

CAS ENTREPRENEURSHIP

JEUX DU COMMERCE 2013

HEC MONTRÉAL



JEUXDUCOMMERCE2013
HEC MONTRÉAL

Mise en contexte

Le 18 novembre 2012, Éric s'installe à son bureau, dans la grande salle vitrée au-dessus de l'entrepôt de Hockey Suprématie à Candiac, sur la Rive-Sud de Montréal. Avant de vérifier les commandes réalisées au cours de la nuit, il remarque la une de la Cyberpresse : Canadian Tire absorbe Sports Rousseau. C'est la deuxième acquisition dans l'industrie du détail d'équipement sportif en moins de deux ans pour le géant Canadian Tire. Un an plus tôt, Canadian Tire se portait acquéreur du Groupe Forzani, qui exploite plusieurs bannières sportives nationales, dont Sport Chek, Le Monde des Athlètes, Sports Experts, Intersport, Atmosphere et Hockey Experts. Cette dernière acquisition consolide l'emprise de Canadian Tire dans le créneau des articles de sport, notamment au Québec, où le seul autre regroupement de grande taille est la chaîne de magasins La source du sport.

Au cours des cinq dernières années, la vente en ligne d'équipement de hockey a connu un essor considérable au Canada. Désormais, la plupart des chaînes de magasins détiennent un volet web, ce qui leur permet d'élargir leur rayonnement commercial. Il en découle une forte compétition entre détaillants et celle-ci semble être en transformation considérable avec cette dernière annonce d'acquisition.

C'est dans ce contexte que Hockey Suprématie doit réfléchir à ses stratégies d'expansion.

Il est à noter que cette compétition asymétrique est fortement règlementée. Par exemple, les nouveaux produits de gamme supérieure doivent être vendus au prix suggéré par les manufacturiers. Conséquemment, pour ces produits destinés aux joueurs d'élite, les détaillants en ligne ne peuvent rivaliser entre eux sur la base du prix de vente. Hockey Suprématie, qui cible précisément, mais non exclusivement, cette clientèle exigeante, cherche à mettre en place une stratégie cybercommerciale pour permettre d'assurer son succès malgré les contraintes découlant des modalités imposées par les manufacturiers d'équipement.

L'entreprise

Hockey Suprématie est un détaillant d'équipement de hockey indépendant qui a vu le jour en 2011. Leur mission est offrir aux Québécois et aux Canadiens la meilleure expérience de magasinage en ligne pour l'achat d'équipement de hockey. Ils ont pour vision d'offrir à leur clientèle un environnement simple, convivial et structuré afin qu'elle puisse bénéficier de tous les renseignements relatifs à leurs achats d'équipement de hockey.

Il s'engage à offrir des prix plus que compétitifs sur l'équipement de hockey et il combine à ceci plusieurs programmes de fidélité permettant à la clientèle d'obtenir la meilleure valeur lors de leurs achats. Le service à la clientèle est à l'avant-plan, que ce soit lors du processus d'achat d'équipement de hockey ou après la vente, le personnel de Hockey Suprématie demeure toujours disponible pour accompagner leurs clients afin qu'ils profitent d'une expérience d'achat exemplaire. Ceci se concrétise par la présence d'experts du hockey, via le support en ligne en direct. Ces experts répondent

immédiatement à toutes les questions relatives à l'équipement de hockey, les prix et des conseils de pros.

L'ouverture du premier magasin, combiné au siège social à Candiac est subvenu suite à la demande de fournisseurs qui exigeaient un magasin physique pour l'ouverture de compte. Bien que la forte demande locale a conduit l'entreprise à ouvrir un deuxième magasin en moins d'un an, les principales activités se focalisent sur le cybercommerce.

Historique

Éric Légaré est un jeune entrepreneur issu du domaine du tourisme et d'hôtellerie. Ce n'est pas son éducation, ni son expérience de travail qui l'a mené à lancer son entreprise, mais bien la pratique de son loisir préféré : le hockey sur glace.

En tant que joueur, Éric aime bien être à l'affût des technologies qui se développent en matière d'équipement de hockey. Ces dernières années, les équipementiers ont révolutionné le sport en introduisant des produits permettant aux joueurs d'être au sommet de leur force. Pour se procurer son équipement, Éric n'aime pas l'expérience dans les grandes chaînes de magasins sportifs, mais préfère plutôt l'expertise et le service des plus petits détaillants, souvent local. Cependant, ceux-ci n'ont pas l'espace suffisant pour tenir en stock la vaste gamme de produits. Pour remédier à la situation, il complète ces achats sur des sites de ventes d'équipement de hockey en ligne tel que www.hockeymonkey.com.

Lors de ces commandes en ligne, Éric réalise des économies considérables au moment de l'achat. Malheureusement, elles sont vite annulées par les frais d'expéditions et de douanes. De plus, les règlements imposés par plusieurs des équipementiers interdisent l'expédition de leur produit dans un pays étranger et/ou ils n'appliquent pas les garanties sur l'équipement vendu autre qu'au pays d'origine.

Après plusieurs discussions avec son entourage, il s'aperçoit rapidement qu'il n'est pas le seul à être frustré par cette situation. Suite à une analyse de marché exhaustive, Éric découvre une niche qu'il peut exploiter et c'est en 2010 que www.hockeysupremacy.com voit le jour.

