâce aux données de 2013, indique que les ventes de l'Espagne vers l'étranger ont augmenté de 14,8 %, et représentent 46,7 % du chiffre d'affaires global du secteur. Ces ventes à l'international ne représentaient que 26,25 % du chiffre d'affaires en 2009.

La principale destination des ventes de produits en provenance d'Espagne est le reste de l'Union Européenne. Cependant les ventes vers d'autres marchés comme la Chine, la Russie ou la Turquie augmentent considérablement et font chuter la part des exportations intra-communautaires.

## Exportación: distribución de las ventas por áreas



Fuente: ASEPRI, con información del sector asociado

*Illustration : Distribution par aires géographiques*

C'est l'Italie qui est le principal acheteur de l'Espagne, en effet 25 % des exportations se font vers l'Italie, suivie par le Portugal, la Russie et la France ex aequo, puis enfin la Grèce.

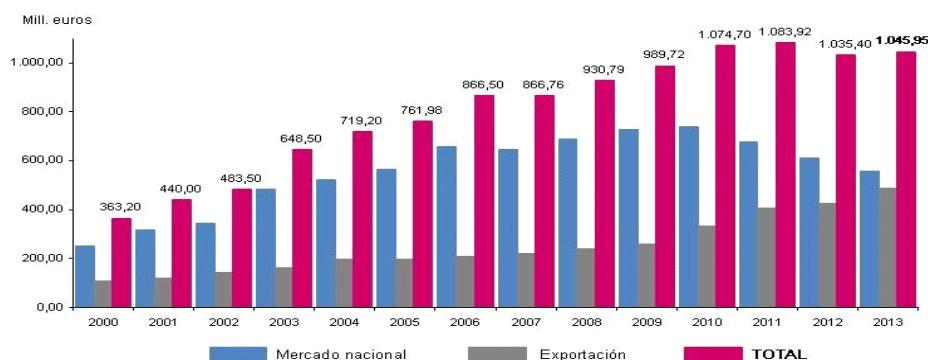
Les ventes à l'intérieur du pays sont quant à elles en baisse, -8,6 % par rapport à 2012, mais elle représentent toujours 53,3 % du chiffre d'affaires du secteur.

Encuesta Anual de Facturación Año 2013 – Informe de Resultados



ASEPRI Asociación Española de Productos para la Infancia

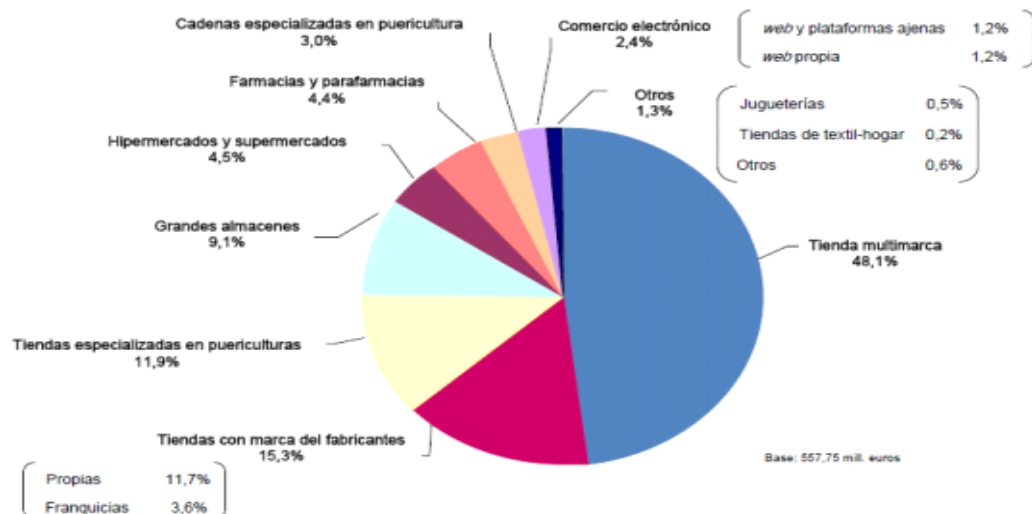
## Facturación: evolución 2000-2013



*Illustration : Parts des ventes nationales et des exportations*

## b- La distribution

### Mercado nacional: distribución por canal de venta



Fuente: ASEPRI, con información del sector asociado

Illustration : Marché national, distribution par canal de vente

Légende :

- en bleu, les magasins appelés « multi-marques »
- en rose, les magasins dédiés à une seule marque, qu'ils soient franchises ou non
- en jaune pâle, les magasins spécialisés en puériculture
- le reste se partage entre grandes surfaces, supermarchés et hypermarchés, pharmacies et parapharmacies

Le canal de vente qui rencontre le plus de succès en Espagne semble être le magasin « multi-marque », c'est-à-dire le magasin qui commercialise différents types de produits et différentes marques. Ensuite vient le magasin propre à la marque, puis le magasin spécialisé en puériculture.

