

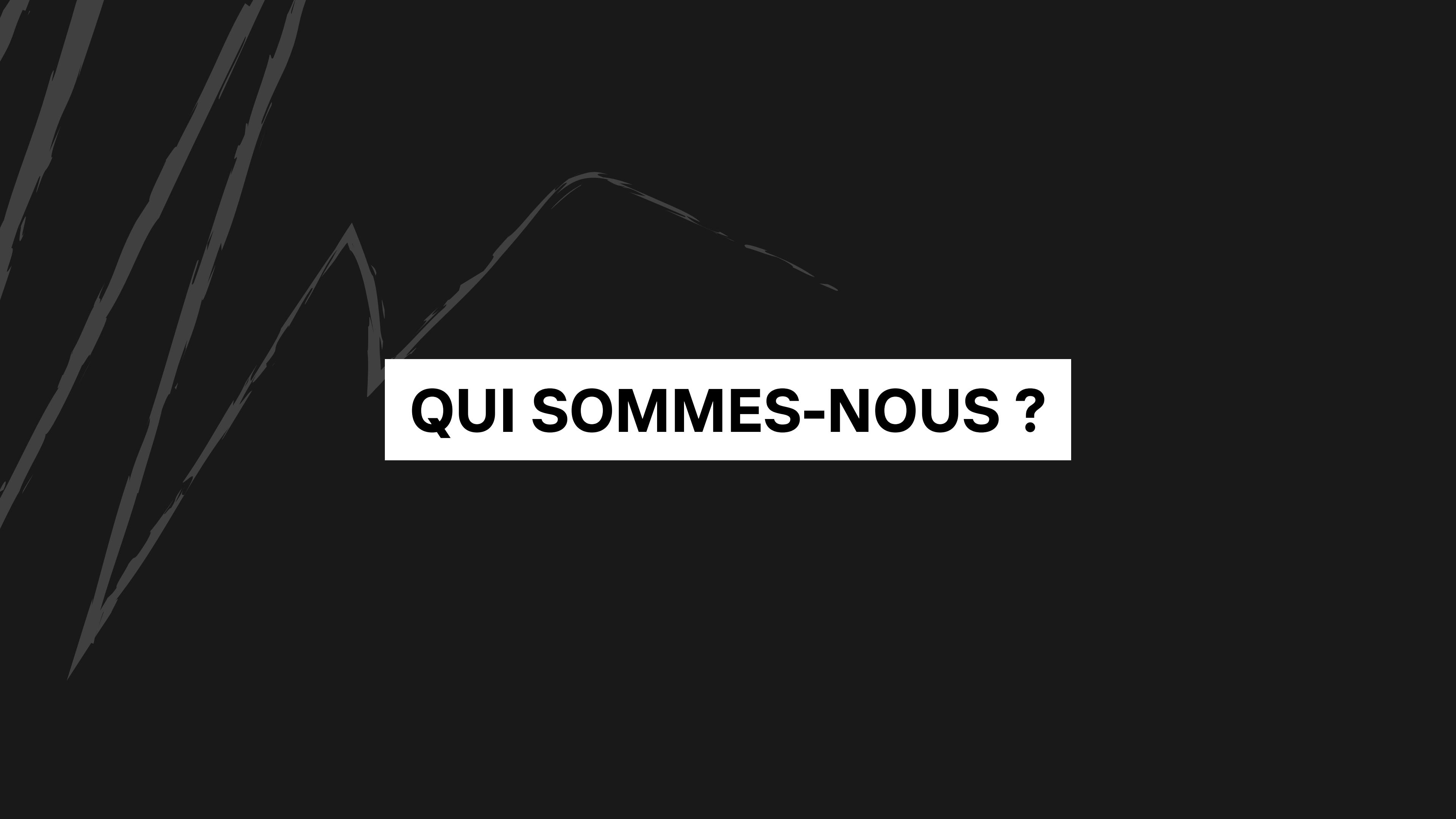


Notre projet :



De MUMBELA MULUME Shyffer, OULED MABTOUL Ayoub,
EVOUNG-DURAND Elden, DIA Tabara et CHERQUI Louis





QUI SOMMES-NOUS ?

NOUS SOMMES PSYCHÉ

Une bière qui vous comprend ?

Qui partage tout vos moments avec vous ?