Partenaire et structure corporative

Éric Légaré est propriétaire à 80% de l'entreprise Hockey Suprématie. En tant que président / fondateur de celle-ci, il guide la compagnie vers une croissance constante en restant à l'écoute du marché et à l'affût des nouvelles technologies. Sa connaissance du web, du cybercommerce et du marketing en ligne lui permet de garder Hockey Suprématie au diapason des changements du commerce 2.0.

Pour l'aider dans son projet, il fait appel à son père. Avec 35 années d'expérience dans l'industrie bancaire, il aide Éric à gérer la comptabilité de la jeune entreprise et apporte une expérience et une vision intéressante. Celui-ci est propriétaire de 10% de l'entreprise.

Le deuxième partenaire d'Éric est son frère. Professeur au cégep en anthropologie, il est un utilisateur avancé des médias sociaux et du web et apporte ainsi une vision et un regard critique pour chaque nouveau projet entrepris. Il fut essentiel dans l'élaboration des études de marché et possède 10% de l'entreprise.

Outre la portion familiale de l'entreprise, Éric s'est entouré de gens compétents pour développer Hockey Suprématie. À l'interne, il s'est bâti une équipe composée de cinq travailleurs à temps plein. Ceux-ci gèrent les magasins de Candiac et de Brossard, s'occupent du service à la clientèle et aident à la gestion de l'inventaire et du processus des commandes. À l'externe, il fait confiance à un graphiste de haut calibre et un mentor pour la gestion du SEO / SEM.

Stratégie Marketing

Hockey Suprématie comprend le besoin d'une stratégie marketing efficace pour continuer son expansion nationale et augmenter sa part de marché. Voici différentes campagnes marketing en cours.

SEO / SEM / Médias Sociaux

Hockey Suprématie veut apparaître en tête d'affiche pour toutes les recherches reliées aux équipements de hockey sur le web au Canada. Grâce aux services tels que Google Adword, Éric et son mentor en stratégie web ont élaboré une série de mots clefs et d'expressions de recherche et ils ont modifié le contenu des multiples pages du portail web pour être la référence de ces termes de recherche. Le SEO / SEM est une stratégie évolutive et requiert une attention constante face aux changements du marché.

Un exemple de cette stratégie est de mettre l'emphasis sur des produits rares que les joueurs tenteront de retrouver sur le web lorsqu'ils ne sont pas disponibles en magasin.

Dans ce même ordre d'idée, Hockey Suprématie incorpore une stratégie de médias sociaux. Leur page Facebook compte 10 705 partisans et leur Twitter, qui n'en est qu'à ces débuts compte 162 abonnés. Ces deux plateformes sont utilisées pour afficher des produits vedettes, laisser la parole à certains clients satisfaits, répondre aux questions du public, partager du contenu hockey intéressant et recevoir des recommandations des partisans.

Co-Branding

Le site web attire présentement plus de 1000 visiteurs uniques journaliers. Ceux-ci arrivent de multiples sources et sont en recherche d'informations sur les nouveautés en équipement, les prix et la disponibilité de l'équipement. Certaines opportunités de publicité pour les manufacturiers sont disponibles. Par exemple, les bannières, la présence sur la page d'accueil et l'envoi d'infolettre. Cette avenue est en développement et représente une source de revenue potentielle.

Bannière web

Les bannières web n'ont pas été une partie intégrante de la stratégie de Hockey Supremacy. Elles sont étudiées, mais ces dernières années la majorité de l'investissement publicitaire web fut investie dans Adwords et dans les publicités Facebook.

La Garantie du Meilleur Prix

Un programme de garantie du meilleur prix a été mis en place et permet au client de présenter une publicité d'un compétiteur pour le même produit et de bénéficier de ce prix.

Le Programme de Loyauté (Couronne de Loyauté)

Pour assurer la viabilité de Hockey Supremacy à long terme, il est primordial de mettre en place un programme de rétention de la clientèle. Le programme de Couronne de Loyauté a été créé pour cela. Pour chaque tranche de 1\$ dépensé, le client reçoit une couronne. 100 Couronnes peuvent être échangées contre 5 \$ sur une prochaine commande. Cette mesure a connu un bon succès depuis son implantation en augmentant le nombre de commandes d'un client annuellement.

Les Codes-Coupons

La réglementation imposée par les fournisseurs d'équipement détermine le prix minimum à afficher sur le web. Cependant, lors du moment de l'achat un rabais peut-être émis, contournant ainsi, d'une certaine manière, les exigences du manufacturier. Cette stratégie est centrale chez Hockey Supremacy puisqu'une grande portion de la clientèle est à la recherche du meilleur prix. Ces codes-coupons sont émis via des promotions en ligne, sur les médias sociaux et les infolettres.

Profile de la clientèle

La clientèle de Hockey Supremacy est en croissance constante à travers le pays.

Les acheteurs Hockey Supremacy se divisent en trois types de clients :

1- Les chercheurs de rabais (par prix)

Ces acheteurs sont constamment à la recherche du meilleur prix sur les nouveaux modèles, les liquidations d'inventaires et les rabais exclusifs. Une majorité de ceux-ci connaissent bien leurs besoins et les caractéristiques recherchées de leurs équipements de hockey. Hockey Supremacy répond bien à cette clientèle en lui offrant une garantie du meilleur prix, un programme de loyauté et des codes-coupons.

