

SAE 1.06

DÉCOUVERTE DE L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET ÉCOLOGIQUE (Compte rendu)

TUAILLON Léo
HERSAN Mathéo
CALATAYUD Yvan

MARTINS DA SILVA GOMES Rui

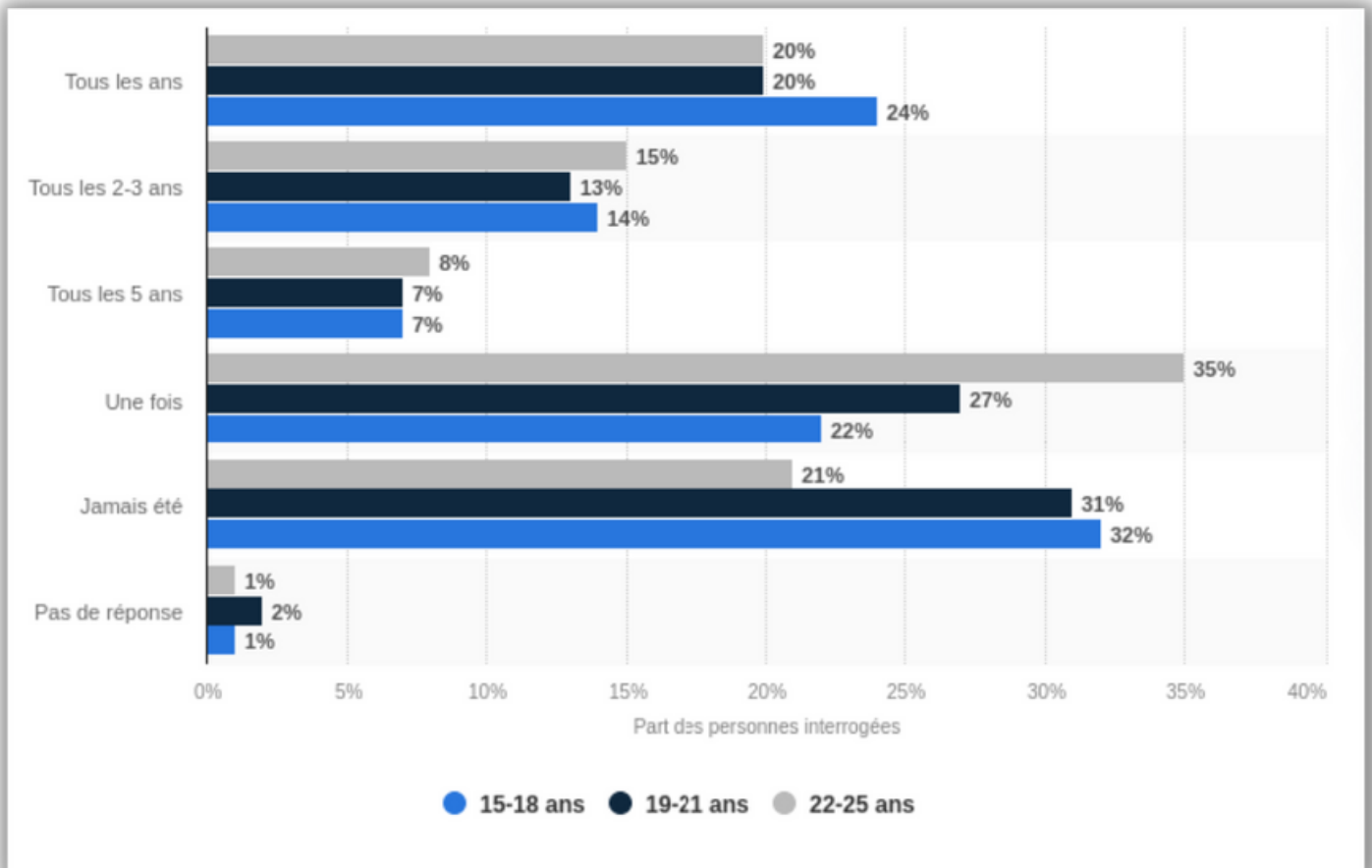
I : Demandeurs et offreurs :

En économie, il existe différentes structures de marché qui définissent la manière dont les entreprises se concurrencent et influencent les prix de leurs produits ou services. Pour notre entreprise de location de matériel de sport d'hiver, la structure de marché la plus adaptée est celle de l'oligopole. Cette structure de marché est caractérisée par un grand nombre d'offres proposant des produits légèrement différenciés, c'est-à-dire des produits avec des caractéristiques légèrement différentes mais qui restent interchangeables. Dans le cas d'une entreprise de location de ski, cela signifie qu'il y a plusieurs entreprises proposant des skis à louer, mais qui peuvent avoir des marques ou modèles différents. Dans cette structure de marché, les entreprises ont une certaine influence sur les prix grâce à leur présence sur le marché, mais elles doivent tout de même tenir compte de la concurrence et de la demande des consommateurs.

