



RHPC
(Rééducation Handicaps Prothèses Courage)

Entreprise crée par :
LAMAT ***Rémi***
PANCHBHAYA ***Huzaifah***
LAPORTE ***Pierre***
LE FLOHIC ***Carole***

Création d'entreprise : RHPC

SAÉ S1 C6

Sommaire

I - PRÉSENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ ET DU PROJET

- 1- Contexte de l'entreprise..... P-3
- 2- Différents concurrents du secteur de l'handisport P-4
- 3- Structure organisationnelle et explication des secteurs P-6

II- OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE

- 1- Les différents éléments du modèle PESTEL..... P-8
- 2- SWOT..... P-9
- 3- Présentation d'échantillons de produits..... P-11

III - LES PERSPECTIVES ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.

- 1- Tableau prévisionnel..... P-15
- 2- Stratégies marketing..... P-15

IV - ANNEXES

- 1- Choix typographique et mise en page..... P-18
- 2- Bibliographie..... P-19

I-PRÉSENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ ET DU PROJET :

1- Contexte de l'entreprise



RHPC (SARL) , créée en 2021 par des étudiants en informatique de Bordeaux Gradignan, l'entreprise RHPC a dès le début mis en place un savoir-faire important pour fabriquer des équipements handisports de qualité. Sur le marché, les équipements de l'handisport sont relativement inaccessibles à moins d'avoir une aide de la sécurité sociale ou autres (et encore...). C'est l'histoire de RHPC, petite entreprise de Gironde. Un chiffre d'affaires de 1,7 millions d'euros, plus de 20 personnes employées et une croissance exponentielle. Jeunes entrepreneurs dynamiques sensibilisés à l'handisport dès leur plus jeune âge et spécialisés dans leurs domaines respectifs, LAMAT Rémi, PANCHBHAYA Huzaifah, LAPORTE Pierre et LE FLOHIC Carole ont réussi en quelques mois à dynamiser l'entreprise girondine RHPC .

Après avoir vu, sensibilisé et participé aux différents métiers tournant autour de l'handicap, ensemble, ils notèrent un des plus grand défaut : l'accessibilité aux loisirs pour les personnes à mobilité réduite. C'est en transformant cette faiblesse en force que six mois plus tard, l'entreprise bordelaise a vu son activité doubler alors que dans le même temps le marché accueillait de nombreux concurrents. Les marques de distributeurs, suivies des ventes en ligne occupent 65% du marché. Néanmoins leur popularité recule ou s'effondrent. Les « autres marques », 73 entreprises locales émergentes occupent quant-à elles 35 % du marché. Elles acquièrent petit à petit des parts de marché. Chez RHPC, si l'on a investi 700.000 euros dans l'outil industriel et qu'un autre investissement de 400.000 d'euros est prévu, la fabrication est toujours manuelle comme lors de la création de l'entreprise par les étudiants. Les matières premières étant au maximum achetées localement, la production varie au cours de l'année. Nos consommateurs nous disent qu'ils trouvent une confiance en nos produits qui nous démarque des autres», insiste le patron Huzaifah. La croissance de l'activité est surtout liée à celle du marché qui est en plein essor, passé de quelques milliers à plusieurs dizaines voire centaines de milliers de clients. Un segment qui ne cesse de progresser et s'avère prometteur. D'abord pour les entreprises qui réalisent des chiffres d'affaires plus importants. Ensuite pour les clients, dont les produits sont plus accessibles (vendus 15 % moins cher par RHPC). L'entreprise est en collaboration avec de grandes productions industrielles réparties dans le monde afin de n'être jamais en rupture de stocks."La production en grande quantités est la clé de notre entreprise, il faut toujours satisfaire le client surtout quand il s'agit d'un besoin vital" insiste Pierre LAPORTE, directeur de communication.