2- Les Exclus (par géographie)

Les grandes franchises telles que Hockey Expert, Rousseau Sports / Pro Hockey Life ne peuvent pas s'établir dans tous les marchés. Puisque l'instauration d'un magasin traditionnel est un grand

investissement, certains marchés plus petits, comme le Nunavut, n'ont pas une population suffisante pour justifier l'implantation d'un commerce.

Il y a aussi un avantage géographique pour Hockey Supremacy dans les grands centres urbains tels que Montréal ou Toronto. La valeur immobilière élevée et le manque d'espace de ces marchés réduisent la capacité d'instaurer un magasin et cela laisse plusieurs consommateurs à une distance considérable d'un établissement spécialisé avec un vaste choix de produits.

3- Les Hockey Nerds (Produits rares ou exclusifs)

Le bâton de hockey comporte plusieurs ajustements personnalisés tels que la flexibilité, le point de flexion, le lie, la courbe, le manche et la «grip». Il est donc évident qu'un magasin ne peut garder tous les modèles possibles et un consommateur qui veut un produit précis se tournera vers le web pour le localiser. Hockey Supremacy cible cette clientèle avec des campagnes de Google Adwords, une excellente manière de diriger le trafic d'une recherche précise vers leur portail.

Concurrence

Hockeymonkey.com et Hockeygiant.com sont les deux plus grands compétiteurs de Hockey Supremacy dans le cyberspace. Depuis plusieurs années, les consommateurs québécois qui voulaient acheter leur produit en ligne pour profiter des bas prix ou d'une sélection spécifique devaient se tourner vers ces deux compétiteurs américains. Ceux-ci ne peuvent pas légalement faire parvenir certains de leurs produits de leurs entrepôts aux États-Unis directement aux acheteurs canadiens et utilisent donc une stratégie commerciale douteuse nommée Mail-Forwarding. Sinon, les autres produits font souvent objet de charge aux douanes qui éliminent habituellement le rabais reçu.

Les concurrents de type détaillants traditionnels reprochent souvent aux détaillants web tels que Hockey Suprématie de pousser les clients en magasin pour l'essai des produits pour ensuite retourner sur le web afin de faire l'achat. «Le web existe depuis 1995, les compétiteurs et les larges chaînes auraient dû se lancer bien avant. Je n'ai fait que répondre à la demande du consommateur» déclare Éric lorsqu'on lui fait mention cette critique.

Les détaillants traditionnels sont présents sur le web, mais la majorité d'entre eux n'effectue pas des ventes en ligne. Ils se doivent de respecter les territoires de vente de leurs franchisés et se limitent donc à utiliser cette plateforme pour informer leur clientèle sur les produits en magasin.

Voici le profil de ces compétiteurs :

Hockeymonkey.com

Hockeymonkey.com est présent dans le cybercommerce depuis 1999. Ils offrent un grand inventaire d'équipement de Hockey sur glace et de roller-hockey. L'entreprise s'est diversifiée et a étendu son modèle de cybercommerce pour inclure lacrossemonkey.com, goaliemonkey.com, monkeyteamsports.com, hockeymonkey.eu et homerunmonkey.com. Ils ont aussi ouvert des magasins traditionnels en Californie, au New Jersey, au Maine et en Suède.

Donnée Web

- Visites moyennes par jour : 13 808
- Ventes web annuelles : 28 000 000\$ (80% des ventes totales)

Top 10 villes cherchant pour Hockey Monkey sur Google :

1. Winnipeg
2. Ottawa
3. Calgary
4. Vancouver
5. Montréal
6. Boston
7. Toronto
8. Philadelphie
9. New York
10. Chicago

Hockeygiant.com

Hockeygiant.com est la propriété vedette de SportsGiant LLC , une entreprise spécialisée dans la distribution de produits niches qui exploite plusieurs canaux de distribution. Outre leur site web, ils exploitent 3 magasins à grande surface aux États-Unis. Ils sont reconnus comme ayant un service rapide et efficace. Ceci est dû, selon le propriétaire, à l'investissement significatif dans leur système de gestion d'inventaire et d'exécution de commande. Il est à noter que Hockey Giant s'est installé au Canada dans le passé et a plié bagage un an plus tard.

Canadian Tire (La Société Canadian Tire Limitée)

Canadian Tire exploite 1 700 magasins et postes d'essence Canadian Tire au pays. La section sport a toujours fait partie de l'héritage de Canadian Tire et la société fait l'acquisition du groupe Forzani Ltée en mai 2011. L'entreprise s'est ensuite portée acquéreur de Les équipements sportifs Pro Hockey Life Inc., mieux connu au Québec sous les bannières Sports Rousseau et Entrepôt Du Hockey devenant ainsi le plus grand regroupement de magasin sportif spécialisé.

