

# HM19

**CONTRAT**  
**PRÉSENTÉ PAR**

 **orage**®



# RONDE 1: L'APPEL D'OFFRE

## CONTEXTE

Orage a débuté en 1989, sous l'initiative d'Évelyn Trempe, une étudiante en administration à l'UQAM. Elle a commencé par créer des manteaux de ski imperméables ainsi qu'un modèle unique de pantalons de ski qui fût plus tard connu sous le nom du "légendaire pantalon à patch Orage". Au début, l'objectif n'était pas de devenir un joueur important de l'industrie du ski; Évelyn voulait simplement concevoir des vêtements pour ses amis et l'équipe de ski de l'université.

Rapidement, Orage s'est taillé une place importante au sein des gens jeunes d'esprit qui aiment le ski et le plein air. Ayant toujours eu une approche unique et innovatrice, Orage devient une des marques pionnières à développer des produits spécifiques au freeski. Avec l'effervescence de ce segment, Orage a su se démarquer et avoir un impact important dans la communauté du freeski.

## VISION

Toujours en quête d'évolution et de pertinence, la marque fait face à un choix important. Le golden era du freeski tire à sa fin : il faut s'actualiser. C'est donc depuis 2014 qu'Orage évolue vers le freeride. Avec une approche inclusive, la marque offre une gamme de produits diversifiée et destinée à tous les passionnés de la montagne, quel que soit le type de ski pratiqué. Les produits sont de plus en plus techniques, qualitatifs et au design épuré tout en ayant une saveur unique qui allie technicités et allures urbaines.

### BRAND POSITIONNING



## MODÈLE D'AFFAIRES

Faisant face à la saisonnalité du marché des vêtements de ski, Orage a voulu diversifier ses activités en offrant une collection printemps-été. En effet, 78% des revenus de l'entreprise sont générés durant l'hiver. La collection estivale offre des vêtements techniques conçus pour répondre aux besoins des skieurs hors-saison. Idéals pour tous types d'activités telles que le vélo de montagne, la randonnée ou le voyage, les vêtements d'été Orage sont légers, confortable et conçus pour ceux qui bougent et qui veulent un look unique.

Orage est distribué à travers des centaines de détaillants à travers l'Amérique du Nord, l'Europe, le Japon et même la Russie. La vente de vêtements Orage aux détaillants constitue la principale source de revenus de l'entreprise. Nous vendons également sur le web et comptons miser de plus en plus sur la vente directe au consommateur.

## RENOUVELLEMENT

En septembre 2019, Orage aura 30 ans. Afin de souligner cette étape importante, Orage affichera un nouveau logo dès sa collection Hiver 19-20. Pourquoi changer ce logo? Pour marquer une nouvelle ère d'Orage. Ancré dans la culture de la montagne, nous voulons que notre logo soit pertinent avec notre positionnement et nos clients. Plus facile à lire et à appliquer, ce nouveau logo consolide également plusieurs éléments de notre branding.

Le logo représente : notre unicité et notre terrain de jeu tout en dégagant la technicité.

Afin de solidifier la nouvelle image de marque et soutenir les efforts d'augmenter les ventes web, Orage se dote également d'un tout nouveau site web pour l'hiver 19-20. Passant d'une plateforme désuète à une toute nouvelle plateforme actuelle et optimisée pour les besoins de l'entreprise, Orage aura une meilleure flexibilité et réactivité face au web.