Le commerce en ligne augmente de plus en plus, que ce soit via les sites internet des marques ou via des plateformes de vente, ou même les magasins « multi-marques » qui possèdent de plus en plus un espace de vente en ligne propre.

Cette étude prévoyait pour 2014 une augmentation du chiffre d'affaires et une stabilisation des ventes intérieures.

## **C-La concurrence**

Les marques suivantes sont des marques de haute qualité qui commercialisent leurs produits en Espagne :

- 4moms -des poussettes et accessoires
- Alondra -des berceaux et accessoires
- Bugaboo -des poussettes et accessoires
- Bebe confort -des chaises hautes, des sièges auto et des réhausseurs, des thermomètres
- Cybex -des sièges auto et des réhausseurs
- Inglesina -des chaises hautes, des berceaux, des poussettes...
- Philips Avent -des articles électroniques (babyphone)
- Römer et Britax (Britax est la deuxième marque de Römer) -des sièges auto et des réhausseurs
- Stokke -plusieurs produits (lits bébé, baignoires, tables à langer, divertissement...)
- Suavinex -robots ménagers et biberons
- X-lander -des poussettes

Et les suivantes sont des marques espagnoles qui ont participé au CBME (Children Baby Maternity Products) à Shanghai en 2014 :

- Barcarola, Boboli, Mayoral et Tutto Piccolo: Des vêtements pour bébés et enfants
- Baby Monsters et Casual Play: Des poussettes
- Babyauto: Des sièges auto
- Bebé Due: Puériculture légère
- Micuna: Des meubles

# INVENTAIRE INTERNET

## **a-Les sites de vente en ligne et d'information**

Il existe probablement une multitude de sites internet qui commercialisent des articles de puériculture, ici se trouvent les principaux.

El Corte Inglés est un groupe de distribution en Espagne, qui commercialise tout type de produits, dont des articles de puériculture :

[http://www.elcorteingles.es/tienda/bebes/browse/brandDistributor.jsp?navAction=pop&navCount=3&cm\\_sp=bebes-\\_-home-\\_-marcas](http://www.elcorteingles.es/tienda/bebes/browse/brandDistributor.jsp?navAction=pop&navCount=3&cm_sp=bebes-_-home-_-marcas)

D'autres sites commercialisent des produits de puériculture de différentes marques :

<http://www.todo-bebes.es/index.php?route=product/manufacturer>

<http://bebitus.com/>

<http://www.elplanetadelbebe.com/>

Les deux sites internet suivants sont des sites internet d'information pour les franchises :

<http://www.infofranquicias.com/fl-7/franquicias/Moda-infantil.aspx>

[http://www.abcfranquicias.es/franquicias-moda-infantil-puericultura\\_c17](http://www.abcfranquicias.es/franquicias-moda-infantil-puericultura_c17)

## **b-Les blogs**

- <http://www.blogmodabebe.com/2014/12/gana-un-vigilabebes-de-tomy-first-years.html#comments>

Dans le blog ci-dessus et d'autres du même genre, les mères partagent leurs opinions sur des produits, leur usage et fonctionnalité, et plusieurs entreprises proposent d'offrir quelques produits aux mères.

- [http://foro.enfemenino.com/forum/matern1/\\_f202080\\_matern1-Productos-marca-deliplus-mercadona-para-el-bebe.html](http://foro.enfemenino.com/forum/matern1/_f202080_matern1-Productos-marca-deliplus-mercadona-para-el-bebe.html)
- <http://www.bebesymas.com/compras-para-bebes-y-ninos/productos-para-bebe-marcas-reconocidas-o-marcas-blancas>

Dans d'autres blogs comme les deux ci-dessus, les parents partagent leurs opinions sur divers produits et marques. Ils font également des comparaisons sur la qualité et les services entre les marques de fabricants, celles bas de gamme et celles des distributeurs ou les marques blanches ( = marque et origine non connues ) qui se vendent en supermarchés comme Carrefour, Mercadona...

Ce type de blogs peut faire de la mauvaise publicité pour les entreprises de marques reconnues, puisque les parents reconnaissent que les marques blanches , en plus d'être moins chères, sont de qualité similaire aux marques reconnues.

- <http://www.guiainfantil.com/blog/1091/andadores-bueno-o-malo-para-el-bebe.html>

Ici, les parents commentent uniquement l'utilité ou non d'un produit, il n'est ni possible de recommander ou de nuire à une entreprise, puisque les discussions ne tournent autour que des produits et non des marques.

- <http://www.puericulturalara.com/blog/>

Les magasins peuvent aussi créer leur propre blog. Ils décrivent leur produits, les visiteurs peuvent laisser des commentaires et également donner leur avis sur les produits. Ce type de blogs sont les moins populaires, puisque les parents ne retrouve pas la même atmosphère que dans les blogs dédiés aux parents.