De plus, de nouveaux modèles verront le jour dans les prochains mois. En effet, le secteur de recherches de RHPC est l'un des plus dynamiques du secteur, permettant à l'entreprise de prendre de vitesse ses concurrents avec des innovations toujours plus qualitatives, explique Rémi LAMAT, directeur de la recherche et du développement. Le confort de nos produits et la simplicité d'utilisation ont aussi été revus. Ces produits sont essentiellement diffusés spécifiquement dans les magasins de l'entreprise, de Lyon à Bordeaux et jusqu'à Toulouse, où la concurrence ne manque pas. « On était convaincu du potentiel de cette entreprise originale qui travaille encore à l'amélioration de ces produits qui collent parfaitement à notre philosophie de préservation de la planète », insiste Pierre : « J'ai réalisé une étude de notoriété dans le grand Sud-Ouest et nous avons vite vu, avec Rémi, le potentiel et l'attente des consommateurs. Les gens veulent du confort et de la performance, surtout les sportifs adeptes de compétitions. Ils sont prêts à payer plus cher pour cela. Fort de ce constat, l'équipe va bien sûr apporter quelques changements pour relancer l'entreprise RHPC en misant sur un grand plan marketing sur le web et en lançant de nouveaux produits. «Nous lançons après une période dure dans le monde du travail suite à la crise sanitaire, une grande campagne de recrutement pour accroître l'efficacité de notre équipe. L'innovation n'est pourtant pas synonyme d'automatisation puisque les pièces techniques et principales sont

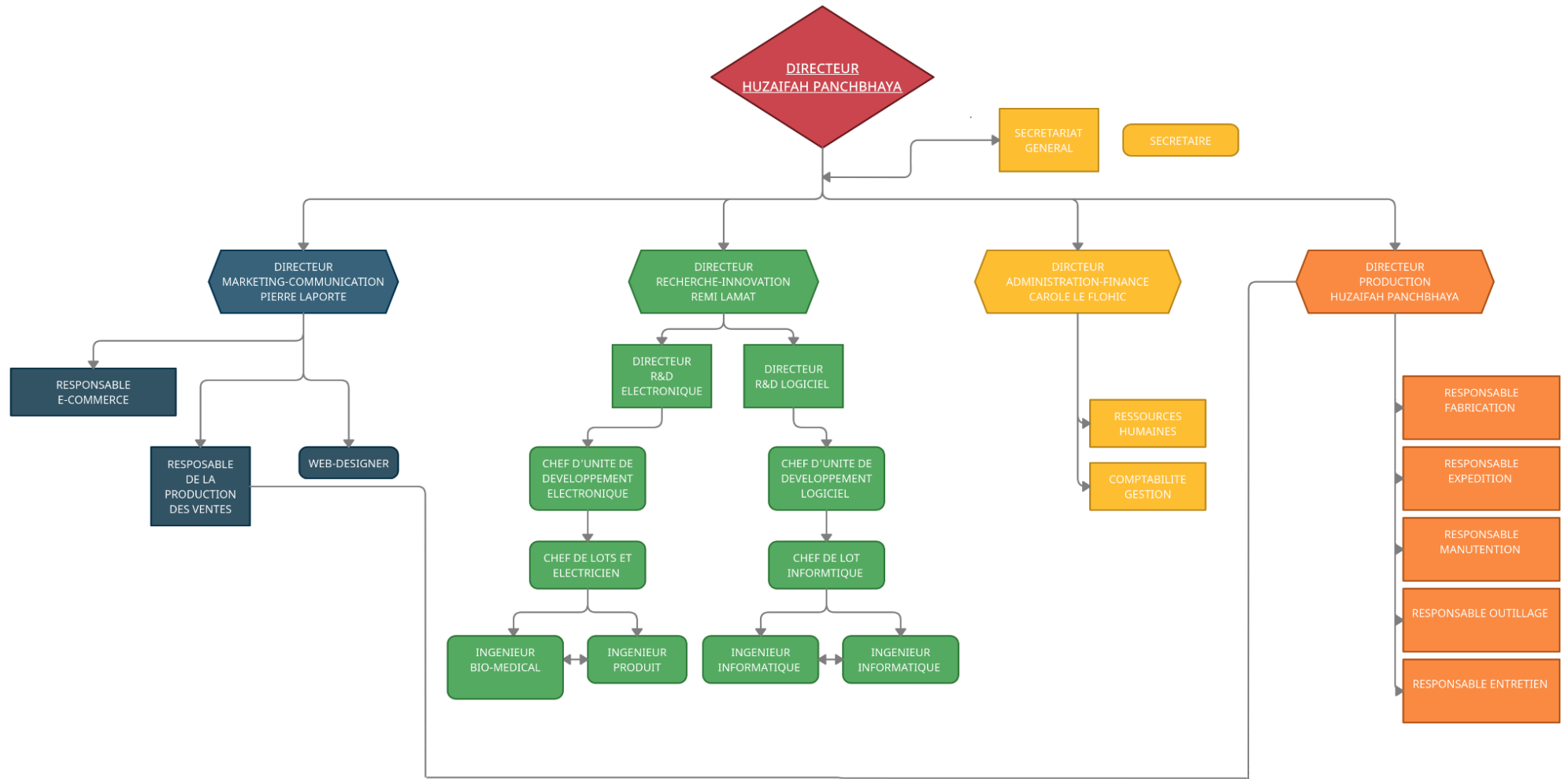
encore fabriquées à la main», précise Rémi directeur de la recherche. « Nos atouts sont surtout l'origine de nos produits. Les fournisseurs sont tous à moins de 150 kilomètres de l'entreprise. Leur système de production est en accord avec notre vision écologique de notre activité. "Leur production est donc souvent vérifiée et certifiée par nos experts", précise-t-il. Une recette efficace qui permet à RHPC d'être distribué dans plus de 100 magasins de sport en France.

