

DOSSIER DE PRESSE



Petits Petons

Petits Petons la vraie marque des enfants

Suite à plusieurs années passées dans le monde de la chaussure pour enfants, les dirigeants de la société sont arrivés à un constat simple : les chaussures pour enfants sont tristes, chères et peu créatives...

En janvier 1992, ils décident alors de joindre leurs forces pour créer une marque au concept original :



Au fil du temps **Petits Petons** a su redonner vie à la chaussure pour enfant, en l'acidulant de couleurs vives tout en développant plusieurs atouts incontournables :

- La qualité des produits
- L'accessibilité des prix
- Un réseau de distribution réparti sur toute la France et à l'étranger

Un savoir-faire au service de la qualité !

Accompagner le développement naturel du pied de l'enfant tout au long de sa croissance, voilà l'engagement qualité que **Petits Petons** prend auprès des enfants comme des mamans !

Qu'ils soient classiques ou plutôt tendances tous les modèles sont d'une robustesse à toute épreuve : voûtes plantaires, contreforts de maintien, bouts durs et renforcés à l'avant ou encore bourrelets matelassés ; rien n'est laissé au hasard pour permettre une protection et un maintien optimum du pied de l'enfant.

Les chaussures disposent d'une semelle intérieure, d'une doublure intérieure et extérieure en cuir, indispensables au confort et à l'hygiène des pieds.

Parallèlement l'esthétisme espiègle propre aux modèles **Petits Petons** satisfera les plus petits comme les plus grands.

Les chaussures font l'objet d'un contrôle de qualité rigoureux basé sur des années d'expérience. Après création des modèles, une première équipe contrôle la marchandise dans les pays de production. Tout est vérifié : les doublures, les peausseries, les lacets et fermetures, les semelles...

Une fois ce contrôle passé avec succès, un échantillon est envoyé au siège parisien et est à nouveau vérifié sur place. Le pied de conformité doit absolument être approuvé avant que la fabrication ne soit lancée à grande échelle.

C'est ainsi que près de 300 modèles sont commercialisés chaque année.

Petits Petons, c'est donc l'alliance d'une structure de qualité, d'un chaussant très confortable et d'un esthétisme original et créatif.

Une diversité de choix optimum

Chaque collection comptant généralement plus de 120 modèles, les collections reviennent deux fois par an, pour le printemps/été et l'automne/hiver. Mais c'est à chaque fois l'occasion de sortir le grand jeu, tout est prévu pour combler les enfants...et rendre jaloux les parents ! Qu'ils soient plutôt footballeurs, docteurs, maîtresses ou princesses, tous les enfants trouvent chaussures à leurs pieds.

Un concept unique en France !

L'enseigne a su tirer son épingle du jeu face à une concurrence bien implantée sur ce marché de niche.

Contrairement aux autres, sa politique de prix est déterminée en fonction des pointures et non des modèles.

Petits Petons c'est donc : **3 prix uniques toute l'année !**

Du 17 au 23 = 48 €

Du 24 au 33 = 50 €

Du 34 au 39 = 55 €

En 2008, **Petits Petons** innovait en développant **un nouvel axe marketing**.

Afin de renforcer son avantage concurrentiel et de satisfaire au mieux les consommateurs, l'enseigne décide de rajouter un service « plus » à ses clients en proposant :

LE CONCEPT « JOUR & NUIT »



Présentoir magasin



PLV Vitrine

A titre d'exemple pour un achat du 17 au 23, ce service « plus » permet aux clients de bénéficier pour 49 € d'une paire de chaussures et d'une paire de chaussons au lieu de 67€ (les chaussons étant vendus seul au prix de 19 €)

Il s'agit aujourd'hui d'un service permanent dans tout le réseau, résultat d'un véritable changement dans la politique marketing de l'enseigne.

Une distribution basée sur un Réseau puissant et dynamique

Petits Petons compte aujourd'hui **80 magasins** répartis dans toute la France métropolitaine mais aussi dans les Dom-Tom (Guadeloupe, Martinique,...) et à l'étranger (Tunisie, Serbie). L'enseigne compte bien continuer à se développer que se soit dans nos frontières mais aussi au-delà...

Les boutiques **Petits Petons** sont et seront tenues par des hommes et femmes qualifiés, associant professionnalisme, sensibilité envers l'univers des enfants, et adhérent aux valeurs de l'enseigne.

Situées dans des villes commerçantes de **+ de 30 000 habitants**, chacune de ces boutiques représente une implantation stratégique pour l'enseigne que se soit en centres-villes ou en centres commerciaux. Les surfaces exploitées sont de **30 à 120 m²**.