- **Les demandeurs :**

Les demandeurs (consommateurs ou clients) sont essentiels pour une entreprise car c'est grâce à leur demande que l'entreprise réalise son chiffre d'affaires. Cibler correctement les demandeurs de l'entreprise est donc crucial pour orienter son développement économique. Skiklô réalise des ventes aussi bien auprès de particuliers qu'auprès d'entreprises, ce qui implique des relations entre un professionnel et un consommateur (B2C en anglais) ou entre deux professionnels (B2B en anglais). Pour satisfaire au mieux les demandeurs, il est important de les cibler de manière précise.

Voici la répartition de la fréquence à laquelle les jeunes Français de 15 à 25 ans font du ski en 2020:



Parmi les demandeurs de notre entreprise, les particuliers représentent une part importante. En effet, selon les statistiques, plus de 20% des Français âgés de 15 à 25 ans ont fait du ski au cours des 12 derniers mois. Notre stratégie économique consiste donc à cibler particulièrement cette tranche d'âge pour mieux comprendre leurs goûts en matière de sports d'hiver et sélectionner en conséquence nos produits auprès de nos fournisseurs. Nous savons également que 70% des skieurs en France louent leur matériel et ne possèdent pas leur propre équipement. Nous avons donc choisi de nous concentrer uniquement sur la location de matériel afin de cibler un public plus large et de ne pas avoir à gérer simultanément deux activités (vente et location). Les sports d'hiver représentent une grande partie de la demande en France, mais ils sont principalement pratiqués par des personnes appartenant à des milieux sociaux supérieurs à la moyenne, comme la classe moyenne et les classes aisées.

Cependant, le choix des stations de ski peut varier selon le niveau de revenu des skieurs : les stations de ski les plus chères, comme Courchevel, attirent généralement des clients plus aisés. C'est pourquoi nous avons choisi d'implanter nos magasins dans ce type de stations, où les charges sont plus élevées mais où nous pouvons cibler un public capable de louer du matériel de meilleure qualité et plus cher. Parmi nos autres demandeurs, on retrouve des entreprises telles que les agences de voyage et les colonies de vacances. Ces clients sont très rentables pour nous car ils commandent souvent en une seule fois au moins 20 équipements de ski. Pour attirer cette clientèle, nous avons mis en place des réductions pour les entreprises et les centres de loisirs dans nos magasins.

- Les offreurs :

Skiklö est présent sur un marché assez spécialisé et précis : la location de matériel de sport d'hiver. Mais nous avons tout de même plusieurs concurrents sur le marché en tant que concurrent direct. Par exemple, pour n'en citer qu'un seul mais pas des moindres : Sport 2000.

Sport 2000 n'est pas uniquement spécialisé dans la location de ski comme nous mais ils sont implantés dans pratiquement toutes les stations de ski de France avec des magasins de location et vente de matériels de sports d'hiver. Le géant Sport 2000 a des partenariats avec des grandes marques dans le ski tel que Salomon, Rossignol...

Puisque Sport 2000 est une bien plus grande entreprise que nous, cela leur permet de réduire leurs coûts grâce à leurs économies d'échelle et donc d'être plus compétitif que nous sur le marché. En revanche le fait d'être en partenariat avec ces entreprises les limite au stocks disponible, pour Skiklö, nous avons fait le choix de ne pas se limiter à quelques Fournisseurs seulement avec lesquels nous pourrions décrocher un partenariat mais de se fournir auprès de toutes les marques et entreprises disponible, quitte à en payer le prix s'il le faut, cela nous permet de fournir du matériel de qualité avec différentes gamme de produits "Débutant, Intermédiaire, Professionnel", cette stratégie marketing est certes un coût supplémentaire pour nous mais, elle nous permet de se démarquer et d'attirer des clients intéressés par le matériel plus "haut de gamme" prêt à mettre le prix.

Nous avons également mis en place un questionnaire de satisfaction pour nos clients afin de savoir quelle a été leur expérience avec quelle marque ou quel type de produits pour être informé des produits que nos clients préfèrent, cela nous permet de savoir quoi commander lorsqu'on veut refaire nos stocks et racheter du nouveau matériel. L'enquête de satisfaction nous a montrée que jusqu'à présent 96% de nos clients sont satisfaits et que parmi eux 80% disent que le prix un peu plus onéreux que nos concurrents s'avère justifié.