2- Différents concurrents du secteur de l'handisport

Noms des entreprises concurrentes			
Description de l'entreprise	<p>L'entreprise Quirumed S.L.U., Fournitures Médicales et Produits pour la Santé, a été fondée en 2002. Consacré à la vente, à la commercialisation, à la distribution et à l'équipement de matériel médical et de produits liés à la santé. Aujourd'hui, Quirumed A au groupe Grupo Bunzl, une compagnie internationale leader dans la distribution intégrale des consommables non-food pour les entreprises. Quirumed, qui a dont le siège social se situe en Espagne, connaît depuis ces dernières années une forte croissance sans jamais perdre de vue sa mission, sa vision et ses valeurs.</p> <p>Bunzl opère dans 4 continents et est présent dans 30 pays avec plus de 518 centres de distribution et 16 230 salariés.</p> <p>Elle cotise dans l'indice FTSE100 de la bourse de Londres et se développe actuellement dans 4 grandes aires géographiques: USA, UK & Irlande, Europe Continentale et le Reste du Monde.</p> <p>Cette entreprise met en avant son label de "CONFIANCE ONLINE"</p>	<p>Handiamo est une entreprise créée le 15 mars 2011 par Michaël Jérémiasz : une victime d'accident de ski étant par la suite devenu numéro 1 mondial/multi-médaillé paralympique de tennis fauteuil, par Jonathan Jérémiasz : son frère aîné ainsi que Richard Warmoes : son ancien entraîneur.</p> <p>L'objectif de base de cette entreprise est de faire partager cette expérience en la mettant en service de sportifs handicapés, de les accompagner durant leur carrière.</p> <p>Ils se sont développés en organisant des événements ainsi que des conférences de sensibilisation à propos des handicaps au niveau du sport (tournois de basket fauteuil, Les Olympiades de la FSEF...). Ils ont à ce jour travaillé avec plus de 140 entreprises (Disneyland Paris, Adidas, EDF...)</p> <p>Handiamo se définit elle-même comme une agence sportive et inclusive.</p>	<p>Créé en 1995 à Saint-Jean-de-Maurienne en Savoie, Tessier est une entreprise française spécialisée dans la fabrication de matériel de ski assis, également appelé handiski ou ski alpin handisport. Principalement distribué en Europe et aux États-Unis.</p> <p>Travaillant au centre de vacances de Saint-Sorlin d'Arves, Pierre TESSIER a rencontré des membres de l'Association française des paralytiques (IEM d'Hérouville-Saint-Clair) qui développent des chaises de ski pour faire vivre aux enfants le plaisir de la glisse. Pierre TESSIER, passionné de ski et de machinerie, se joint à ce projet d'amélioration du matériel et d'entraînement à la conduite du matériel, qui est "l'ancêtre" de Tandemski.</p> <p>L'entreprise conçoit et fabrique des produits innovants qui permettent aux personnes handicapées de pratiquer des sports de plein air, notamment le ski.</p>
Chiffres d'affaires	8242 millions d'euros / an	268 400,00 euros	1 373 900 euros

