

Cité Scolaire Michelet de Vanves

Un site utilisant Plate-forme wordpress du Rectorat de Versailles



Dossier de Méthodologie



A préparer pour le 4 septembre 2023

Les préparations doivent être réalisées sur feuille (copies doubles) et avec le plus grand soin et sérieux

Mme SOLER

CPGE, ECT 1

2. *Retrouvez les étapes de l'étude de cas (annexe 1). Expliquez quel est l'intérêt de chaque étape.*
3. *Appliquez cette méthodologie au cas Trippez (annexes 2 à 8) - sauf les deux dernières étapes.*
4. *Présentez l'intérêt des verbes d'action.*
5. *Définissez et expliquez ce qui doit être fait dans le cadre des verbes d'action suivants : définir, repérer, présenter, caractériser, identifier.*
6. *Sans regarder votre cours, définissez les concepts suivants : finalités, ressources, management, parties prenantes, décision, contrôle.*

ANNEXE 1 : COMMENT ANALYSER UNE ÉTUDE DE CAS

<https://fr.wikihow.com>

Les études de cas sont utilisées dans plusieurs programmes de formation professionnelle, principalement dans les écoles de commerce, pour présenter des situations du monde réel aux étudiants et évaluer leurs capacités à analyser les aspects importants d'un problème donné. En général, une étude de cas doit inclure dans l'ordre : un contexte de l'environnement des affaires, une description de l'entreprise ou de l'affaire en question, l'identification d'un problème-clé, les étapes à réaliser pour résoudre le problème, votre évaluation de la réponse à cette étude de cas et les suggestions pour une meilleure stratégie d'entreprise.

Étape 1 : Examinez et décrivez l'environnement d'affaires pertinent pour l'étude de cas.

Décrivez la nature de l'organisation prise en considération et ses concurrents. Fournissez des informations générales au sujet du marché et du consommateur de base. Indiquez les changements significatifs dans l'environnement d'affaires ou autres nouvelles initiatives que l'entreprise lance.

Étape 2 : Décrivez la structure et la taille de l'entreprise principale prise en considération.

Analysez sa structure de gestion, la base des employés et l'historique financier. Décrivez les revenus et profits annuels. Fournissez les données sur l'emploi. Incluez les détails sur la propriété privée, la propriété publique et les avoirs. Fournissez un bref aperçu des dirigeants de l'entreprise et de la chaîne de commandement.

Étape 3 : Identifiez le problème-clé dans l'étude de cas.

Probablement, il y aura plusieurs différents facteurs en jeu. Choisissez laquelle est la principale préoccupation de l'étude de cas en examinant les données qui parlent des problèmes principaux de l'entreprise et les conclusions à la fin de l'étude. Exemples : l'expansion sur un nouveau marché, la réponse à la campagne de marketing d'un concurrent ou l'évolution de la clientèle.

Étape 4 : Décrivez comment l'entreprise répond à ces problèmes ou préoccupations.

En vous basant sur les informations recueillies, élaborer une progression chronologique des mesures prises (ou non prises). Citez les données incluses dans l'étude de cas telles que l'augmentation des dépenses de marketing, l'achat d'une nouvelle propriété, un changement dans les flux de recettes, etc.

Étape 5 : Identifiez les aspects de succès ou d'échecs de votre réponse.

Indiquez si oui ou non chaque aspect de la réponse a atteint son objectif et si la réponse a été dans l'ensemble bien conçue. Utilisez des repères numériques, tels qu'une fidélisation souhaitée d'un client, pour montrer si les objectifs ont été atteints, analysez les questions plus amples telles que les politiques de gestion du personnel, pour parler de la réponse comme un ensemble.

Etape 6 : Indiquez les succès, échecs, résultats imprévus et mesures inadéquates.

Suggérez des mesures alternatives ou améliorées qui auraient pu être prises par l'entreprise, en utilisant des exemples spécifiques et en appuyant vos suggestions avec des données et calculs.

Etape 7 : Décrivez les changements.

Évoquez les changements que vous feriez dans l'entreprise pour arriver aux mesures que vous avez proposées, en incluant les changements dans l'organisation, la stratégie et la gestion.

Etape 8 : Concluez votre analyse en examinant vos découvertes.

Mettez l'accent sur ce que vous auriez fait de différent dans ce cas. Présentez votre perception de l'étude de cas et votre stratégie d'entreprise.

ANNEXE 2 : COMMENT LE SPORT CONTRIBUE À L'ÉCONOMIE ?

Le 19/09/2022, Sport Business School, <https://www.ppa-sport.fr/>

Le sport est un marché colossal dans l'économie française, qui a récemment franchi la barre des 90 milliards euros. La création en 2020 du groupement d'intérêt économique appelé France Sport Expertise, témoigne de l'importance du sport sur l'économie du pays. Ce groupe offre notamment de développer les potentialités du sport dans les secteurs de l'emploi avec des résultats très engageants sur ses deux premières années d'existence.

