**Marché** : Ensemble des personnes susceptibles de produire et/ou d’acquérir un bien (un produit ou un service).

**Bien** : Choses matérielles qui procurent une jouissance et une propriété : on parle de bien **tangible** (= bien palpable).

* Bien **courant** : Classique qui est utilisé de manière quotidienne
* Bien **immatériel** : Qui demeure à la disposition de tous (ex : spectacle sportif)
* Bien **non durable** : Entièrement utilisé en moins d’un an
* Bien **publique** : Destiné à l’usage de tous

**Produit et service** : Résultat d’une activité de production

* **Produit** : Tout ce qui peut être vendu par une entreprise (obtenus par transformations et combinaisons)
* **Service** : Prestation de services (entités non séparés sur lesquelles les droits de pptés ne peuvent être établis dans certains cas)

**Pouvoir d’Achat**: Niveau possible de dépenses que l’on peut faire

**Client** : Physique (humain) ou moral (entreprise)

* Clientèle **captive** : Accroc à une marque
* Clientèle **passive** : Qu’on n’a pas encore et qu’on cherche à capter

**Consommateur** : Personne qui exprime des besoins, des désirs et des envies qui se traduisent en besoins de consommation

Le marché est composé de filières d’activités

**Filière d’activité** : Composée d’activités professionnelles ± complexes, composée de tout ce qui participe à générer une activité économique ayant pour vocation de satisfaire une demande précise des consommateurs

* Activités **amont** : **Production / fabrication**
* Activités **avales** : **Commerce et vente**

**IAS : Industrie des articles de sport :** Fabrication jusqu’à la distribution et la consommation des articles de sport

**SAR : Sport et activité en relation** : Présence des **pratiques minutes** parmi les SAR

Le marché est la combinaison entre :

**Offre** : Ensemble de produits et de services disponibles sur le marché à un moment donné. Correspond à des besoins ou des attentes de consommation proches ou relativement proches.

**Demande** : Besoin moyen exprimé par un public de consommateur déterminé vis-à-vis d’un type de consommation

Le marché c’est l’expression de :

**Besoin** (**A. MASLOW**) :

* **Physiologique :** S’alimenter, boire…
* **De sécurité :** Se protéger, protéger son entourage
* **D’appartenance :** Statut social
* **D’estime :** De reconnaissance
* **De réalisation :** De connaissance, de formation

**Croissance économique** : Accroissement à moyen ou long terme de la production d’un côté et de la consommation de l’autre. Caractérisée soit par l’↑ du volume ou taille du marché, soit par accroissement de part de marché, soit par extension d’un système de pensée.

**Concurrence** : Etat de marché où l’on a un nombre ± important d’entreprise et où l’on a un nombre ± important de services ou de produits aux finalités identiques ou presque. Rivalité entre plusieurs entreprises qui cherchent à tout prix à se distinguer sur un marché donné. Situation normale dans la vie économique, dans la vie des entreprises

**Agent économique** : Individu ou entreprise qui est investie dans la conception, réalisation et diffusion.

**Entreprise** : Organisation soit très petite, soit petite ou moyenne, soit grande ou très grande, disposant d’une certaine autonomie et qui cherche à vendre sur le marché en combinant la valeur du travail à la valeur du capital. Structure sociale développée qui regroupe des moyens humains, matériels, immatériels et financiers.

* **( Bénéfice** : Ce qui reste après avoir payé les charges, les fournisseurs, les salariés et les impôts )
* **Hyperfirme** : Plus grosse entreprise (TGE). + 2000 salariés.
* **Hypofirme** : TPE. < 10 salariés.
* **PME** : entre 10 et 49 salariés.

**Marque** : Un nom, signe, dessin, toutes combinaisons de ces différents éléments. Titre de ppté qui donne à son propriétaire le droit de l’exploiter commercialement. Droit ± exclusif.