FGL Sports (anciennement Forzani Group avant l'acquisition par Canadian Tire)

Le Groupe Forzani Ltée est le plus important détaillant d'articles de sport au Canada. Il offre une vaste gamme d'articles de diverses marques et dont certaines sont privées et exploite des magasins d'un océan à l'autre sous les bannières des entreprises et des franchises suivantes : Sport Chek, Sport Mart, Le Monde des Athlètes, National Sports, Sports Experts, Intersport, Atmosphere, Tech Shop, Nevada Bob's Golf, Hockey Experts, Fitness Source et S3. La Société exploite aussi des sites Web pour plusieurs de ses bannières, de ses magasins d'entreprise et de ses magasins franchisés, auxquels on peut accéder par l'entremise de son site Web principal à l'adresse www.forzanigroup.com.

Sports Gilbert Rousseau / Pro hockey Life

Acquis en November 2012 par FGL Sports, Pro Hockey Life est un détaillant de sport spécialisé en articles de hockey haut de gamme. La chaîne est présente dans cinq provinces et compte 23 magasins en zone urbaine. Son revenu annuel s'élève à environ 100 millions de dollar. Quant à son assortiment d'articles, il est plus vaste et plus spécialisé comparé aux autres enseignes similaires présentes sur le marché. Pro Hockey life offre maintenant l'achat en ligne et entre en compétition directe avec Hockey Suprématie.

La Source du sport

La Source du sport compte plus de 150 magasins indépendants à travers le Canada. Ces propriétaires locaux ajoutent une touche communautaire à chacun de leur magasin. Ils adaptent l'inventaire d'équipement pour bien répondre au besoin de la clientèle locale.

Leur devise est le sport, on connaît ça.®

Donnée Financière et Stratégie de revenu

La marge de bénéfice moyenne dans l'industrie de l'équipement de hockey varie entre 35 % et 40%. Celle de Hockey Suprématie se situe à 25% en moyenne après l'application des rabais sur vente et les coûts de livraison.

L'inventaire est un élément critique dans le processus de vente de Hockey Suprématie. Les manufacturiers ne permettent pas de retour au fournisseur de l'équipement en surplus. Il faut donc balancer la grandeur de la commande en fonction de la demande, mais aussi du rabais de volume octroyé par les manufacturiers.

Lois applicables et contraintes contractuelles

Les entreprises comme Hockey Suprématie et autres distributeurs traditionnels souscrivent à des contrats très pointus avec les fournisseurs tels que Reebok, CCM et Bauer. Ceux-ci indiquent dans leurs contrats des prix minimums de revente, l'équivalent canadien du «Minimum Advertised Price» des États-Unis. Ceci détermine le prix minimum auquel un revendeur peut annoncer un produit en saison. Cette pratique est contestable, mais puisque plusieurs manufacturiers indiquent dans leur contrat qu'ils peuvent, en tout temps et pour une raison qu'ils jugent valable, cesser la vente de leur équipement à un certain revendeur, cela pousse les distributeurs à obtempérer.

Cependant, un détaillant peut appliquer un pourcentage de rabais sous forme de code promotionnel pour ces produits. Le Bureau de la Concurrence a des règles claires à ce sujet (Articles 61 et 61.6)

Aux États-Unis, les détaillants doivent respecter un «Minimum Advertised Price». Celui-ci est plus strict, car il crée un prix planché pour les nouveaux produits. Cela ne permet donc pas l'utilisation de code-coupon.

Le Marché

Le marché de l'équipement de Hockey au Canada se situe à \$400 millions. Une récente étude dénombre 577 000 joueurs de hockey mineur au Canada. Ce même sondage démontre que 49% des parents prévoient dépenser au-delà de 1000 \$ pour la saison de hockey de leurs enfants et que 375 \$ étaient réservés à l'équipement uniquement. L'étude conclut que les parents cherchent à réduire les dépenses en matière d'équipement sans nuire à la protection et la performance de leurs enfants.

Statistique Canada a indiqué en 2009 que 10% des acheteurs web se procurent des articles sportifs. La recherche indique aussi que 52% des Canadiens utilisent les sites web pour faire du lèche-vitrine, et que 69% d'entre eux se sont ensuite déplacés pour acheter des articles en magasin.

ANNEXE 1 – Extraits de la Loi sur la concurrence

La Loi sur la concurrence (la Loi)¹ est une loi d'application générale qui pose les principes fondamentaux de la conduite des affaires au Canada. La Loi vise à préserver et à favoriser la concurrence dans le but :

- de stimuler l'adaptabilité et l'efficacité de l'économie canadienne;
- d'améliorer les chances de participation canadienne aux marchés mondiaux tout en tenant simultanément compte du rôle de la concurrence étrangère au Canada;
- d'assurer à la petite et à la moyenne entreprise une chance honnête de participer à l'économie canadienne;
- d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits.

Cette loi interdit :

Le fait de tenter de faire monter ou d'empêcher de réduire le prix auquel une autre personne fournit ou annonce un produit, de refuser de fournir ou de prendre quelque autre mesure discriminatoire contre une personne en raison du régime de bas prix de celle-ci. (Article 61)

Le fait de tenter de persuader un fournisseur de refuser de fournir un produit à une personne en particulier en raison du régime de bas prix de celle-ci. (Article 61 (6))

(<http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/01752.html>)

ANNEXE 2 – Profil de l'entrepreneur

Nom: Éric A. Légaré

Âge: 27 ans, né à Miami, Floride.

