

19 Juin 2020

MINI MA

BE THE MA



SOMMAIRE



I. Création de la marque

1. Inspirations
2. Concept
3. Charte graphique
4. Analyse marketing

II. Nouvelle collection

1. Rosemarie AUBERSON
2. Produits
3. Looks

III. Lancement de la marque

1. Merchandising
 2. Communication
- 
- 



LA CREATION DE LA MARQUE



Concept

- Prêt-à-porter et lingerie enfant, destinés aux filles et aux garçons de 2 à 14 ans.
- Matières nobles, intemporelles et respectueuses.
- Style minimaliste
- Coupes et formes architecturales, fluides
- Références artistiques subtiles





BE THE MA

CHARTRE GRAPHIQUE



POLICE

ADAM - LIGHT
ADAM - MEDIUM
ADAM - GRAS

ADAM - LIGHT
ADAM - MEDIUM
ADAM - GRAS

ADAM - LIGHT
ADAM - MEDIUM
ADAM - GRAS

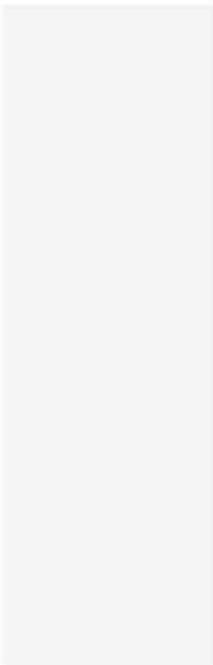
ADAM - LIGHT
ADAM - MEDIUM
ADAM - GRAS



Analyse marketing

EXTERNE

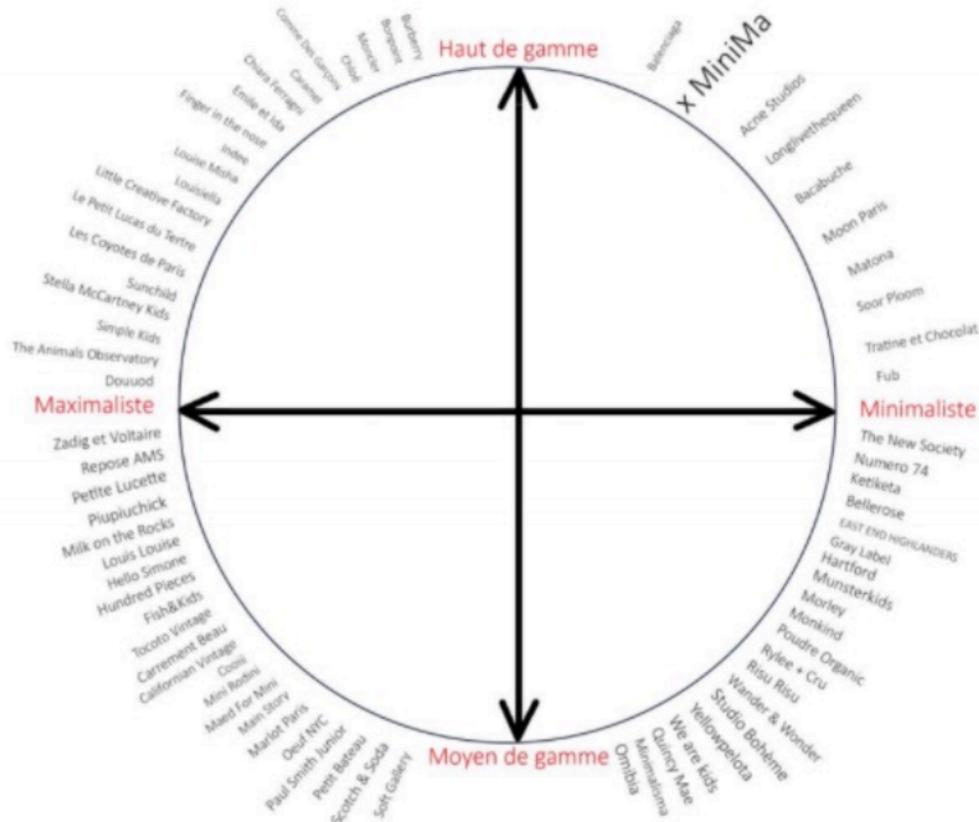
- Marché Suédois
- Parents informés, fort pouvoir d'achat
- Marché de l'enfant : 15% de la mode
- Préférences : marques de niche premium, style à la française, produits de qualité, style différent
- Consommateurs informés à la recherche d'innovations et de produits écologiques
- Politique suédoise tournée vers le bien-être de l'enfant
- Mini-moi, enfant roi, enfant star, mini-fashionnistas
- Apparition de collections « unisexes »