Chez Psyché nos bières sont plus qu'un simple breuvage.

Elles vous accompagnent dans tout vos moments d'émotions, des plus tristes
aux plus heureux.

Psyché nous rapproche au plus prêt de notre esprit et de notre coeur car
Psyché c'est vos émotions à l'état pur.

ETUDE DE MARCHÉ

LES BIÈRES

Le coût de production de 40 litres de bière est de 73,825 €, ce qui revient à 1,4765 € par bouteille de 75cl.

Suite à une étude de marché nous avons comparés les différents prix sur le marché :



Notre bière est positionnée dans la gamme artisanale ou locale, avec un prix compétitif entre 5 et 15 euros. Après une analyse plus précise du marché, la plupart des bières similaires sont vendues entre 6 et 9 euros pour 75cl.

Notre choix de prix à 5 euros pour une bière locale rend notre produit très attractif pour les consommateurs potentiels, aligné sur les prix les plus bas du marché sans compromettre la qualité !

ANALYSE DE LA CONCURRENCE



NOS 5 PRINCIPAUX CONCURRENTS:

1

LA GOUDALE (AMBRÉ) :
BIÈRE FRANÇAISE BRASSÉE DANS LE NORD. SA VARIANTE AMBRÉE EST RICHE EN SAVEURS MALTÉES ET LÉGÈREMENT CARAMÉLISÉES. GAGNANTE DU "WORLD BEER AWARDS 2022"

2

LA LEFFE :
BRASSERIE BELGE BIEN ÉTABLIE, CONNUE POUR SES BIÈRES DE QUALITÉ



3

LA BIÈRE AMBRÉE DE NOËL BELLEROSE :
BIÈRE AMBRÉE FRANÇAISE, BRASSÉE PAR LA BRASSERIE DES SOURCES. ELLE EST CARACTÉRISÉE PAR SON GOÛT FRUITÉ ET SA COULEUR CUIVRÉE.



4

GRIMBERGEN :
UNE AUTRE BRASSERIE BELGE CÉLÈBRE. ELLE PROPOSE UNE VARIÉTÉ DE BIÈRES

6

CHIMAY :
BRASSERIE TRAPPISTE BELGE RÉPUTÉE POUR SES BIÈRES DE HAUTE QUALITÉ

5

KWAK :
BIÈRE AMBRÉE BELGE, CONNUE POUR SON VERRE EMBLÉMATIQUE. ELLE A UNE SAVEUR MALTÉE ET ÉPICÉE

AVANTAGES CONCURRENTIELS :



Aucune marque de bière concurrente ne propose de bière fait à base de fleur (eau de rose).

Ce qui est un avantage majeur pour notre marque.

La plupart d'entre elles sont industriels alors que la nôtre est artisanale

Nous sommes les seuls à proposer une marque de bière sur les émotions, ce qui fait qu'on est innovant.