Notre entreprise possède également des concurrents plus indirects: Il y a toutes les entreprises de vente que ce soit en ligne ou dans des magasins et les vendeurs d'occasion de matériels de sport d'hiver, certes ces activités ne sont pas dans la même branche d'activité que nous "la location", mais ils nous font une concurrence directe car chaque particulier qui achète son propre matériel c'est un client potentiel en moins qui viendra nous louer ce matériel.

- Les autres acteurs :

En plus des demandeurs et offreurs qui entrent en compte dans l'économie de Skiklô, nous avons d'autres acteurs économiques liés à notre activité. Il y a par exemple les communes des différentes stations dans lesquelles nous sommes implantés, en effet en fonction des décisions des mairies de celles-ci (à supprimer ?) et de l'accessibilité, de la mise en oeuvre de moyens ou non fournies par celles-ci, beaucoup de décisions prises par les mairies de ces communes peuvent impacter le nombre de potentiels clients que nous avons et donc l'économie de notre entreprise. Il y a aussi l'État, en fonction de comment celui-ci décide de se placer et des lois qui sont votées à l'Assemblée Nationale concernant le domaine du ski et des sports d'hiver ; par exemple en 2022 l'Etat offrait une aide de 100€ pour les étudiants voulant partir au ski. Le dernier acteur dont on parlera sont les fournisseurs de l'entreprise Skiklô, ils prennent le rôle d'offreur et notre entreprise celle de demandeur du matériel de sport de d'hiver nécessaire à notre entreprise de location de matériel de ski et autre matériel.

II : S.W.O.T. SKIKLÖ

a) FORCES

- **Un emplacement stratégique** : Skiklö est implantée dans des stations de ski populaires, cela peut être un atout pour attirer les clients et augmenter sa visibilité.
- **Une gamme de produits diversifiée** : Skiklö propose une large gamme de matériel de sports d'hiver, cela peut être un atout pour répondre aux besoins de différents types de clients.
- **Des relations étroites avec les fournisseurs** : Skiklö a des relations étroites et de confiance avec ses fournisseurs, cela peut lui permettre de disposer de produits de qualité à des prix avantageux.
- **Une bonne réputation** : Skiklö a une bonne réputation auprès des clients et de la communauté locale, cela peut lui apporter de la crédibilité et de la légitimité, ce qui peut être bénéfique pour attirer de nouveaux clients.
- **Des employés compétents et motivés** : Skiklö a des employés compétents et motivés, cela peut lui permettre de proposer un service de qualité et de satisfaire les besoins des clients.

II : S.W.O.T. SKIKLÖ

b) OPPORTUNITÉS

- **L'expansion de l'entreprise** : Skiklö pourrait étendre son activité en ouvrant de nouveaux magasins dans d'autres stations de ski ou dans de nouvelles régions.
- **Le développement de nouveaux produits** : Skiklö pourrait développer de nouveaux produits, comme des accessoires de ski ou des vêtements de sports d'hiver, pour compléter son offre.
- **La collaboration avec des partenaires** : Skiklö pourrait établir des partenariats avec d'autres entreprises ou organisations pour promouvoir ses produits et services.
- **Le développement de nouvelles activités** : Skiklö pourrait étendre son offre de services en proposant des activités de plein air ou des cours de ski par exemple.
- **L'optimisation de sa stratégie de marketing** : Skiklö pourrait améliorer sa stratégie de marketing pour mieux cibler ses clients et ainsi augmenter sa visibilité et sa clientèle.

II : S.W.O.T. SKIKLÖ

c) FAIBLESSES

- **Un emplacement peu stratégique** : Skiklö est implantée dans une station de ski moins fréquentée, cela peut être un handicap pour attirer les clients et augmenter sa visibilité.
- **Une gamme de produits limitée** : Skiklö ne propose qu'un nombre limité de matériel de sports d'hiver, cela peut être un frein pour répondre aux besoins de différents types de clients.

II : S.W.O.T. SKIKLÖ

d) MENACES

- **La concurrence** : Skiklö peut être menacée par l'existence d'autres entreprises de location de matériel de sports d'hiver dans la région.
- **Le manque de neige** : Si la saison de ski est perturbée par un manque de neige, cela peut affecter la fréquentation des stations de ski et donc la demande pour le matériel de sports d'hiver.
- **Les changements climatiques** : si les conditions climatiques sont de plus en plus imprévisibles ou extrêmes, cela peut être un frein pour les activités de sports d'hiver et donc pour la demande de matériel de sports d'hiver.
- **Les problèmes de sécurité** : si des accidents ou des incidents de sécurité surviennent dans les stations de ski, cela peut affecter la confiance des clients envers les activités de sports d'hiver et donc la demande de matériel de sports d'hiver.
- **Les changements de tendances** : si les modes de consommation ou les goûts des clients évoluent, l'entreprise Skiklö peut être menacée par des changements de tendances qui peuvent affecter sa demande.