Date d'incorporation de Hockey Suprématie: 10 octobre 2010

Emploi précédent :

- Directeur de l'Hôtel Gault, Vieux-Montréal

-Consultant en gestion hôtelière spécialisé en ouverture d'hôtels et de condos-hôtels (É.-U. et Caraïbe).

Éducation: B.A.A en administration, concentration gestion hôtelière de l'Université du Québec à Montréal (en partenariat avec l'Institut de Tourisme et d'Hôtellerie du Québec).

ANNEXE 3 – Le site



The screenshot shows the Hockey Supremacy website homepage. At the top, there's a navigation bar with the site logo, a search bar, and links for registration, support, and language. A prominent banner in the center announces a 'MÉGA VENTE!' (Mega Sale) with a 20% discount on regular-priced items. Below the banner, three main promotional tiles are displayed: 'Programme de loyauté' (Loyalty Program) featuring a gold crown icon, 'Expédition gratuite' (Free Shipping) with a truck icon, and 'Garantie du meilleur prix' (Best Price Guarantee) with a price tag icon. The footer contains icons for fast delivery, easy exchange, secure payment, and online support, along with an 'INFOLETTRE' (Newsletter) sign-up button and a 'Click for Live Help' link.

MÉGA VENTE!
20% de rabais sur items à prix régulier. Inscris le code **BIG20** lors de l'achat.

Recherche [S'ENREGISTRER](#)

[SUPPORT EN LIGNE](#) | [CARTE-CADEAU](#) | [À PROPOS DE NOUS](#) | [ENGLISH](#)

PANIER 1

BÂTONS PATINS PROTECTIONS ACCESSOIRES VÊTEMENTS AUTRES

20% **Mega-vente!**
20% de rabais sur ton achat!
Inscris le code **BIG20** lors de ton achat. Applicable sur les items à prix régulier.

Programme de loyauté
Accumule des couronnes de loyauté et économise gros sur ton prochain achat!

Expédition gratuite
Pour tout achat de 149,00\$ et plus*.

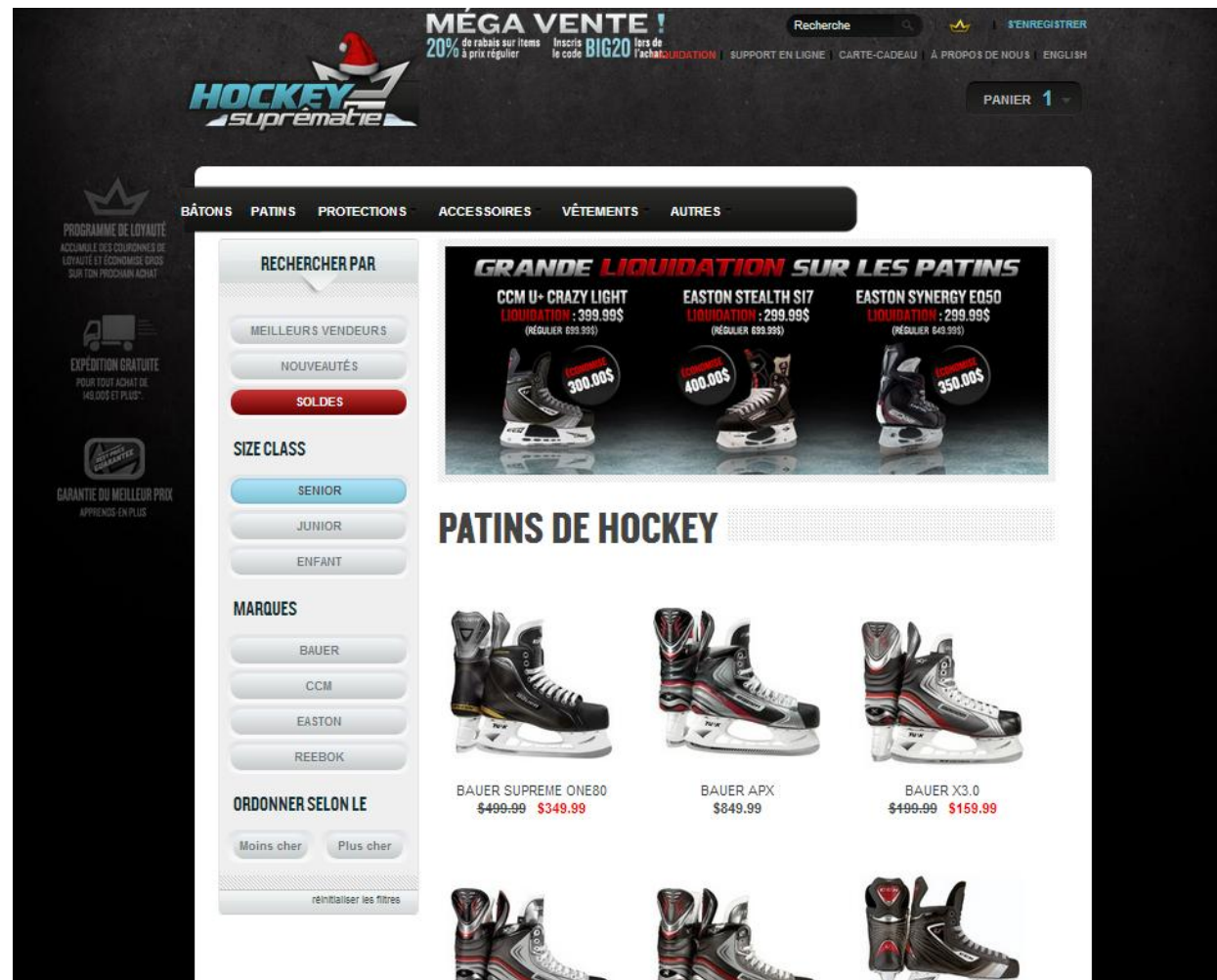
Garantie du meilleur prix
Apprends-en plus