Le secteur du sport est colossal et emploie directement près de 448 000 personnes. Il compte d'ailleurs quelque 360 000 associations sportives et plus de 112 000 entreprises, un chiffre qui a presque doublé en dix ans. Même les TPE connaissent des résultats faramineux dans le secteur : elles attestent d'une croissance de 109 % sur la seule décennie 2008 / 2018.

Le sport est désormais synonyme d'innovation avec un boom des startups dans le domaine. Ces spécialistes de la Tech développent dans le sport des produits innovants dernière-génération : applications de suivi de performance, plateformes de paris sportifs, réseau sociaux spécialisés, etc. L'innovation dans le sport ne se cantonne pas aux produits digitaux, les entreprises développent quotidiennement de nouveaux matériaux pour les combinaisons d'athlètes ou des outils de suivi des performances et de la santé des professionnels, etc.

ANNEXE 3 : LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DE LA LOI SUR LA DÉMOCRATISATION DU SPORT : SPORT, SANTÉ ET PARITÉ

Le 09 mars 2022 - Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre), <https://www.vie-publique.fr/>

La loi du 2 mars 2022 vise à démocratiser le sport en France, notamment en facilitant le sport santé et l'accès des associations aux équipements sportifs scolaires. Elle prévoit aussi le renouvellement des instances dirigeantes, avec la parité femmes/hommes dans les fédérations

sportives et la limitation du nombre de mandats des présidents. Cette loi tend aussi à protéger le modèle économique du sport.

L'objectif de démocratisation du sport en France s'articule en trois parties dans la loi du 2 mars 2022 : développement de la pratique sportive pour le plus grand nombre, renouvellement de la gouvernance des fédérations, et consolidation du modèle économique du sport.

ANNEXE 4 : LA STARTUP TRIPPEZ EST UNE PLATEFORME DE LOCATION DE MATÉRIEL DE SPORT

Le 04/07/2021, <https://www.jaimelesstartups.fr/>

- **Fondateurs** : Benoit Tauty et Alexandre Plougonven
- **Nombre d'employés** : 2

DESCRIPTION DE LA STARTUP

Que proposez-vous ?

Trippez est une plateforme collaborative qui vous permet de louer votre matériel de sport à d'autres particuliers. Vous pourrez louer entre autres du matériel de randonnée, de surf, de vélo, de canoë ou encore de fitness ! Le site internet est également ouvert aux professionnels de la location de sport.

A quel besoin répondez-vous (Pourquoi vos clients ont-ils besoin de votre produit/service ?)

Trippez apporte un service qui répond à 3 objectifs :

- Accéder à du matériel de sport de qualité à moindre coût,
- Limiter la surconsommation lors d'une utilisation ponctuelle. A quoi bon acheter une tente qui ne sera utilisée que 7 nuits en moyenne sur 365 jours annuels ?
- Faciliter l'accès à du matériel de sport pour une personne ne pouvant pas le stocker.

Quelles sont les technologies que vous utilisez ?

Nous utilisons un site internet responsive. Notre solution est dynamique, simple d'utilisation et de proximité. Début 2022, nous avons pour souhait de développer une application mobile iOS et Android.

HISTOIRE DE LA STARTUP

Comment avez-vous eu l'idée ?

A chaque fois que nos amis nous rendent visite, c'est toujours un challenge pour prévoir une escapade en montagne ou à l'océan. Nous passons plus de temps à chercher du matériel sportif auprès de nos connaissances qu'à bivouaquer. Nous décidons donc de travailler sur la création d'une solution pour répondre à ce besoin et pour rendre service à d'autres amateurs de sport. La location et les produits de seconde main nous semblent être la bonne clé d'entrée pour y parvenir.

Qu'est-ce qui vous a convaincu de vous lancer et de créer cette startup ?

Chaque année nous estimons à 196 millions le nombre d'articles de sport achetés par les Français. Un grand nombre de ces produits passeront plus de temps dans une housse, un placard ou un garage, qu'à être utilisés. Après avoir réalisé une étude de marché nationale pendant plus de 2 mois, nous prenons la décision de lancer le projet trippez. Une ambition : faciliter la location de matériel de sport entre particuliers.

Depuis combien de temps avez-vous commencé ce projet ?

C'est en janvier 2021 que nous nous sommes tapés dans la main. Nous, c'est Benoît, triathlète et Alexandre, amoureux de randonnées. Nous sommes deux passionnés de sport, en quête de nouveautés et de challenge. Depuis notre plus jeune âge, nous sillonnons la France et les pays du Monde à vélo, en marchant, en courant ou en randonnée. Deux points nous caractérisent, une énergie débordante et un engagement fort dans les actions que nous entreprenons.

LE BUSINESS MODEL**Quel est votre cœur de cible ?**

Le site internet trippez est destiné à :

- Tout sportif possédant du matériel de sport,
- Toute personne souhaitant découvrir, tester ou pratiquer un nouveau sport.

Nous nous adressons à toute personne de 7 à 77 ans ... enfin 99 ans même !

Comment allez-vous vous faire connaître de vos clients ?

Nous communiquons sur les réseaux sociaux directement auprès de notre communauté. Nos prescripteurs tels que nos partenaires, associations sportives et ambassadeurs font connaître les valeurs et missions de trippez.