<i>Origine</i>	Anglaise	Handiamo est une entreprise française.	Française
<i>Source</i>	https://www.quirumed.com/fr/	https://handiamo.com/agence/	https://www.dualski.com
<i>Tactique</i>	Quirumed mise sur une innovation constante, une grande variété de produits et un excellent rapport qualité prix pour être compétitif dès le début.	Handiamo a comme stratégie de proposer à différentes entreprises d'élaborer/optimiser leur politique handicap afin de sécuriser le parcours professionnel et l'employabilité de la personne en situation de handicap, d'accroître la responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise.	La stratégie de Tessier est d'innover en permanence pour actualiser sa gamme de produits et répondre au mieux aux attentes de ses clients.
<i>Opération</i>	Quirumed cherche à développer une relation de confiance avec ses clients en collectant les avis des consommateurs, en mobilisant une équipe humaine au service des clients, des achats sécurisés même en ligne ou encore par la visibilité des données de l'entreprise.	Handismo cherche également à faire de la location d'équipement handisport.	Accompagner leurs clients et les conseiller afin qu'ils trouvent le matériel le plus adapté. De parier sur la qualité et la durée de vie de leurs équipements.
<i>Stratégie</i>	Quirumed souhaiterait être l'un leader de son secteur et continuer à se développer dans les pays où elle est présente ou non afin de devenir l'une des entreprises les plus importantes sur le plan mondial.	Handismo espère bien devenir l'une des entreprises de référence du domaine de l'handisport et sensibiliser un maximum de personnes à ces disciplines.	Cette entreprise souhaiterait continuer sa croissance à l'international et continuer de fabriquer les produits seulement en France

3- Structure organisationnelle et explication des secteurs



LAPORTE Pierre : directeur marketing et communication s'occupe des stratégies sur le plan de la communication de l'entreprise pour son image. Il met en place une stratégie marketing pour les médias, l'éditoriale et les différents visuels de l'entreprise. Il gère aussi le budget dans son secteur. Enfin, il gère les campagnes marketing et conseille les différentes équipes. Son dernier rôle est l'analyse et la validation de la cohérence de l'image et de l'entreprise sur l'ensemble des actions (succès, difficultés, évolutions...).

LAMAT Rémi : Le directeur recherche et développement aussi appelé directeur de l'innovation ou encore directeur R&D, s'occupe du budget, et des objectifs et des plannings des différentes équipes qui sont sous sa supervision. Il s'occupe du développement des nouveaux produits. En bref, il encadre l'organisation, l'innovation et communique l'état d'avancement à la direction générale.

LE FLOHIC Carole : Le directeur administration et finance occupe plusieurs rôles (manager, conseiller, DRH, superviseur, négociateur) : il siège au comité de direction, c'est-à-dire participe aux décisions concernant l'entreprise par la direction générale. il définit et s'assure des suivis financiers (budget de l'entreprise) et est chargé du service administratif (gestion administratif, conseil administratif et procès verbaux)

PANCHBHAYA Huzaifah : Le directeur de production aussi appelé directeur technique de production définit et s'occupe de la stratégie de fabrication des produits. Il s'assure de l'organisation de la production et contrôle les différentes activités la concernant. Il gère donc le budget proposé pour son secteur pour optimiser et améliorer la main-d'œuvre et des équipements. Il doit aussi prendre contact avec les acteurs extérieurs à l'entreprise (fournisseurs, prestataires, ...).

II- OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE

1 - Les différents éléments du modèle PESTEL

[Politique / Économique / Social / Technologique / Écologique / Légal]

P	<p>L'entreprise étant localisée en France en Gironde (33), elle bénéficie donc d'une forte stabilité politique et d'un dynamisme économique important.</p> <p>Pour les raisons évoquées ci-contre, l'entreprise ne risque pas, pour le moment, d'être menacée pour une cause politique ou géopolitique.</p> <p>L'entreprise RHPC mise sur sa localisation et sa production française afin de montrer à ses clients sa volonté de vendre des produits qualitatifs.</p>
E	<p>Le secteur économique de RHPC surveille le taux de croissance du marché handisport pour s'adapter au mieux. L'objectif étant de proposer des prix accessibles pour un produit de qualité. Nous cherchons cependant à stabiliser le secteur handisport du marché pour éviter de fort taux de variation pouvant engendrer des complications futures. Notre entreprise est soumise à un taux de TVA de 23%. Pour se lancer, l'entreprise a emprunté 400 000€ à la banque.</p>
S	<p>Le marché de l'handisport est un marché en pleine expansion. Il y a peu, les handicapés étaient considérés comme inaptes au sport. On ne cherchait pas alors à leur venir en aide. Pourtant aujourd'hui, leur permettre un accès au sport avec un matériel de qualité est ancré dans notre morale.</p> <p>Les consommateurs de ce marché ont de fortes attentes. Néanmoins la liste de fournisseurs est réduite. Trouver une entreprise sérieuse et de qualité pour se fournir est source d'assurance, ces derniers n'hésitent donc pas à la partager avec leurs amis ou collègues partageant un handicap proche ou similaire. D'où nos interventions et animations à l'extérieur qui servent à sensibiliser la population globale à l'handisport tout en mettant en valeur nos qualités auprès des sportifs de ce marché.</p> <p>On retrouve des consommateurs de tout âge, un accident pouvant survenir pour tout le monde à n'importe quel moment. On observe cependant une facilité accrue pour les jeunes de -21 ans à se lancer dans le sport malgré leur handicap.</p> <p>La plus grande part du marché provient de l'athlétisme, du tennis et du handball. Pour cette raison RHPC a décidé de concentrer la plus grande partie de son équipement à ces derniers secteurs sans pour autant oublier les autres.</p>
T	<p>Le département de recherche et de développement de l'entreprise RHPC est en constante recherche de nouvelles solutions viables pour le marché de l'handisport. RHPC analyse l'efficacité des différentes innovations et technologies utilisées par ses concurrents afin de mieux appréhender les défauts que peuvent rencontrer les produits rivaux. Elle mise ensuite sur ces propres ingénieurs et développeurs qualifiés pour innover et apporter sans cesse du progrès à nos articles. Nous leur communiquons évidemment les rapports d'enquêtes sur les produits concurrents que nous avons tester afin de s'assurer qu'ils ne reproduiront pas les</p>