LIVRAISON RAPIDE ÉCHANGE FACILE PAIEMENT SÉCURISÉ SUPPORT EN LIGNE

INFOLETTRE S'ABONNER À L'INFOLETTRE S'ABONNER

Click for Live Help

ANNEXE 3 – Le site (suite)



MÉGA VENTE !
20% de rabais sur items à prix régulier. Inscrivez-vous le code BIG20 lors de l'achat.

Recherche [S'ENREGISTRER](#)

[BÂTONS](#) [PATINS](#) [PROTECTIONS](#) [ACCESSOIRES](#) [VÊTEMENTS](#) [AUTRES](#)

PROGRAMME DE LOYAUTÉ
ACCUMULEZ DES COUPONS DE LOYAUTÉ ET ÉCONOMISEZ D'ARGENT SUR VOTRE PROCHAIN ACHAT.

EXPÉDITION GRATUITE
POUR TOUT ACHAT DE 40.00\$ ET PLUS.

GARANTIE DU MEILLEUR PRIX
APPRENEZ EN PLUS.

RECHERCHER PAR

MEILLEURS VENDEURS

NOUVEAUTÉS

SOLDES

SIZE CLASS

SENIOR

JUNIOR

ENFANT

MARQUES

BAUER

CCM

EASTON

REEBOK

ORDONNER SELON LE

Moins cher Plus cher

réinitialiser les filtres

GRANDE LIQUIDATION SUR LES PATINS

CCM U+ CRAZY LIGHT
LIQUIDATION : 399.99\$ (RÉGULIER 699.99\$)
Économisez 300.00\$

EASTON STEALTH S17
LIQUIDATION : 299.99\$ (RÉGULIER 699.99\$)
Économisez 400.00\$

EASTON SYNERGY EQ50
LIQUIDATION : 299.99\$ (RÉGULIER 649.99\$)
Économisez 350.00\$

PATINS DE HOCKEY

BAUER SUPREME ONE80
\$499.99 **\$349.99**

BAUER APX
\$849.99

BAUER X3.0
\$499.99 **\$159.99**

ANNEXE 4 – Programme de loyauté

COURONNES DE LOYAUTÉ

Accumule des Couronnes de loyauté dès aujourd'hui!

Le programme VIP des Couronnes de Loyauté est notre façon de te remercier de magasiner chez Hockey Suprémie. Obtens une Couronne de Loyauté pour chaque 1\$ dépensé. Par tranche de 100 Couronnes de Loyauté récoltées, nous t'offrons 5\$ à dépenser pour ta prochaine commande.



COURONNE DE LOYAUTÉ

Récolte tes Couronnes de Loyauté plus vite que jamais!

- Obtens des Couronnes de Loyauté pour tout achat effectué, aucun montant minimum requis.
- Surveille les produits où les Couronnes de Loyauté sont doublées!

Couronnes de Loyauté

- Consulte l'onglet « Mon Compte » pour afficher ton solde de Couronnes de Loyauté.
- Clique sur le lien « Mes commandes » pour consulter ton historique de commandes et tes transactions de Couronnes de Loyauté.

Utilise tes Couronnes de Loyauté pour obtenir davantage de bénéfices!

- Obtens une remise sur tes prochains achats avec tes Couronnes de Loyauté ou accumule-les pour te faire bénéficier d'une plus grande récompense!
- Repois des opportunités exclusives lorsque tu atteins des niveaux spécifiques de Couronnes de Loyauté accumulées depuis ton premier achat chez Hockey Suprémie!



CCM RBZ BÂTON

\$299.99



300 COURONNES DE LOYAUTÉ (VALEUR DE \$15.00)



Like



3 people like this. Be the first of your friends.

Achat

Description

Livraison et retours

Côté du bâton

GAUCHER

DROITIER

Courbes ([Charte des courbes](#))

◀ NUGENT-HOPKINS ▶

Flex du bâton

75

85

100

Quantité

1

2

3

AJOUTER AU PANIER



MOINS CHER QU'AILLEURS

ÉPARGNE: \$57.64 [En Savoir Plus](#)

ANNEXE 5 – Panier

IS
PATINS
PROTECTIONS
ACCESSOIRES
VÊTEMENTS
AUTRES

TON PANIER

Produits	Quantité	Prix	Total
 Easton Stealth RSII Stick (Left / Clear / Getzlaf / 100)	1	\$299.99	\$299.99
Marchandise:		\$299.99	

ACHATS DE DERNIÈRE MINUTE



Warrior Covert DT1 Bâton
\$239.99



Reebok 20K Dual-Grip Bâton
\$299.99



Hockey Supremacy Casquette
\$14.99



Grip Tape
\$4.99

COURONNES DE LOYAUTÉ

Tu accumuleras 300 Couronnes de Loyauté pour ton prochain achat

[En savoir plus »](#)