## NOUVEAU LOGO



## ÉVOLUTION DU LOGO



## SIGNIFICATION DU LOGO

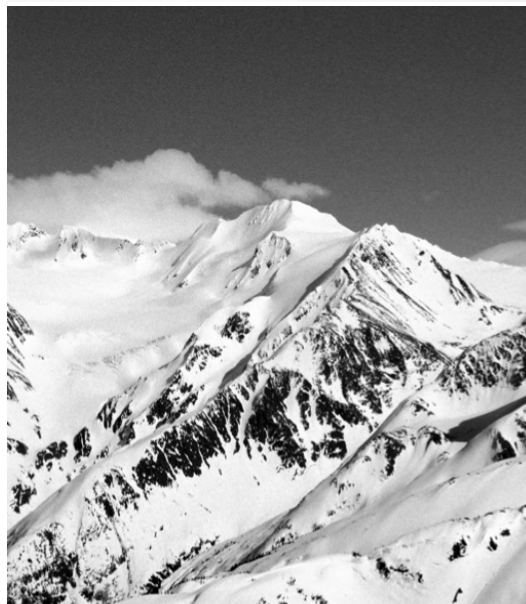
### BRANDING

THE  
PROTECTIO  
N OUR  
PRODUCT  
OFFER



### BRANDING

THE MOUNTAINS  
AS OUR  
PLAYGROUND  
AND  
INSPIRATION



**BRANDI  
NG**

**WHERE  
WE  
STAND**



### **MANIFESTE DE LA MARQUE: LE MONDE QUE NOUS VOYONS**

Pour nous, chez Orage, s'agissant de l'expression de soi, il n'y a ni bon ni mauvais. Ce qui est «juste», c'est à vous de définir et à vous de décider. Si cela vous convient, faites-le! Parce que notre culture évolue lorsque les gens sont autorisés à s'exprimer, à exprimer leur personnalité et les éléments qui les rendent uniques. Orage encourage ces personnes à être unique.

### **MANIFESTE DE LA MARQUE: LE MONDE QUE NOUS CRÉONS**

Depuis 1989, Orage a cherché des limites et les a dépassées. Inspirés par ceux qui vivent et aiment le style de vie à la montagne, nous innovons des conceptions uniques avec une conscience éthique, une passion pour l'expression de soi et un amour de l'aventure.

### **MANIFESTE DE LA MARQUE: LE PRODUIT QUE NOUS FABRIQUONS**

Orage crée des produits hauts de gamme qui vous permettent de vivre votre passion et de vous exprimer en tant qu'individu. Jour après jour, à la montagne ou dans la rue, nos produits sont un clin d'œil à ce qui vous rend unique, un témoignage de votre amour pour la créativité et un prolongement de votre personnalité.

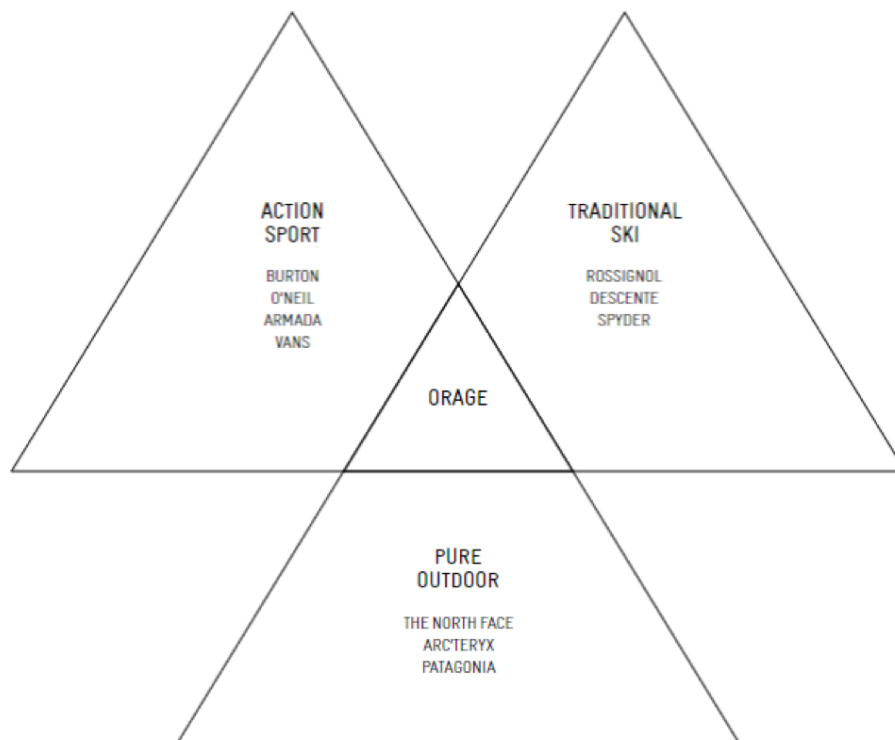
## NOTRE PERSONNALITÉ:

- Créatif
- Unique
- Audacieux
- Passionné
- Polyvalent
- Engagé

## NOS VALEURS:

- Contester le statu quo
- Conception dirigée
- Honnêteté
- Authenticité
- Éthique
- Mode de vie actif
- Respect

## POSITIONNEMENT DE MARQUE



## MANDAT DE L'APPEL D'OFFRE

Suite à ces informations, Orage est à la recherche d'une agence marketing pour créer sa campagne. Pour cette ronde, vous devrez vous **démarquer en montrant pourquoi vous êtes la meilleure agence** pour le mandat. Vous devez illustrer quels sont les **facteurs de l'environnement externe** à prendre en compte pour un détaillant tel qu'Orage afin de se démarquer dans l'industrie. Finalement, démontrer quelle approche stratégique de communication Orage devrait adopter pour être davantage compétitif sur le **marché en ligne en Amérique du Nord**.