	<p>mêmes erreurs et que leur travail soit efficace. Nous cherchons donc à progresser sur les technologies et les moyens de communications.</p> <p>Nous avons pour objectif de développer au maximum les différents moyens de communication pour maximiser la visibilité de RHPC.</p> <p>Nous essayons d'automatiser les tâches qui ne sont pas gratifiantes tout en conservant un apport de la main de l'homme toujours pour être assuré de la qualité de nos produits.</p> <p>Nous tenons également à mettre en avant la grande qualification de nos ingénieurs et développeurs permettant à RHPC de bénéficier d'une avance technologique majeure sur notre secteur.</p>
E	<p>Le réchauffement climatique est au centre des débats politiques actuels. Les attentes écologiques ont explosé. Il est donc plus que nécessaire de respecter au maximum le climat et l'environnement.</p> <p>RHPC a mis en place plusieurs solutions. Nous produisons en Gironde pour éviter des émissions de CO2 à la suite aux transports. Nous travaillons également avec des entreprises de recyclage pour minimiser nos déchets. Pour nous fournir nous achetons le plus local possible pour bénéficier de renseignements sur le fournisseur pour connaître le niveau éthique de sa technique de production.</p> <p>Nous ne cachons pas que cette action n'est pas dénuée d'intérêts. Certes cette décision est avant-tout une volonté d'aider la planète mais c'est aussi un moyen de se démarquer de la concurrence qui elle n'a pas fait ce choix. L'entreprise renvoie alors une image mélioratif d'elle-même.</p>
L	<p>Le droit du travail, le droit commercial et les normes de sécurité sont pour RHPC d'une importance capitale. Notre entreprise étant spécialisée dans le handicap, nous tenons à de bonnes conditions de travail pour nos salariés. Nous faisons preuve d'attention envers eux afin qu'ils puissent bénéficier de tous leurs droits. Pour cela nous respectons à la lettre les lois françaises (droit du travail, droit commercial). Forcément étant acteur de la sensibilisation sur les handicaps nous tenons à éviter tout problème à nos équipes. C'est pourquoi RHPC a mis en place un plan très rigoureux afin de s'assurer du respect des normes de sécurité. Par exemple, nous privilégions, à qualité égale de CV, une personne souffrant d'un handicap. Nous acceptons également toute loi sur la concurrence ("antitrust" pour les anglo-saxons).</p>

2- SWOT :

QUELQUES INFORMATIONS :

Nous allons rapidement vous présenter quelques points de notre entreprise car pour RHPC la transparence vis à vis de nos clients est très importante sous forme de SWOT .