ESTIMATION DES COÛTS DE LIVRAISON



GRATUIT!
Tu es qualifié pour l'expédition gratuite

Frais de manutention: GRATUIT

Code promotionnel **APPLIQUER**
(Rembats s'appliquent uniquement sur les items à prix régulier)

Marchandise \$299.99

Sous-total \$299.99

CONTINUER À MAGASINER
CONFIRMER

ANNEXE 6 – Comparateur de prix

GARANTIE DU MEILLEUR PRIX		
	 DÉTAILLANTS AMÉRICAINS	
CCM RBZ Bâton	\$249.99	\$299.99
Livraison	\$40.14	\$0.00
Frais de dédouanement (Approx. 15%)	\$37.50	\$0.00
Escompte 10% (code: "BIENVENUE") <i>Applicable sur les items à prix régulier</i>	\$0.00	-\$30.00
Sous-total (avant taxes)	\$327.63	\$269.99
		Épargne: \$57.64
	10-12 jours ouvrables Garantie américaine	2-5 jours ouvrables Garantie canadienne



ANNEXE 7 – Service de chat en-ligne

Live help is online everyday from ^
10:00AM to 6:00PM (ET)

ANNEXE 8 – Facebook



The image shows a screenshot of the Facebook page for HockeySupremacy.com. The cover photo features the text "Your premier destination for hockey equipment" and a large, stylized "HOCKEY supremacy .COM" logo with a crown. The profile picture shows a hockey stick on a fiery background. The page name is "Hockey Supremacy" with 10,705 likes and 160 people talking about it. The bio states: "Retail and Consumer Merchandise HockeySupremacy.com is the #1 Canadian online hockey store. We offer Canadians the best online shopping experience with the best prices, guaranteed!". Navigation tabs include About, Photos, Likes (10,705), Map, and Events. A location pin is visible on the map, indicating the business is in Montreal.

Your premier destination
for hockey equipment

HOCKEY
supremacy .COM

Hockey Supremacy
10,705 likes · 160 talking about this · 36 were here

✓ Liked Message

Retail and Consumer Merchandise
HockeySupremacy.com is the #1 Canadian online hockey store. We offer Canadians the best online shopping experience with the best prices, guaranteed!

About

Photos Likes 10,705 Map Events

ANNEXE 9 – Compétition

T'IS THE SEASON TO SAVE!



[ouvrir session / enregistrer](#) | [Support](#) | [Livraison](#) | [ePromo](#) | [English](#)

Que cherchez-vous?

 dans votre panier:
0 article(s)

PATINS | BÂTONS | PROTECTIONS | ACCESSOIRES | GARDIEN | VÊTEMENTS | SOUVENIRS | AUTRES | MÉDIA | LIQUIDATION | NOS MAGASINS

ACCUEIL :: BÂTONS DE HOCKEY :: BÂTONS HOCKEY COMPOSITE :: Bâtons Adulte



ÉPARGNEZ JUSQU'À 40% AVEC LA PROMOTION 2 BÂTONS

ÉPARGNEZ 20% sur votre deuxième bâton monopiece.*

ÉPARGNEZ 40% sur votre deuxième bâton en bois, palette ou manche.*

*Items à prix réguliers. 2e item doit être à prix égal ou moindre.