**CA** : Tous les volumes de vente d’une entreprise en déduisant les impôts et taxes, toutes les charges, les rabais et ristournes, les subventions

**Profitabilité** : Ce que gagne une entreprise comme argent.

**Ménage** : Ensemble de personnes vivants à l’intérieur d’un même logement considéré comme étant une résidence principale

**CNDS** : Centre National pour le Développement du Sport  
**FNDS** : Fonds National pour le Développement du Sport

**Article de sport (ADS)** : Ensemble des instruments, moyens, articles utilisés exclusivement dans le cadre de la pratique sportive

**Distribution/Distributeurs** : Ensemble des activités qui s’exercent depuis le moment où le produit sous sa forme finale d’utilisation entre physiquement dans le magasin commercial qui est chargé de le vendre au consommateur

**Commerce** : toutes les activités d’achat et de revente d’un produit ou d’une valeur. Activités de production, distribution et consommation, dont tout ce qui est de l’ordre des services commerciaux et non commerciaux.

**Association** : Convention par laquelle 2 personnes au moins mettent en commun d’une manière permanente leurs connaissances ou leurs activités dans un but autre que de partager les bénéfices

**CT** : Collectivités locales et régionales. Structures administratives distinctes de l’administration de l’Etat qui prennent en charges les intérêts de la population d’un territoire précis

**Spectacle sportif** : Biens non durables car ils sont uniques et éphémères. Leur diffusion par les médias les rends durables. Bien public ou bien collectif. Non reproductible

* Marché **primaire** : Retransmission en direct d’un spectacle sportif
* Marché **secondaire** : Image recyclée longtemps après
* **GRATON et TAYLOR** : 4 types de SS
  + Activités économique et médiatiques très importantes, fréquence pas annuelle (JO)
  + …………………………………………………………importantes, fréquence annuelle (Tour de France)
  + ……………………………………………………….limitées, fréquence pas annuelle
  + ………………………………………………………….avec périodicité annuelle

F

* Spectacle **palliatif** pour **non sportif**
* Spectacle **complétif** pour **pratiquant**

**Facteur de Sloane** : Maintenir une qualité de spectacle sportif pour les spectateurs et pour les médias

**Homo economicus** : Paradigme qui suppose un cadre idéal de concurrence. Agit toujours par intérêt individuel *(dopage ?)*

**Club professionnel** : Société sportive, dépendante d’une fédération sportive, participant habituellement à l’organisation de manifestations sportives payantes et procurant des recettes d’un montant supérieur à 12Ma d’€, et qui emploient des sportifs dont le montant total des salaires est supérieur à 800 000€.

**Marketing** : Moyen de valorisation stratégique et économique d’un produit ou d’un service en vue de le rendre concurrentiel et attractif sur le marché.

**Sportif professionnel** : Personne qui par la production de son travail va tirer un profit financier.

* Arrêt BOSMAN, un joueur professionnel n’est plus lié au club qui l’emploi de manière définitive

Activités périphériques et connexes du marché du sport

**Equipement** **sportif** : Installation destiné à recevoir des pratiquants pour une consommation active ou à recevoir des spectacles sportifs

**Espace sportif** : Infrastructure, souvent situé en dehors des zones urbaines et qui reçoit surtout des activités outdoor (plus vaste **+++**)

**+ Médecine sportive (douce +++)  
+ Diététique  
+ Produits pharmaceutiques   
+ Produits d’assurance (Accident sportif environ 1000€)  
+ Dopage (La plupart des produits dopants sont détournés de leur vocation première, càd thérapeutique)  
+ Industrie de la contrefaçon des marques de sport et ADS**

**Contrefaçon** : Copie et modification délibérée d’un produit de marque pour le vendre sur un marché plus large mais illégal (15M° d’€ en Fr). 3 types :

* Copies **avec reprises de l’apparence** : difficilement détectables
* Copies **grossières** : trompent difficilement le public, imparfaites
* Copies **sans reprise d’apparence**

**Consommation du sport ACTIVE** : Toutes les dépenses et les consommations liées directement ou indirectement à une implication proactive dans une activité sportive ou assimilée

**Consommation du sport PASSIVE** : Toutes les dépenses et les consommations liées directement ou indirectement à une participation intermédiaire dans une activité sportive ou assimilée

* Consommation sportive **de** **spectacle** → Spectateur → Marques-clubs, marques-célébrités…
* Consommation sportive **d’action** → Pratiquant → Marques de services, marques labels…
* Consommation sportive **d’achat** → Acheteur → Marques de fabricants, marques-enseignes…

**Elasticité croisée** : Situation très fréquente chez les consommateurs qui se caractérise lorsqu’on a le choix entre plusieurs produits très proches et substituables. Phénomène comportemental sélectif qui consiste à choisir un produit ou un service au détriment des offres concurrentes (du fait du prix, de la qualité, de la technologie)