INTERNE

- Mini Ma,
 - Prêt-à-porter et lingerie pour les enfants de 2 à 14 ans
 - Marque éco-responsable, de niche premium
 - Style minimaliste, avec des références artistiques subtiles.
 - Produits confortables, durables et adaptés
 - Distribution sélective
 - Communication omnicanale
 - Savoir-faire français
 - Traçabilité et transparence
-

Concurrence



Coeur de cible



Clientèle

- Adonaissant de 6 à 12 ans
- Stockholm, logement de 30 à 100m2
- Scolarisation "Grundskolan"
- Parents : cadres moyens/supérieurs.
Revenus : 25 000€ à 85 000€.
- Réussite scolaire, se faire des amis
- Achats indirects
- Négociation et persuasion

Cible secondaire



Clientèle

- Jeune enfant de 2 à 6 ans
- Stockholm, logement de 30 à 100m2
- Maternelle
- Parents : cadres moyens
Revenus : 25 000€ à 85 000€.
- Apprentissage, découverte de la vie
- Achats indirects
- Spontanéité, réclamation

Troisième cible



Clientèle

- Adolescent de 12 à 14 ans
- Stockholm, logement de 30 à 100m2
- Ecole "Grundskolan"
- Parents : cadres supérieurs
Revenus : 25 000€ à 85 000€.
- Activités extra scolaires, vie sociale
- Achats indirects
- Persuasion, conviction



NOUVELLE COLLECTION

Produits

MINI MA
ACCESSOIRES

MATIERES	COULEURS	IMPRIMES					
70% COTON						×	1
30% POLYESTER						×	1
TOILE			×				1
CORDE DE CHANVRE				×			1
			×				1
TOILE DAIM					×		1
			2	1	1	2	6

Produits

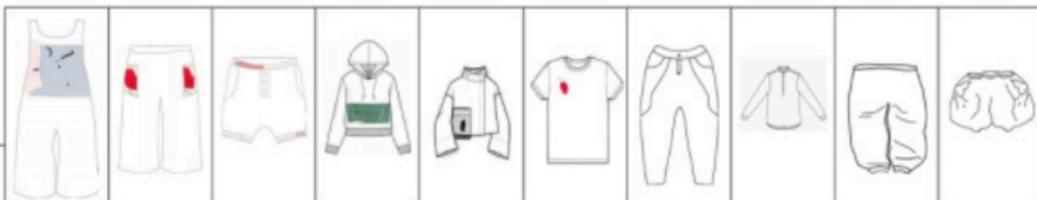
MINI MA

LINGERIE

MATIERES	COULEURS	IMPRIMES							
90% COTON HYPOAL- LERGE- NIQUE 10% ELAS- THANNE			×				×		2
			×			×	×		3
73.00 % POLYA- MIDE, 27.00 % ELAS- THANNE								×	1
								×	1
94.00 % POLYAMIDE, 6.00 % ELAS- THANNE					×				1
					×				1
95.00 % JERSEY DE COTON, 5.00 % ELAS- THANNE				×					1
				×					1
			2	2	2	1	2	2	11

MINI MA

PRET-A-PORTER



MATIERES	COULEURS	IMPRIMES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
100%LIN										X		
										X		
100%PO-PELINE DE COTON										X		
										X		
100% VOILE DE COTON			X									
			X									
95% TOILE DE COTON 5% ELASTHANNE											X	
											X	
100%LIN				X								
				X								