L'empreinte carbone de l'entreprise

Rui

Plusieurs facteurs peuvent déterminer l'empreinte carbone de notre entreprise de location de ski:

- Les moyens de transports utilisés par les clients pour se rendre sur les pistes:

Si les clients utilisent des moyens de transport peu efficaces du point de vue énergétique, comme des avions ou des voitures individuelles, cela peut augmenter l'empreinte carbone de l'entreprise.

- L'entretien et le stockage des équipements de ski:

Si l'entreprise utilise de l'énergie produite à partir de combustibles fossiles pour entretenir et stocker ses équipements de ski, cela peut contribuer à l'empreinte carbone de l'entreprise.

- La production et le transport des équipements de ski:

Si les équipements de ski sont produits de manière peu durable ou sont transportés de manière peu efficace du point de vue énergétique, cela peut également contribuer à l'empreinte carbone de l'entreprise.

D'autre part, notre entreprise contribue aux départs au ski ce qui contribue au développement des stations de ski et à l'impact économique qui va avec. Par exemple: 1 canon à neige 20k-30k kWh, énergie pour alimenter les remontées mécaniques, énergie pour alimenter les bâtiments, transport des matériaux pour entretenir les pistes de ski.

Question Complémentaire

Rui

Il faudrait privilégier le rendu du travail au format numérique. En effet, la production de papier a un impact environnemental considérable, en raison de l'énergie et des ressources nécessaires pour le produire et le transporter. Pour sa part, le rendu au format numérique n'implique ni production ni transport, ce qui réduit considérablement l'impact environnemental. C'est donc pour cela que le mode de rendu le moins impactant pour l'environnement est le rendu numérique du dossier. Pour ce qui est d'estimer l'empreinte environnementale de la production de vidéo d'un site web, on peut prendre en compte l'énergie utilisée pour produire et diffuser le contenu (Vidéo) ou l'hébergement (Site Web).

L'empreinte carbone de l'entreprise

Yvan

Pour juger de l'empreinte carbone Skiclö, il faut prendre en compte :

- Les émissions de gaz à effet de serre de l'entreprise, comme celles de ses véhicules et de ses bâtiments, peuvent contribuer à son empreinte carbone.
- L'utilisation de l'énergie, en particulier l'énergie produite à partir de sources non renouvelables, peut également affecter l'empreinte carbone de l'entreprise.
- Les déplacements des employés et des clients comme l'utilisation de voitures individuelles ou de l'avion qui ne sont pas les moyens de transport optimal du point de vue environnemental.
- L'entretien et le remplacement fréquents des équipements de sports d'hiver peuvent entraîner des émissions de gaz à effet de serre liées à la production de ces équipements.
- La manière dont l'entreprise gère ses déchets, notamment les déchets de l'équipement de sports d'hiver, peut également affecter son empreinte carbone.

Il est important de prendre en compte l'ensemble de ces éléments pour obtenir une image complète de l'empreinte carbone de Skiclö.

Question Complémentaire

Yvan

Pour déterminer le mode de rendu ayant l'empreinte environnementale la plus faible, il faut comparer leur impact sur l'environnement :

Version papier : L'impression d'un document en version papier peut avoir un impact environnemental considérable, en particulier si le papier est produit à partir de sources non renouvelables et s'il est imprimé avec des encres non écologiques. Il faut également prendre en compte le transport du document imprimé.

Version numérique : La production et le stockage de fichiers numériques ont également un impact environnemental, même s'il est généralement moins important que celui de la version papier. Il faut prendre en compte la consommation d'énergie des serveurs et des appareils utilisés pour stocker et accéder aux fichiers numériques.

Le mode de rendu ayant l'empreinte environnementale la plus faible est donc la version numérique.

Pour estimer l'empreinte environnementale des autres productions demandées, il faut prendre en compte :

- Pour la production vidéo : L'énergie utilisée lors de la production, le stockage et la diffusion de la vidéo.
- Pour le site web : La création et l'hébergement d'un site web, en particulier si le site nécessite l'utilisation de serveurs coûteux en énergie et s'il est fréquemment mis à jour. Il faut également prendre en compte les déplacements liés à la création et à la maintenance du site.