- <http://blog.eurekakids.es/nuestras-marcas/conoces-los-juguetes-baby-einstein/#.VI8FmxB5Pg8>

Ce blog est créé par des experts en puériculture, les parents soumettent leur questions et les experts leur répond. Au sein de ce type de blogs, les commentaires sont privés, et les gens qui n'ont pas laissé de commentaire ne peuvent pas voir ceux des autres.

## **PROPOSITIONS DE DEMARCHES**

Pour réaliser cette étude, le groupe d'étudiants espagnols est entré en contact avec les magasins présents dans leur ville, Soria. Ces magasins sont les suivants : Menta, BB Baby Shop, Mas que bebes, Juguetos et Pillines.

### **La distribution :**

Les distributeurs font le plus souvent appel à des commerciaux pour entrer en contact avec les magasins. Les grandes marques ont même leurs propres commerciaux. La prise de contact immédiate, sans intermédiaire, entre un distributeur et le magasin est relativement rare.

Parfois, c'est le magasin lui-même qui fait appel à la marque après avoir découvert quelque chose d'intéressant, de nouveau.

Des salons spécialisés dans le secteur de la puériculture se déroulent chaque année en Espagne, ce sont des salons à rayonnance européenne voire mondiale, et c'est dans ce cadre que beaucoup de magasins rencontrent les marques, et découvrent les nouveautés. Cette présence des marques est importante car elle permet aux distributeurs éventuels de toucher le produit, de mieux le visualiser et l'apprécier.

### **Etude de communication :**

La publicité et la communication autour d'un produit dans les magasins s'adresse particulièrement à l'enfant, qui influence beaucoup la décision des parents d'acheter ou non un produit.

Dans le cadre de la vente en ligne, l'enfant ne joue pas de rôle sur la décision, la publicité est dès lors bien plus tournée vers le ou les parents.

La communication peut donc judicieusement s'adresser aux parents et aux enfants, pour plaire au plus grand monde.

Les parents cherchent à satisfaire le désir de l'enfant, et le leur, en fondant leur décision sur la sécurité, la qualité, la fonctionnalité, etc...

La publicité qui vise l'enfant doit, elle, être plus spontanée, car l'enfant sera attiré par une publicité qui provoque un effet immédiat. Il est donc important de soigner le visuel, avec des couleurs ou des images qui captent l'attention d'un jeune enfant.

La publicité des produits destinés aux très jeunes enfant, aux nourissons, se fait le plus souvent à la télévision, sur internet et dans les magazines, car destinée uniquement aux parents, qui ne subissent pas l'influence de l'enfant.

Il existe beaucoup de publicité sur les réseaux sociaux. Beaucoup font des vidéos, pour répondre aux questions et attentes des parents qui accordent de l'importance à la sécurité et à la fonctionnalité d'un objet.

Les blogs sont aussi une bonne publicité indirecte, car les parents laissent leur opinion sur les produits.

### **Ouvrir son propre magasin de marque :**

Les démarches à accomplir dépendent du type de commerce que l'on souhaite créer. Il faut connaître les conditions requises ainsi que les autorisations nécessaires pour l'ouverture d'un commerce. Le conseil municipal ou l'assemblée municipale de chaque ville permet d'aider dans ces différentes démarches administratives. ( Quels impôts ? Quelles normes doit-on suivre ? Etc...

### **Autres méthodes de communication :**

La publicité n'est pas le seul recours pour attirer plus de clients. Il est possible d'utiliser des outils et méthodes modernes, graphiques, communicatives, pour promouvoir son entreprise et intégrer le client dans l'aventure. Les réseaux sociaux sont un très bon exemple, pour faire participer les clients. Facebook et Twitter sont les réseaux les plus utilisés, ainsi que Instagram par le public plus jeune. Ces méthodes permettent à la fois de promouvoir les produits, les nouveautés, les promotions, mais aussi de se rapprocher du client par des discussions, des questions, des photos, des concours, etc...

Que ce soit sur un réseau social ou sur un blog par exemple, une entreprise peut également dévoiler les étapes de la réalisation d'un produit, de la réflexion qui l'entoure, etc... Elle peut également faire découvrir au client les salons auxquels elle participe par le biais de vidéos.

Créer une newsletter permet aussi de fidéliser le client, en lui proposant chaque mois des réductions exclusives, pour qu'ils se sentent privilégiés.

Il est possible de se servir du client lui-même pour assurer la publicité. En effet, organiser un concours entre clients et internautes avec leurs enfants, pour en faire des modèles, permet de ne prendre en charge que les coûts de photographie.

## **CONCLUSION**

Les facteurs qui font le succès d'une entreprise sont divers :

- Une gamme large, un catalogue vaste, un grand choix d'articles pour répondre aux exigences des parents

- Une attention toute particulière au client, la prise en compte de son avis, la remise en question

- Faciliter l'achat et l'expérience du consommateur, supprimer toute barrière qui pourrait dissuader un client potentiel

- Cibler son public, créer une version de son site dans la langue cible

Le texte suivant est une présentation sur des renseignements économiques du secteur en Espagne. Le site de l'association qui a réalisé cette étude est: <http://www.asepri.es/>