2

2

2

2

2

1

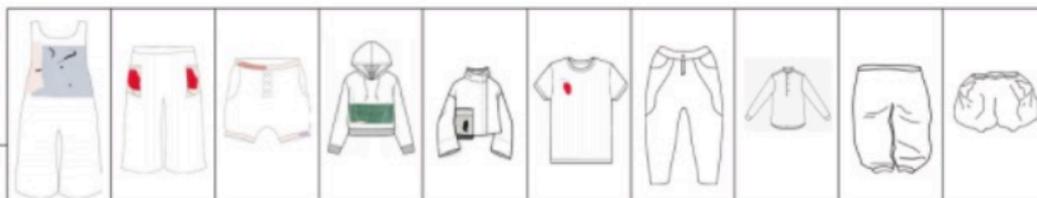
1

1

1

1

1

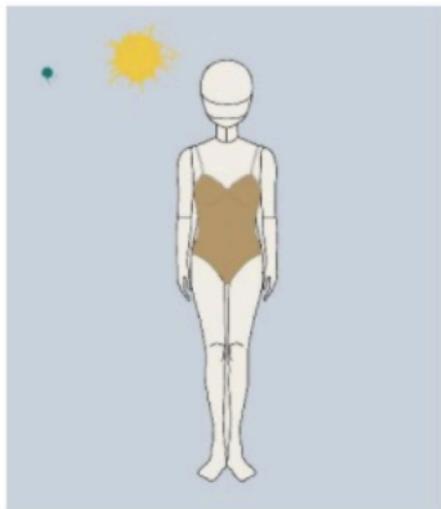


MATIERES	COULEURS	IMPRIMES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
90 %TOILE DE COTON 10%ELAS-THANNE					X							
					X							
100%VOILE DE COTON												X
												X
100% COTON HYPOAL-ERGE-NIQUE						X						
						X						
100% COTON HYPOAL-ERGE-NIQUE							X					
100%JERSEY DE COTON									X			
									X			