Petits Petons développe un réseau de partenariat sous forme de **franchise**.

Le système classique de la **franchise**, où chaque partenaire franchisé est propriétaire de son stock et de son local.

Le Partenariat **Petits Petons** est un **véritable partenariat** où l'engagement des partenaires rencontre le savoir-faire et les compétences de la marque.

Formation managée par des professionnels du secteur (podologues, fabricants, etc), en boutique par les animatrices réseaux, logiciel exclusif d'aide à la gestion des stocks, outils d'aide à la vente et plan publi-promotionnel pointus forment l'ossature du dispositif commercial **Petits Petons**, entièrement tourné vers le succès.

Les dossiers sont étudiés par un comité de validation interne qui se réunit de façon hebdomadaire.

Le système de partenariat, propre à **Petits Petons** permet de développer le réseau de manière harmonieuse sur l'ensemble du territoire et d'en assurer sa pérennité.

Un concept magasin original et détonnant !

Le concept **Petits Petons** utilise l'esprit architectural Ouest américain de la fin du 19eme siècle. **Le bois est l'élément incontournable** de cet environnement, donnant à l'ensemble un cachet plus qualitatif valorisant les produits de la marque. Ce nouvel écrin permet **une politique merchandising en meilleure adéquation avec le créneau de clientèle « moyenne gamme »** des chaussures **Petits Petons**.

L'intérieur des boutiques est imaginé comme un univers d'enfant à la fois ludique mais cosy où se côtoient professionnalisme et gaieté. Le magasin est divisé en 3 espaces colorés. Chacun est associé à une couleur ce qui permet une présentation plus claire des produits et des segmentations par âge.

On trouve ainsi :

- L'espace Bébés (du 17 au 23) en jaune pastel
- L'espace Cadets (du 24 au 33) en vert pastel
- L'espace Juniors (du 34 au 39) en saumon



Magasin de Bergerac

Avec de forts repères identitaires

A l'intérieur des boutiques on trouve une frise multicolore en mosaïque qui illumine le sol. Elle est un signe de reconnaissance visuelle pour nos fidèles clients. En effet, elle fait le lien entre les deux générations de boutiques, l'ancien et le nouveau concept.

A l'extérieur, la façade jaune et la coccinelle, ne passent pas inaperçus. Le jaune permet de repérer la boutique de loin et intrigue les passants.

La coccinelle est l'emblème de **Petits Petons**. Elles permettent l'identification des boutiques et constituent à elles deux l'identité visuelle de la marque depuis sa création.



Façade type



Logo enseigne

De la petite coccinelle espiègle aux 6 pieds au faux désordre inspiré par les boîtes à chaussures apparentes, rien n'est laissé au hasard pour que toute la famille se sente chez elle.

Une communication active au service de la dynamique réseaux

Petits Petons se place dans une recherche permanente de nouveaux défis, de projets à mettre en place... Une manière de renouveler sans cesse son actualité, d'être une source de vie et de dynamisme pour le réseau tout entier.

L'objectif est de mettre en place des évènements originaux en adéquation avec les valeurs de l'enseigne et l'univers de l'enfant afin de séduire et fidéliser les consommateurs tout en impliquant nos commerçants.

Petits Petons s'exerce à entretenir une relation privilégiée avec les consommateurs en diffusant des **campagnes de publicité** gaies et originales dans divers supports :

- Presse Parentale (Enfant, Parent, Family...),
- Radio (Chérie FM),
- Presse Féminine (Marie Claire, Elle...),
- Presse Locale (Bébézone)
- Presse Professionnelle Internet (acfranchise, L'observatoire de la franchise, Toute la franchise...).



Publicité Enfant magazine septembre 2009

Petits Petons met régulièrement en place de **grandes opérations commerciales** quelques exemples:

Opération Mission G : partenariat avec une société spécialisée dans la promotion de film pour un jeu concours sur le site de l'enseigne, par sms et en boutiques.

Opération La princesse et la grenouille : jeu concours dans les boutiques de l'enseigne.

Opération Bubble Mag : partenariat avec le magazine Bubble Mag, distribution du magazine en boutique contre visibilité.



Opération commerciale



Opération Ventes Flash

Au niveau interne, l'**animation du point de vente** fait partie des principales actions publicitaires menées tout au long de l'année. La direction s'efforce sans cesse d'apporter au sein des boutiques, des animations colorées et originales qui mettent en scène les collections.



PLV Vitrine Hiver 2009