Vous pourrez trouver ci-dessous nos forces, nos faiblesses ainsi que les risques et menaces.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">-Rapport qualité prix-Très bonne image publique-Empreinte carbone faible-Relation juridique	<ul style="list-style-type: none">-Budget limité-Considération du grand public-Marché en perpétuelle évolution
Opportunité	Menaces
<ul style="list-style-type: none">-Jeux paralympiques-Événements handisport	<ul style="list-style-type: none">-La concurrence-Baisse de la popularité du domaine

Précision et explication de la matrice du SWOT :

Force :

- Notre rapport qualité/prix dépasse celui de la concurrence. Notre offre s'adresse à plus de personnes dans le but de leur permettre de mieux s'équiper pour la pratique d'handisport afin de la rendre accessible à tous.
- L'atout majeur de RHPC repose néanmoins sur son image vis à vis du public de part la confiance développée à travers nos services clients, avant et après vente. Nous disposons aussi d'un avantage sur nos concurrents puisque nous animons, occasionnellement, des événements sur l'handisport nous permettant de mettre en avant nos qualités tout en servant une cause juste.
- Parmi nos points forts nous pouvons également trouver d'autres aspects comme l'empreinte carbone de nos produits bien inférieure à nos rivaux.
- RHPC peut aussi s'appuyer sur une base solide grâce à une structuration respectant au mieux les termes juridiques relatifs au travail ou de l'entreprise.

Faiblesses :

- L'un des points faibles de RHPC est le matelas budgétaire plutôt faible en comparaison avec ses concurrents implantés sur le marché depuis plus longtemps.
- Malgré l'animation d'événement sur l'handisport et l'excellent service après-vente, notre entreprise n'est pas encore dans la tête du grand public. Nous recherchons des solutions pour améliorer la visibilité de notre entreprise. Les premiers résultats sont néanmoins prometteurs.
- L'innovation constante de notre secteur peut être un atout comme un point faible. Il est difficile de rester au top d'un marché aussi dynamique.

Opportunités :

- La principale opportunité qui pourrait aider au développement de l'activité de RHPC serait les Jeux paralympiques. En effet, de nombreuses personnes ne regardent pas de sports paralympiques. C'est donc une occasion de toucher un maximum de spectateurs en parrainant des athlètes.
- Il s'agit là d'un tremplin commercial pour notre secteur.
- Si RHPC saisit correctement cette opportunité, cela permettra d'accélérer le développement, d'améliorer le dynamisme économique de l'entreprise.
- De la même manière, des événements paralympiques de plus petite envergure resteraient des opportunités pour RHPC pour se faire connaître. Une des solutions serait de sponsoriser ses derniers afin de faire connaître l'entreprise pour gagner des parts de marchés.

Menace :

- La première menace pour RHPC serait la concurrence. Certaines entreprises déjà implantées dans le domaine du handisport pourraient empêcher le bon développement de RHPC qui ne possède pas forcément un matelas budgétaire nécessaire pour bien résister à un crash commercial.
- L'apparition de nouvelle entreprise est également une menace puisque ces derniers pourraient venir concurrencer les parts de marché disputées par RHPC.
- Une autre menace serait une baisse de popularité du domaine paralympique qui pourrait par exemple être dû à une baisse d'intérêt du grand public par rapport à ce domaine.
- Cela pourrait entraîner une baisse de visibilité pour RHPC. La baisse de personnes pratiquant ce type de sport pourrait aussi économiquement affecter l'entreprise puisque RHPC dans ce cas vendrait vraisemblablement moins de produits.

3- Présentation d'échantillons de produits



Caractéristiques

- Structure en aluminium légère et performante
- Pare-chocs latéraux en aluminium
- Retrait facile de la roue (par bouton)
- Repose-pieds réglable en hauteur et en position
- Les roues arrière roulent pour une meilleure maniabilité
- Ceintures de positionnement
- Roues latérales inclinables offrant stabilité et équilibre

Dimensions :

- Largeur totale: 97 cm
- Diamètre de la roue arrière: 60 cm
- Roue avant: 10 cm
- Hauteur d'assise au sol: 53 cm
- Hauteur totale: 73 cm
- Profondeur totale: 85 cm
- Profondeur d'assise: 36 cm
- Hauteur du dossier: 19 cm
- Largeur d'assise: 36 cm
- Poids maximum supporté: 100 kg

Poids de la chaise: 16kg:

Ce fauteuil roulant incroyable et unique pour le basketball possède une structure légère, agile et performante qui le distingue des autres. Il comprend un pare-chocs à haute résistance idéal pour un sport agressif et dur comme le basketball.

L'angulation de ses roues permet une grande stabilité et, surtout, effectue des virages sans effort et avec une grande sécurité grâce aux roues anti basculement. En outre, ils offrent une grande liberté de mouvement, ce qui est idéal pour augmenter la vitesse de jeu. Ceci, combiné à la hauteur du dossier, permet la plus grande liberté de mouvement possible aux utilisateurs. L'assise et le dossier sont rembourrés pour assurer un confort optimal.