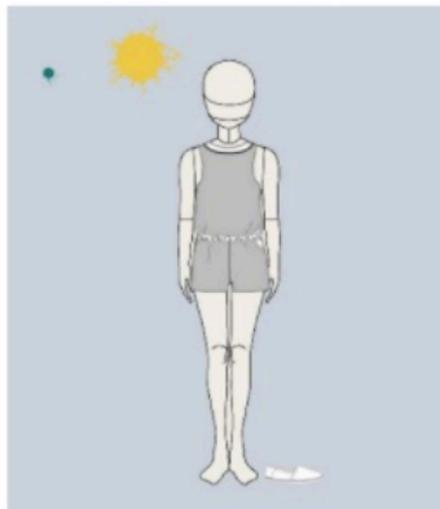
Looks



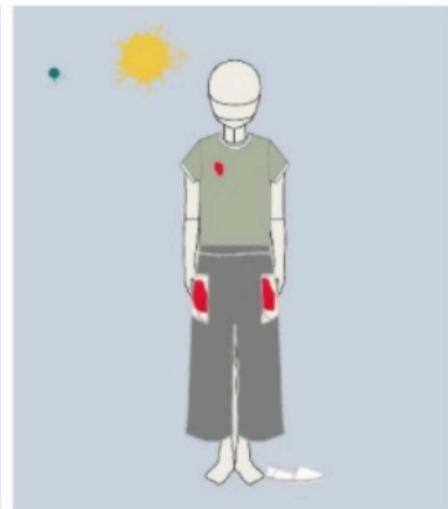
Look 1



Look 2



Look 3



Look 4

Looks



Look 5



Look 6



Look 7



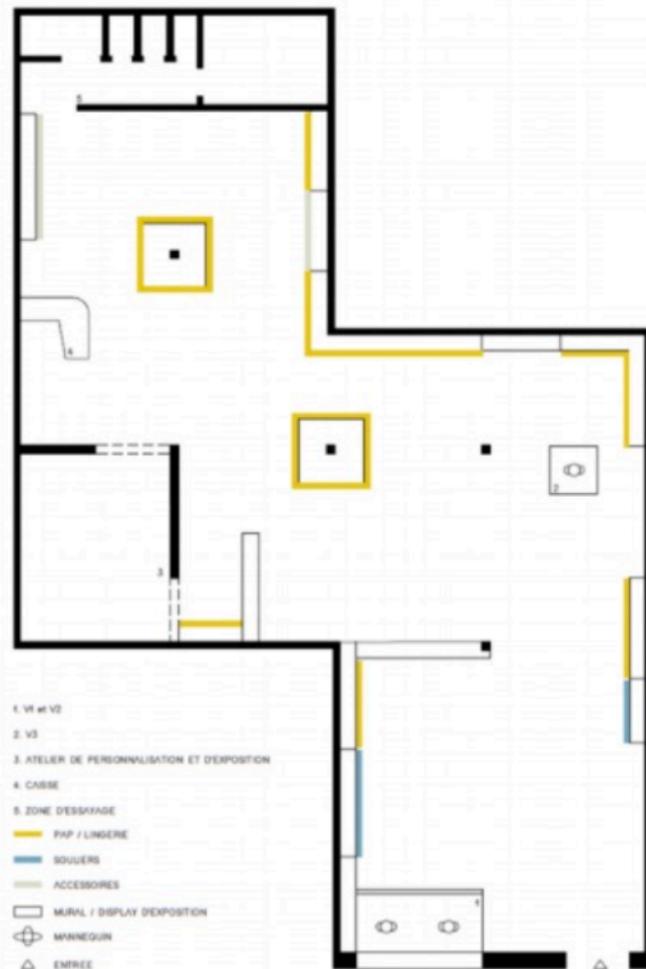
Look 8



Lancement de la marque

Merchandising

Plan de la boutique



Merchandising Boutique



Merchandising Vitrine



Merchandising



Communication

Publicité



Communication



MINI MA

Mini Ma is a ready-to-wear brand and lingerie for children.
It is inspired by Scandinavian style, design, art and
even architecture to create a unique universe:
minimalist and elegant.

MINI MA BE THE MA



MINI MA

MINI MA BE THE MA

Communication

Instagram

Search



POSTS

IGTV

SAVED

TAGGED



14:21

4G



MINI MA



2,751

Posts

607k

Followers

615

Following

MINI MA

MiniMa.com

Minimalism - Elegance - Children

Followed by alexdebetak, nadineomais and 71 others

View Shop

Following

Message

Email



ROSEBARE ANDERSON



COET HICKSON





MINI MA

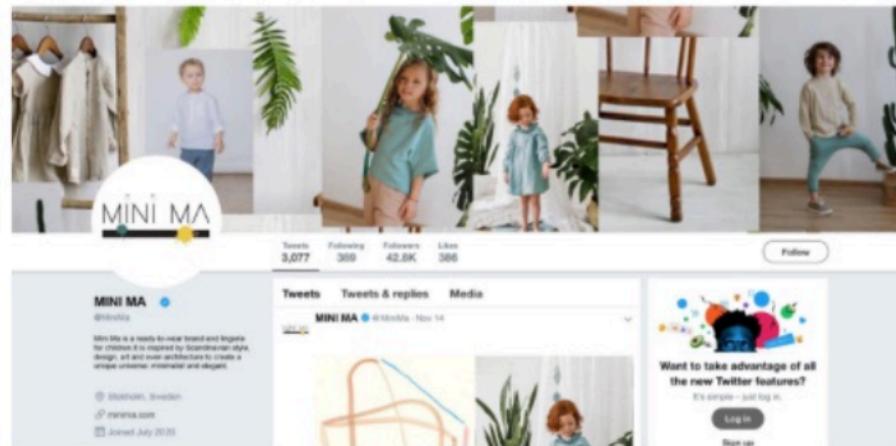
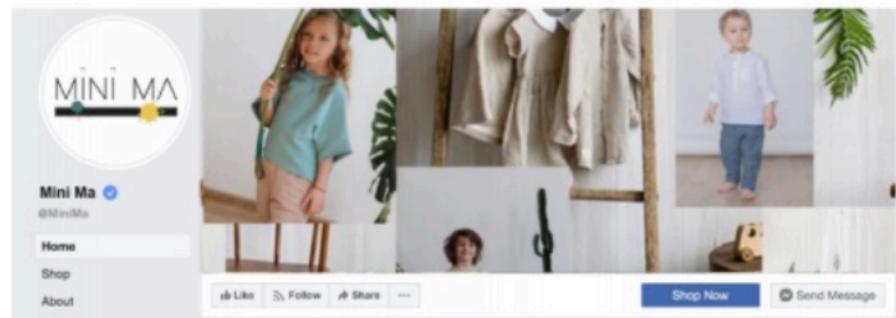
1.2m monthly viewers