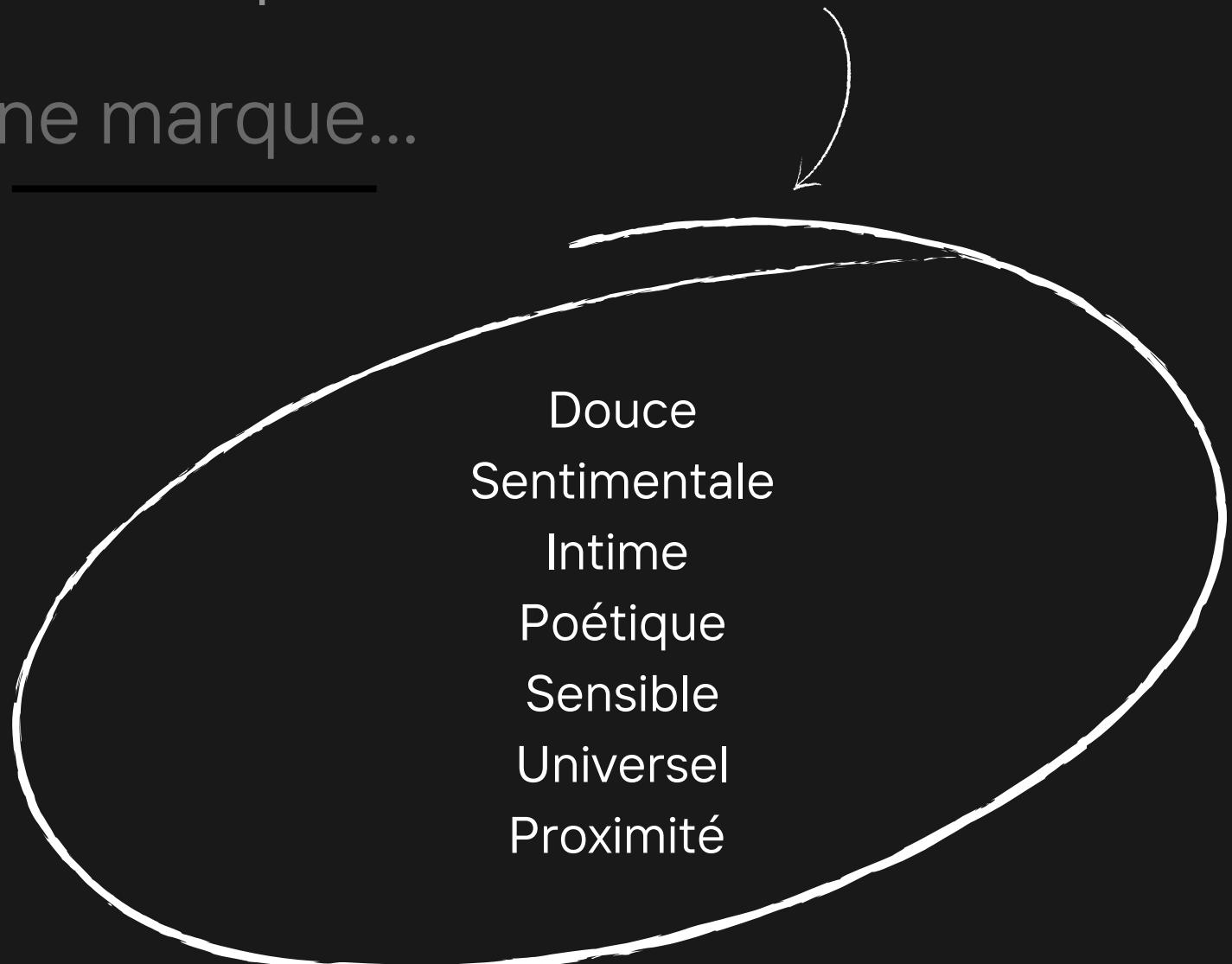


NOTRE POSITIONNEMENT

Positionnement

Les mots qui nous définissent

Une marque...



Psyché est une marque à la fois douce et sentimentale comme les émotions qu'elle véhicule à travers ses saveurs.

Elle a l'avantage de créer une proximité avec ses clients avec son côté intime.

Par sa représentation des émotions humaines, Psyché est également une marque poétique et universel accessible à tous.

Notre positionnement poétique :

*Dans vos moments d'émotions,
elle vous accompagne,
Pleine de compassion,
Vos douleurs elle les éloignent*

*Dans vos joies vous fait sourire,
et vous invitent à vous réjouir,
Dans vos douleurs,
elle apaise vos peurs,*

*Empreinte de douceur,
elle vous réchauffe le coeur,
Psyché, rends unique et capture
Vos émotions à l'état pur.*

NOS POÈMES

JALOUSIE

Cette jalousie amère, visieuse
qui trouble votre équilibre
pourtant si précieuse
Psyché vous en délivre

Emportée par chaque gorgée,
elle rend votre cœur léger,
vos émotions épanouies
la jalousie s'évanouit

Empreinte de douceur,
elle vous réchauffe le cœur,
Psyché rends unique et capture,
vos sentiments à l'état pur.

Tristesse

Quand vient la tension,
elle vous accompagne,
Pleine de compassion,
vos douleurs elle les soignent,

Dans l'écho de vos pleurs,
elle se fait douce lueur,
Dans le silence de vos peines,
elle murmure et vous entraîne.

Dans le froid de l'absence,
revient la présence,
Psyché rend unique et capture.
Vos sentiments à l'état pur.