Externalité (*économique, industrielle, sociale, individuelle*) : Activité de production ou de consommation d’un agent ou d’un acteur qui affecte le bien être d’un autre sans qu’aucun des 2 agents reçoivent ou payent une compensation pour cet effet

* **Positive** : Effet d’une action de quelqu’un sur une tierce personne est positif. Va dans le sens des intérêts personnels et collectifs
* **Négative** : Effet négatif sur une personne

**Brevet** : Titre de propriété

**Marché du sport = économie LIBERALE**

**Marché du sport** possède :

* Libre concurrence
* Liberté d’entreprise
* Possibilité de mener bien des opportunités ou initiatives individuelles

**Economie de marché** : marché économique où les producteurs sont capables de satisfaire les besoins du client

Nouvelle pensée industrielle : **l’OST**

* Travail s’appuie sur une division des tâches d’exécution et sur un découpage de ce travail en tâches élémentaires extrêmement répétitives
* « *une tâche, une fonction, un homme* ! »
* 4 personnages :
  + Adam Smith
  + **Frederick Taylor**, inventeur de l’OST
    - Taylorisme : « *Les patrons et les employés vont joindre leur effort pour créer une valeur unitaire de force supérieure* » **→** Hiérarchisation, division des fonctions
  + **Henri Fayol**, fondateur de la productivité industrielle
    - « *Si une organisation est performante, c’est grâce au travail et à la motivation et les savoir-faire des travailleurs qui sont derrières* »
  + **Henri Ford**, inventeur du travail à la chaine, du travail cadencé, inventeur du **fordisme**
    - Ouvriers rythmés par la progression automatique du tapis roulant sur le poste de travail

**Fordisme** : Accroître la productivité grâce à la division du travail, division verticale (*séparation entre conception et* *fabrication*), division horizontale (*parcellisation des tâches*)

**Productivité** : Indice permettant de mesurer la performance d’une entreprise dans son savoir-faire et dans la qualité et quantité de sa production

**Economie du sport** **→** Richesse nationale française (*emplois, dynamisme économique régional, compétitivité, équilibre de la balance commerciale, création de biens à fortes VA, à l’innovation*)

**Balance commerciale** : Etat d’équilibre entre le niveau d’importation et le niveau d’exportation (négative **+++**)

**Valeur ajoutée** : Ce que permet d’apporter une entreprise à un produit

Indissociables

**Valeur économique** : Qualité marchande et financière qui est donné à un produit ou un service et qui est fondée sur 3 choses :

* Son **unité**
* Le **rapport de l’offre à la demande**
* La **qualité nécessaire à la production du produit**

**Coût** : Ce que coûtent la production, la conception, la fabrication, la distribution et la commercialisation du produit. Ce qui rentre en ligne de compte dans la définition du prix de revient et du prix de vente. Comprend le coût de revient, les coûts fixes + les charges.

**Prix** : Valeur d’un produit dont les quantités sont homogènes non seulement en termes de matérialité mais également d’un point de vue caractéristique qualitative, tangible et intangible.

**Innovation** : Développement, la diffusion et exploitation de nouveaux produits, procédés et services. Différent de l’invention (ordre de la technique) !!!! Création de nouvelles pratiques fondées sur l’inventivité et sur la volonté de changer les choses.

**Concurrence** :

* **Monopole** : Pas de concurrence
* **Monopsone** : Existence d’un seul demandeur face à plusieurs offreurs ou l’inverse
* **Monopole bilatéral** : Equilibre entre le nb de demandeurs et le nb d’offreurs
* **Oligopole** : Acheteurs ou vendeurs se trouvent face à une offre ou une demande très dispersée
* **Oligopole** différencié : Idem sauf qu’un ou plusieurs acteurs arrivent à se différencier des autres
* **Concurrence « pure et parfaite »**

**Droit de retransmission (DR)** : Accord financier établi entre les chaines de télévision et les responsables d’un évènement sportif permettant de vendre des images aux différentes chaînes qui en font la demande.

**Intégration verticale** : Situation où 2 firmes vont s’engager dans une relation de long terme pou concevoir une nouvelle identité qui celle-ci sera une situation de monopole

* Nb opérateurs **↑** + engouement des téléspectateurs pour les retransmissions sportives **→ INFLATION des DR**