Prix :

Voici les prix que vous pourrez retrouver chez la concurrence :
450€, 410€, 359€

	Le prix chez nous est de 312€ !
<p>D'autres fauteuils de sport :</p> 	<p>Les prix :</p> <p>326€</p> <p>322€</p>
	<p>Points forts de ce produit :</p> <p>Les lames de course ont une forme en « C ». Ce « C » vient se comprimer lors de l'attaque du pied au sol. A cet instant et pendant toute la durée de l'appui, la lame se déforme et emmagasine de l'énergie. Lorsque la lame va quitter le sol pour passer en phase pendulaire (phase aérienne), l'énergie emmagasinée va être restituée (le « c » se décomprime) et « propulse » le sportif. Ce cycle se reproduit à chaque foulée.</p> <p>Points faibles :</p> <p>Les sportifs qui courent avec une lame de course mettent un certain temps à atteindre leur vitesse maximale. Lors du départ, la vitesse et l'impact du sportif est insuffisant pour déformer la lame carbone. De plus, la dépense énergétique dans les premières foulées est très importante. Avec la vitesse qui augmente, le sportif accroît la charge et le poids sur la lame, celle-ci se déforme et finit par effectuer son travail de restitution.</p> <p>Prix :</p> <p>Voici les prix que vous pourrez retrouver chez la concurrence :</p> <p>10 000€ ou 15 000€</p> <p>Le prix chez nous est de 8750€, le tout réglable en plusieurs fois !</p>
<p>D'autres prothèses :</p> 	<p>Le prix de la prothèse de jambe est de 8613€ et le prix d'une prothèse de cuisse est de 12 080€. Soit bien en dessous des prix moyens.</p>

Vous pouvez constater que notre entreprise est très compétitive au niveau des prix sur le marché. Nous réalisons moins de bénéfices par vente mais nous misons sur un plus grand nombre de produits vendus pour combler ce déficit.

N'étant pas encore leader du marché c'est aussi une stratégie mise en place en vue de devenir leader du marché.

III - LES PERSPECTIVES ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.

1- Tableau prévisionnel

Tableau des prévisions :

X	Prix	Nombre de ventes 2021	Revenus	Nombre de ventes 2022	Revenus	Nombre de ventes 2023	Revenus
Fauteuil Basket	312€	50	15 600€	75	23 400€	100	31 200€
Fauteuil tennis	326€	50	16 300€	75	24 450€	100	32 600€
prothèse	10 050€	120	1 206 000€	150	1 507 500€	200	2 010 000€
Total	X	X	1 237 900€	X	1 555 350€	X	2 073 800€

2- Stratégies marketing

La promotion à faire (communication) :

La communication de RHPC repose sur le sponsoring et la dotation en équipement de différents athlètes de haut niveau et événements du domaine de l'handisport (journée national de l'handisport). Nous misons également notre communication sur des techniques modernes via le recrutement d'influenceurs pour sensibiliser un public plus jeune.

La création d'un événement sportif regroupant plusieurs sports paralympiques fait aussi partie de notre stratégie de communication, le but étant de faire connaître cet événement (via une diffusion télévisée ou sur des médias sociaux plus modernes comme Youtube ou Twitch par exemple) afin de mieux faire connaître l'entreprise RHPC.

Nous communiquons avec les jeunes dès leur plus jeune âge à travers des rencontres et découvertes organisées auprès des classes scolaires.

A long terme, notre stratégie serait de devenir partenaire officiel des jeux paralympiques.

La place de notre produit (distribution) :

La distribution des différents équipements d'handisport de l'entreprise RHPC se fait majoritairement dans nos boutiques en présentiel pour permettre à nos clients de voir et tester le matériel avant de l'acheter.

Nous développons également nos ventes via internet grâce à différents sites de e-commerce tel que ebay, amazon ou encore notre propre site web.

Notre objectif est d'arriver à intégrer les magasins de sports de la grande distribution comme Décathlon ou Intersport.

IV - ANNEXES

1-CHOIX DE TYPOGRAPHIE ET MISE EN PAGE :

A) Les couleurs

Nous utilisons pour écrire l'ensemble de notre document en noir. Pour notre organigramme, il est composé de 5 couleurs(rouge,orange,jaune, vert, bleu) qui permettent de bien visualiser ces différentes parties. Ces couleurs nous permettent aussi de bien visualiser et de les reconnaître très rapidement dans les textes explicatifs qui se trouvent en dessous de celui-ci. Également, notre tableau qui réunit les différents éléments du modèle pestel est composé de 7 couleurs pour les 7 éléments.