L'empreinte carbone de l'entreprise

Mathéo

Pour évaluer l'empreinte carbone de l'entreprise de location de ski Skiklö, voici quelques éléments qui pourraient être pris en compte :

- L'énergie utilisée dans les magasins et les équipements de ski (remontées mécaniques, éclairage, etc.) : le fait de ne pas utiliser de sources d'énergie renouvelables peut augmenter l'empreinte carbone de l'entreprise.
- Les pratiques de gestion des ressources naturelles, telles que l'eau et l'air : une gestion non responsable des ressources naturelles ne contribue pas à réduire l'empreinte carbone de l'entreprise.
- Les fournisseurs de l'entreprise : il peut être utile de connaître les pratiques environnementales des fournisseurs de Skiklö pour avoir une idée de l'impact de l'entreprise sur l'environnement à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement.

Question Complémentaire

Mathéo

Le mode de rendu ayant l'empreinte environnementale la moins forte serait de rendre le dossier sous format numérique, plutôt que sous forme papier. La production de papier a en effet un impact important sur l'environnement, notamment en raison de la consommation d'énergie et de l'utilisation de ressources naturelles telles que les arbres.

Pour estimer l'empreinte environnementale de la production de vidéos ou de sites web, il faudrait prendre en compte plusieurs éléments, tels que :

1. L'énergie utilisée pour produire et diffuser le contenu (par exemple, pour l'éclairage et le tournage d'une vidéo, ou pour l'hébergement et la diffusion d'un site web)
2. Les déplacements nécessaires pour la production (par exemple, si des équipes doivent se déplacer sur plusieurs sites pour tourner une vidéo)

Il faudrait également prendre en compte l'impact des transports et de l'hébergement liés à la production, ainsi que l'impact de l'utilisation des outils et des équipements (par exemple, les ordinateurs et les logiciels utilisés pour la création de contenu).

L'empreinte carbone de l'entreprise

Léo

Pour évaluer l'empreinte carbone d'une entreprise de location de ski, plusieurs éléments doivent être pris en compte. Tout d'abord, il est important de considérer que l'entretien et le stockage des équipements de ski doivent être pris en compte. Si l'entreprise utilise de l'énergie produite à partir de combustibles fossiles pour ces tâches, cela peut contribuer à l'empreinte carbone de l'entreprise. La production et le transport des équipements de ski sont également des éléments à prendre en compte. Si ces éléments sont produits de manière peu durable ou sont transportés de manière peu efficace du point de vue énergétique, cela peut également avoir un impact sur l'empreinte carbone de l'entreprise. En outre, il est important de considérer l'énergie utilisée dans les magasins et les équipements de ski, comme les remontées mécaniques et l'éclairage. Le fait de ne pas utiliser de sources d'énergie renouvelables peut augmenter l'empreinte carbone de l'entreprise. Enfin, il est important de prendre en compte les pratiques de gestion des ressources naturelles, comme l'eau et l'air. Une gestion non responsable de ces ressources ne contribue pas à réduire l'empreinte carbone de l'entreprise. Il est également utile de connaître les pratiques environnementales des fournisseurs de l'entreprise pour avoir une idée de l'impact de l'entreprise sur l'environnement à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. En somme, pour évaluer l'empreinte carbone d'une entreprise de location de ski, il est important de prendre en compte tous ces éléments afin de comprendre l'impact de l'entreprise sur l'environnement.

Question Complémentaire

Léo

Il est vrai que la production de papier peut avoir un impact sur l'environnement, notamment en termes de déforestation et de consommation d'eau et d'énergie. Cependant, en France, la production de papier est contrôlée et est principalement obtenue à partir de coupes d'éclaircie et de chutes de scieries, ce qui réduit son impact sur la déforestation. De plus, en optant pour des labels écologiques tels que PEFC, Écolabel, FSC ou NF Environnement, il est possible de minimiser l'impact environnemental du papier.

Le numérique a également un impact environnemental, notamment en termes de consommation d'énergie et de ressources minérales et fossiles. Le stockage des données en ligne peut également avoir un impact environnemental important, ce qui n'est pas le cas du papier.

Cependant, le numérique a également de nombreux avantages en termes de réduction de l'utilisation de papier et de la consommation d'énergie liée à l'impression et au transport de documents.

En fin de compte, il est important de trouver un équilibre entre l'utilisation du papier et du numérique et de prendre en compte les impacts environnementaux de chaque mode de rendu. Il est également important de privilégier des options durables et écologiques, qu'il s'agisse de la production de papier ou de l'utilisation du numérique.