Amour

Cette émotion qui nous anime,
dans sa complexité nous sublime,
à la vie redonne des couleurs
et nous comble de bonheur

Pleine de sensibilité
Psyché en fait ressortir sa beauté
son goût chaleureux
qui rend si heureux

Empreinte de douceur,
elle vous réchauffe le cœur,
Psyché, rend unique et capture
vos sentiments à l'état pur.

Colère

Rugissement de colère,
rien ne lui résiste,
Avec cette fureur sincère,
juste un grondement persiste.

Dans vos moments d'énerverment,
Elle apaise vos tourments,
Les soucis s'évanouissent,
libérés, Et ils semblent s'effacer.

Célébrant chaque instant de rage,
Et l'émotion qu'il dégage
Psyché, rends unique et capture,
vos sentiments à l'état pur.

Joie

Symphonie de bonheurs,
rien ne peut lui déplaire,
Avec elle plus de douleurs,
juste une mélodie légère,

Dans vos joies vous fait sourir,
et vous invite à vous réjouir,
Les soucis se dissipent en fumée,
et la vie semble alors bien aimée

Célébrant chaque élément de bonheurs,
votre joie, votre elixir de cœur,
Psyché, rends unique et capture,
vos sentiments à l'état pur

Nostalgie

Dans vos moments d'émotions,
Elle vous accompagne,
Quand le jour se retire,
Les rêves respirent

Les reflets d'or dansent, douce mélodie,
Cherchant à capturer notre folie.
Dans ces instants, souvenirs embrassés,
Chaque rayon, un écho du passé,

Plus qu'un tableau, un rêve à contempler,
Coucher de soleil, souvenir d'un lointain passé
Psyché rend unique et capture.
Vos sentiments à l'état pur.

ANALYSE SWOT



S

FORCES

- **Notre Positionnement unique !**

Basé sur des valeurs émotionnelles => Nous, nous distinguons des autres marques de bière
objectif: attirer un public sensible et en quête d'expériences uniques.

- **Sentiment d'appartenance renforcer :**

Nous permettons au client de s'identifier au goût et aux sentiments de chaque bière.

- **Production locale :** Entreprise de proximité => Nous pouvons établir des liens solides avec la communauté locale et susciter la fidélité des clients.

- **Ingédients spécifiques :**

L'utilisation d'eau de rose comme ingrédient clé peut intriguer les consommateurs et créer une expérience sensorielle distinctive.

- **Image de marque innovante**
- **Accessibilité de notre produit**

W

FAIBLESSES

- **Notoriété limitée :**

En tant nouvelle marque, Psyché devra investir dans la promotion et la communication pour se faire connaître.

- **Capacité de production restreinte :**

En tant que petite entreprise, nous pouvons rencontrer des défis liés à la capacité de production
Exemple : Difficultés à gérer la demande croissante.

O

OPPORTUNITÉS

- **Tendance pour les produits artisanaux :**

Les consommateurs ont un intérêt croissant pour les produits artisanaux et locaux.

- **Collaborations créatives :**

Nous pouvons explorer et faire des partenariats avec des artistes locaux, participer à des événements culturels ou des restaurants pour renforcer notre image de marque.

- **Événements saisonniers**

=> Organisez des lancements saisonniers pour attirer l'attention du public.

T

MENACES

- **Concurrence :**

Le marché de la bière est saturé. => se démarquer avec notre positionnement unique.

- **Réglementations :**

S'assurer de respecter toutes les réglementations liées à la production et à la vente de bière.

- **Fluctuations des matières premières :**

Les prix des ingrédients peuvent varier, ce qui peut affecter nos coûts de production.



L'ACCESSIBILITÉ DE LA BIÈRE

L'accessibilité de la bière

Notre bière offre une variété de saveurs captivantes, allant des classiques aux innovations audacieuses, ce qui lui permet de s'adapter aux goûts variés des consommateurs.

De plus, nos prix abordables assurent que notre bière soit accessible à un large éventail de personnes, des jeunes adultes aux personnes plus âgées qu'ils soient consommateurs occasionnels à la recherche de nouvelles expériences ou consommateurs réguliers qui apprécient la qualité.

Enfin, elle est disponible dans toutes les grandes surfaces de France ainsi que dans les différentes caves à Vin et magasins spécialisés. Elle est aussi disponible sur notre site internet.

Ces différentes qualités renforcent l'attrait et l'accessibilité de la bière Psyché au près d'une large clientèle.