Pour une meilleure compréhension et visualisation

B)Les polices

Pour l'impression de ce document et pour respecter les règles typographiques, nous utilisons une police avec sérif. Elle va permettre de mieux enchaîner les caractères, d'apprécier la lecture et de mieux se concentrer et être plongée dedans. La police utilisée dans ce document est la Times New Roman. Notre police est de différentes tailles, les titres sont de police 17, les sous titres 12 et 11 pour les paragraphes

C)Modification typographique

L'ensemble de nos titres sont en italiques. La fonction de l'italique est de faire ressortir les titres, de les démarquer du reste du texte. Les sous titres de nos parties sont en gras pour délimiter nos différents paragraphes.

D)Les Justifications du texte

Nous avons fait le choix de justifier l'ensemble du document pour donner une apparence de rigueur. Cet aspect empêche une lecture rapide mais permet de mieux se concentrer sur le document et une lecture plus facile.

E)Les interlignes

Notre taille d'interligne est 1,40 pour permettre une lecture agréable du texte sans avoir une sensation désagréable lors de la lecture.

F)Style de paragraphe

Pour notre document, le style utilisé est un style qui utilise des alinéas a chaque début de paragraphe et est en retrait par rapport à la marge.

G) Longueur des lignes

Nous avons limité nos phrases à environ 25 mots pour qu'elles ne soient pas désagréables à lire.

2-Adaptation pour une lecture sur écran :

Version web :

Les modalités et normes de mise en page étant différente pour un texte en ligne nous utilisons des polices sans sérifs comme Arial ou Calibri afin de rendre le texte plus facile à lire.

Comme au format papier le texte sera aligné à gauche, en revanche nous évitons des paragraphes trop longs. Ces derniers seront d'ailleurs séparés par des sauts de ligne.

Nous faisons également tout notre possible pour ne pas excéder les 20 mots par ligne.

"2- Stratégies marketing

La promotion à faire (communication) :

La communication de RHPC repose sur le sponsoring et la dotation en équipement de différents athlètes de haut niveau et événements du domaine de l'handisport (journée national de l'handisport).

Nous misons également notre communication sur des techniques modernes via le recrutement d'influenceurs pour sensibiliser un public plus jeune.

La création d'un événement sportif regroupant plusieurs sports paralympiques fait aussi partie de notre stratégie de communication.

Le but étant de faire connaître cet événement (via une diffusion télévisée ou sur des médias sociaux plus modernes comme Youtube ou Twitch par exemple) afin de mieux faire connaître l'entreprise RHPC.

Nous communiquons avec les jeunes dès leur plus jeune âge à travers des rencontres et découvertes organisées auprès des classes scolaires.

A long terme, notre stratégie serait de devenir partenaire officiel des jeux paralympiques.”

Version imprimée :

“2- Stratégies marketing

La promotion à faire (communication) :

La communication de RHPC repose sur le sponsoring et la dotation en équipement de différents athlètes de haut niveau et événements du domaine de l’handisport (journée national de l’handisport). Nous misons également notre communication sur des techniques modernes via le recrutement d’influenceurs pour sensibiliser un public plus jeune.

La création d’un événement sportif regroupant plusieurs sports paralympiques fait aussi partie de notre stratégie de communication, le but étant de faire connaître cet événement (via une diffusion télévisée ou sur des médias sociaux plus modernes comme Youtube ou Twitch par exemple) afin de mieux faire connaître l’entreprise RHPC.

Nous communiquons avec les jeunes dès leur plus jeune âge à travers des rencontres et découvertes organisées auprès des classes scolaires.

A long terme, notre stratégie serait de devenir partenaire officiel des jeux paralympiques.”



3-Bibliographie

Sites des entreprises dans le secteur de l'handisport :

Quirmed : <https://www.quirumed.com/fr/fauteuil-roulant-pour-le-basketball.html>

Handiamo : <https://handiamo.com/>

Tessier : <https://www.dualski.com/>

Pour les différentes informations sur les métiers au sein de l'activité de l'entreprise :

Onisep

<https://www.cidj.com/metiers/directeur-directrice-du-marketing>

<https://www.lindustrie-recrute.fr/metiers/directeur-de-production-h-f/>

ImagineMonFutur

<https://www.regionsjob.com/observatoire-metiers/fiche/directeur-rd>

<https://pixabay.com/fr/photos/sport-le-foot-l-amputation-2706937/>