PRODUCTS

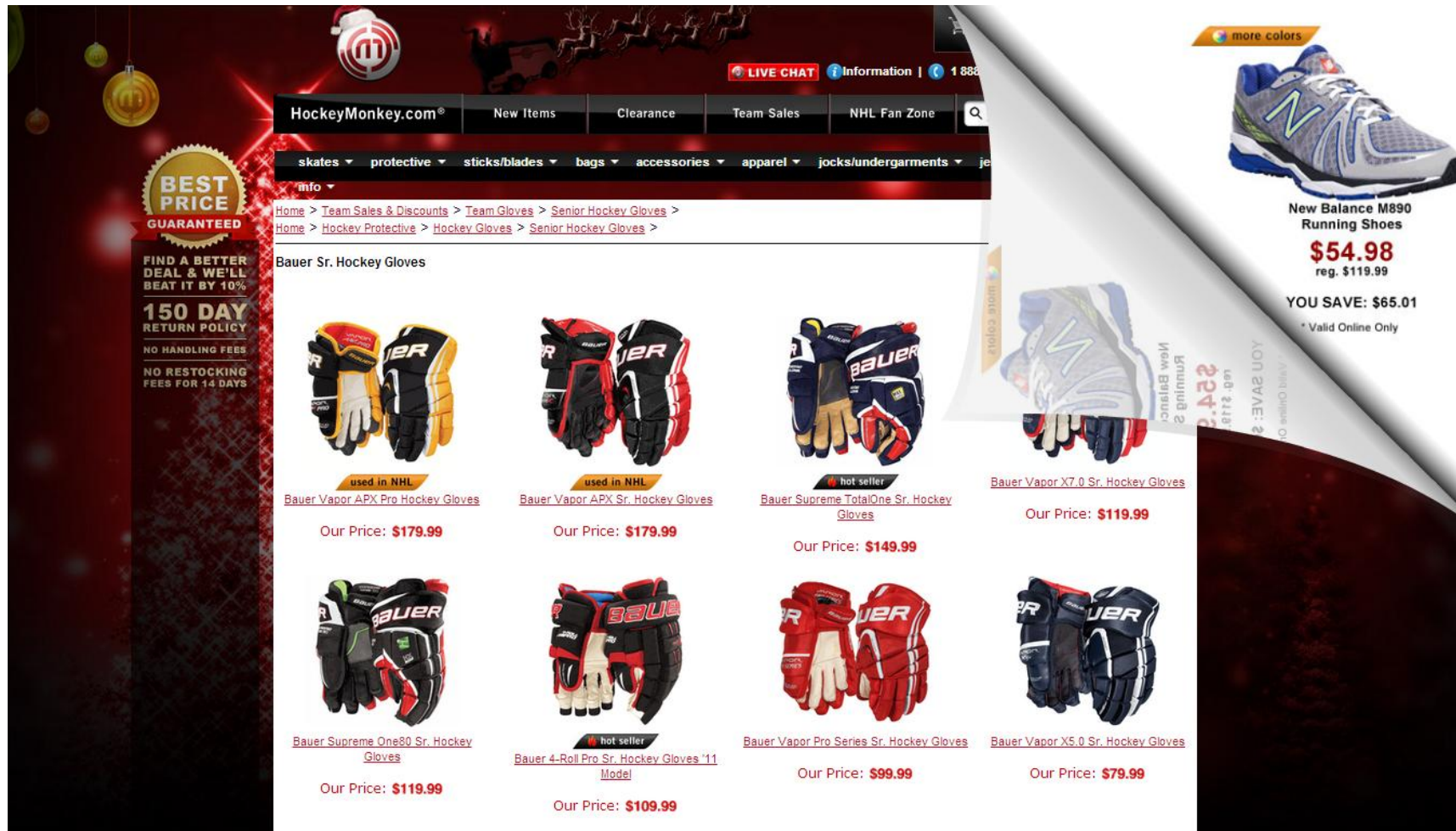
CLASSEMENT PAR: Tous Fabricants Prix: Plus Chers

AFFICHE 1 À 15 (SUR 138 ARTICLES) [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) ... [\[SUIV >>\]](#)

- ▶ PATINS DE HOCKEY
- ▼ BÂTONS DE HOCKEY
 - BÂTONS HOCKEY COMPOSITE
 - BÂTONS ADULTE
 - BÂTONS INTERMÉDIAIRE
 - BÂTONS JUNIOR
 - BÂTONS ENFANT
 - BÂTONS FAIT SUR MESURE
 - MANCHES DE HOCKEY
 - PALETTES DE HOCKEY
 - BÂTONS HOCKEY BOIS
 - ACCESSOIRES POUR BÂTON
- ▶ PROTECTION CORPORELLE DE HOCKEY
- ▶ ACCESSOIRES DE HOCKEY
- ▶ EQUIPEMENT GARDIEN HOCKEY
- ▶ VÊTEMENTS DE HOCKEY
- ▶ SOUVENIRS DE HOCKEY
- ▶ DIVERS
- ▶ LIQUIDATION
- ▶ PRO STOCK HOCKEY

			
BAUER NEXUS 1000 BÂTON HOCKEY SR	BAUER NEXUS 1000 GRIP BÂTON HOCKEY SR	BAUER SUPREME TOTALONE NXG BÂTON HOCKEY SR	BAUER SUPREME TOTALONE NXG GRIP BÂTON HOCKEY SR
Disponible / Prix sur demande	Disponible / Prix sur demande	Disponible / Prix sur demande	Disponible / Prix sur demande

ANNEXE 9 – Compétition (suite)



HockeyMonkey.com® New Items Clearance Team Sales NHL Fan Zone

skates protective sticks/blades bags accessories apparel jocks/undergarments

BEST PRICE GUARANTEED
FIND A BETTER DEAL & WE'LL BEAT IT BY 10%
150 DAY RETURN POLICY
NO HANDLING FEES
NO RESTOCKING FEES FOR 14 DAYS

Home > Team Sales & Discounts > Team Gloves > Senior Hockey Gloves >
Home > Hockey Protective > Hockey Gloves > Senior Hockey Gloves >

Bauer Sr. Hockey Gloves

 used in NHL Bauer Vapor APX Pro Hockey Gloves Our Price: \$179.99	 used in NHL Bauer Vapor APX Sr. Hockey Gloves Our Price: \$179.99	 hot seller Bauer Supreme TotalOne Sr. Hockey Gloves Our Price: \$149.99	 Bauer Vapor X7.0 Sr. Hockey Gloves Our Price: \$119.99
 Bauer Supreme One80 Sr. Hockey Gloves Our Price: \$119.99	 hot seller Bauer 4-Roll Pro Sr. Hockey Gloves '11 Model Our Price: \$109.99	 Bauer Vapor Pro Series Sr. Hockey Gloves Our Price: \$99.99	 Bauer Vapor X5.0 Sr. Hockey Gloves Our Price: \$79.99

New Balance M890 Running Shoes
\$54.98
 reg. \$119.99
YOU SAVE: \$65.01
 * Valid Online Only