L'accessibilité de la bière (bis)

Notre bière est à la fois disponible à travers un circuit direct lors de notre festival mais aussi à travers un circuit de distribution court dans les grandes surfaces.

Grâce à notre mode de distribution intensive, nous ouvrons nos bières au plus grand nombre de public possible.

Grâce à notre stratégie omnicanal nos points de contacts sont optimisés les uns par rapport aux autres.

Nous visons un public varié entre 18 et 40 ans, plus particulièrement en île de France. Cependant nous restons ouvert au public de plus de 40 ans ou hors île de france car nous considérons que les émotions sont une thématiques qui parle à tout le monde et par conséquent devrait être accessible à tous.



**KPI (INDICATEUR CLÉ DE
PERFORMANCE)**

KPI (Indicateur clé de performance)

- **Volume de production de bière : 40L**
- **Nombre de styles de bières : 6**
- **Satisfaction du client**
- **Dépense moyenne des clients par visite**
- **Nombre de bières vendues aux festivals**
- **Nombre de bières vendues en magasin**
- **Notoriété de la marque auprès du public cible**
- **Retours de la clientèle sur les produits**
- **Taux de répétition des achats** : nombre de clients qui reviennent sur le nombre de clients au total



NOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION



- FESTIVAL DE LA BIÈRE
- CRÉATION DE VISUEL
- SITE DE PSYCHÉ

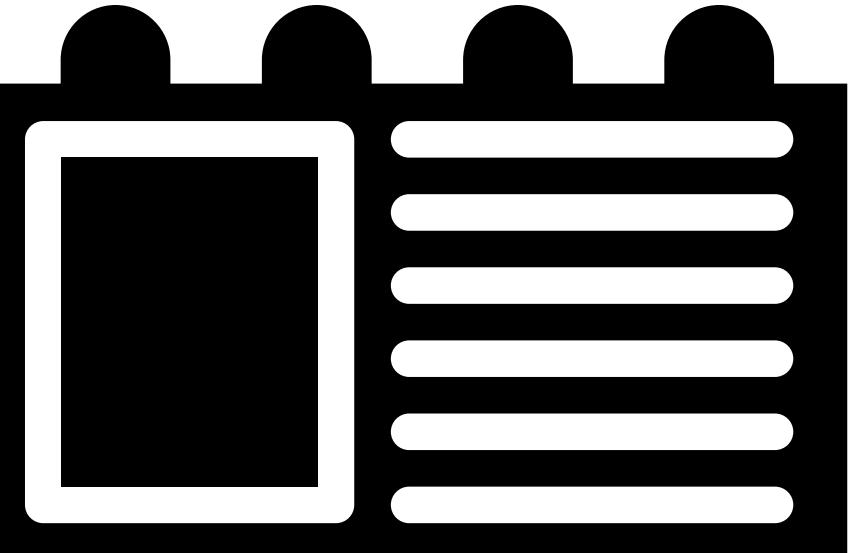
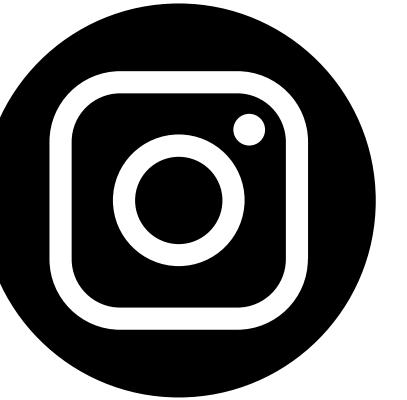
Festival de la bière

Pour le festival de la bière, nous avons prévu de rapporter des pierres d'humeur. En effet ces pierres d'humeurs changent de couleur au contact de la peau et en fonction de la couleur, nous proposerons une réduction de 50% sur la bière correspondant à la couleur.



Création de visuel

De l'affiche publicitaire jusqu'au post instagram, nous réaliserons des visuels autour de notre bière ou d'évènements comme le festival afin de pouvoir viser le plus grand nombre que ce soit sur Internet ou non



Site Internet de Psyché



A travers notre site e-commerce, nous proposerons la vente de nos bières en ligne au prix les plus bas du marché ! Il sera aussi possible de suivre les actualités de Psyché et de se renseigner sur la conception de nos bières