Follow

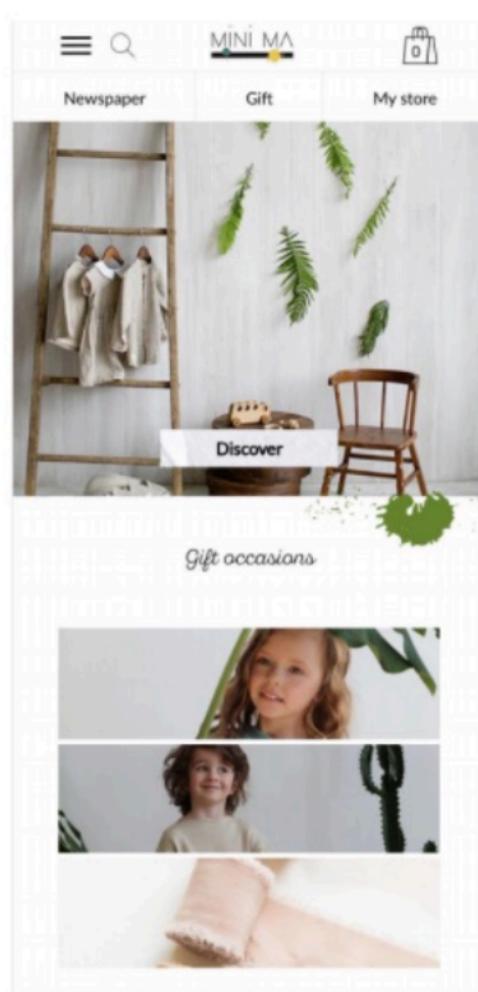
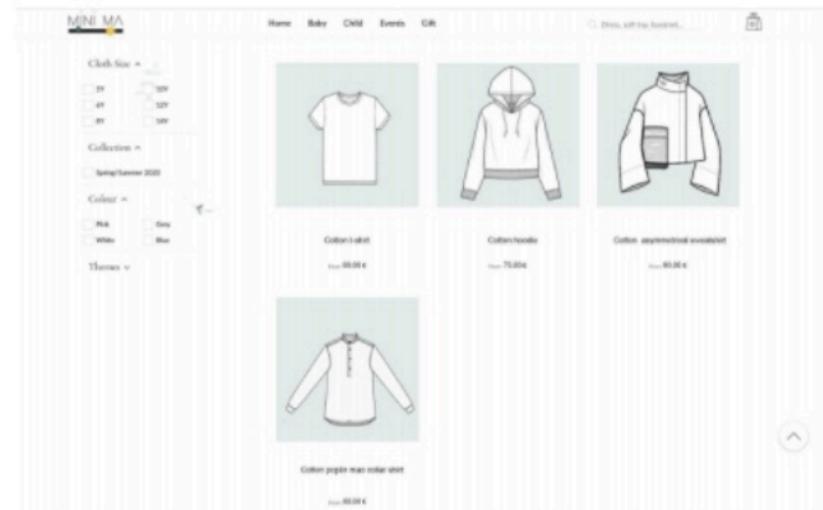
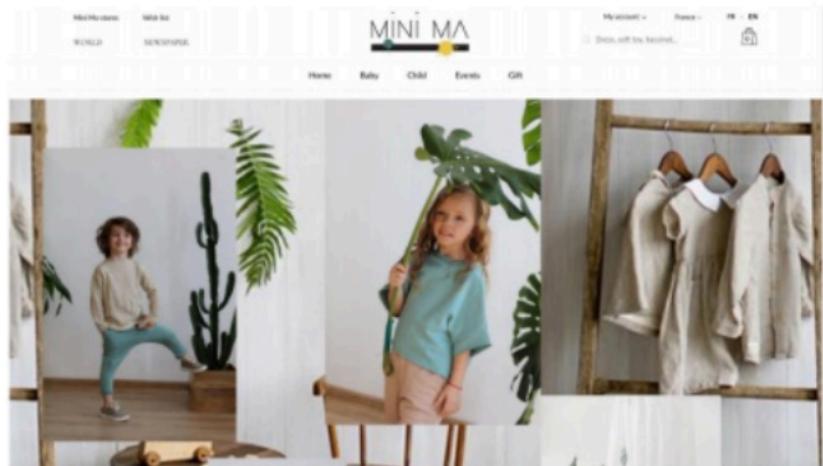
Stockholm, Sweden
www.minima.com

Minimal - Elegant - Children

Activity Community



Communication



Communication

Événement



Communiqué de presse

MINI MA

Nous avons le plaisir de vous annoncer la création de la marque Minima. Nous voulions créer une marque de prêt-à-porter et lingerie enfant, destinée aux filles et aux garçons de 2 à 14 ans. Les collections sont réalisées à partir de matières nobles, intemporelles et respectueuses.

Le style de notre marque est inspiré du minimalisme que l'on définit comme étant épuré, moderne et sobre. Il se caractérise par des coupes et des formes architecturales, fluides et géométriques.

Nous collaborons pour chaque collection avec un artiste différent. Nous travaillons ensemble pour intégrer leurs œuvres aux vêtements de façon minimalistes.

Vous retrouverez notre collection sur notre site internet ainsi qu'en boutique dans le centre de Stockholm.

Pour découvrir la collection RDV sur
minima.com

contact
Sara Zetterström
contact@minima.com
014...

MINI MA



MINI MA BE THE MA

19 Juin 2020

MINI MA

Vous remercie pour votre
attention