Trippez, c'est un site collaboratif de location de matériel de sport qui te permet de découvrir de nouveaux sports et de pratiquer du sport à moindre frais

Quel est le business model Comment gagnez-vous de l'argent ?

Nous nous rémunérons par le biais de commissions sur les locations. Le service est 100% gratuit pour les propriétaires de matériel de sport.

LES AVANTAGES DE LA STARTUP**Qui sont vos principaux concurrents ? (Si si, il y a toujours un concurrent)**

Être plusieurs sur ce marché ne peut que mieux nous challenger ! C'est signe que les Français pratiquent de plus en plus d'activités sportives. Plusieurs acteurs sont présents, qu'ils soient mono-produit ou multiproduits.

Quels sont vos avantages par rapport à vos concurrents (vous avez le droit à un joker pour cette question)

Nous apportons de la sérénité avec des profils validés de notre communauté, des avis certifiés et un accompagnement de l'équipe trippez. Un paiement sécurisé et un système de caution non encaissée, non bloquée et avec un service de recouvrement à l'amiable sont intégrés.

En quoi vous démarquez vous de vos concurrents ?

Nous ne sommes pas seuls dans cette aventure, c'est ce qui nous démarque fortement. Nous nous entourons d'une communauté de sportifs : ambassadeurs trippez, clubs et associations sportives et partenaires du secteur du sport ! En résumé, c'est tout un écosystème qui coconstruit le site internet trippez pour le faire grandir de jour en jour.

L'utilisateur de la communauté trippez devient privilégié grâce à un système de récompenses. En mettant à louer son matériel de sport, il profite d'offres chez nos partenaires écoresponsables : lieux de pratique, nutrition, équipementiers de sport ... Trippez est au cœur de l'écosystème sportif de demain.

ET DEMAIN ?

Quels sont les plans pour votre startup (revente, Ipo, rien du tout) ?

Benoît et moi-même avons pour souhait de faire grandir trippez quelques années pour ne pas dire quelques dizaines d'années. En tant que sportifs, ce projet nous tient à cœur. Nous avons plein d'idées notées sur papier. On ne vous dit pas dans quel tiroir se cache le carnet !

Quels sont vos besoins ?

Nous sommes à la recherche de compétences humaines sur la partie développement IT pour accompagner l'équipe trippez. Pour y parvenir, nous sollicitons dès aujourd'hui nos partenaires financiers. Nous faisons connaître notre projet, nos convictions et les valeurs de trippez.

Où voyez-vous votre startup dans un an ?

Dans un an, nous serons implantés très fortement dans 10 grandes villes françaises. Dès maintenant vous pouvez nous dire sur trippez dans quelle ville vous souhaitez qu'on arrive rapidement.

ANNEXE 5 : VOICI TRIPPEZ, LA PREMIÈRE PLATEFORME DE LOCATION DE MATÉRIEL DE SPORT ENTRE PARTICULIERS

Par [Ludovic Robet](https://actu.fr/nouvelle-aquitaine), le 14 Oct 21, <https://actu.fr/nouvelle-aquitaine>

Alexandre et Benoît, professionnels du sport à Pau, créent Trippez, une plateforme de location de matériel entre particuliers.



Benoît Tauty et Alexandre Plougonven, sportifs accomplis, anciens de chez Decathlon et créateurs de Trippez, le site de location de matériel de sport entre particuliers. (©Trippez). Trippez, nouveau site de location de matériel de sport, débarque sur Internet, depuis Pau. Dorénavant, vélos, planches de surf, raquettes, skis, remorques, tentes et autres n'auront plus de raison de prendre la poussière dans votre garage : vous pouvez les louer. Et sans risque.

Il se vend aujourd'hui près de 200 millions d'articles de sport chaque année. Et, autant ne pas se leurrer : la plupart ne sert pas plus d'une dizaine de fois, avant d'encombrer un coin de placard. Deux Palois ont trouvé comment tirer parti de ce matériel et en faire profiter d'autres utilisateurs.

Rendre le sport accessible à tous

“Tout matériel qui n'est pas utilisé plus d'un jour sur deux a sa place sur Trippez”, estime Alexandre Plougonven, co-fondateur du site.

A une époque où on est sans cesse encouragé à acheter et consommer toujours plus, Trippez permet ainsi à chacune et chacun de pratiquer le sport de façon plus respectueuse de la planète, tout en lui donnant l'occasion de se reconnecter davantage à la nature.

Les deux startupez, Alexandre Plougonven et Benoît Tauty, sont des pratiquants de plusieurs disciplines. Tous deux sont passés par l'enseigne Decathlon : les articles de sport et la relation client n'ont pas de secret pour eux. Ils ont eu l'idée de Trippez en échangeant sur leurs expériences et leurs galères.

En finir avec la surconsommation

Le projet vise à limiter la surconsommation, mais aussi à inciter les acheteurs de matériel à investir dans des produits de qualité, plus durables et fabriqués en France ou en Europe.



N'emportez plus votre vélo à l'autre bout de la France, louez-en un là où vous en ferez. (©Tripez) « Certes, c'est plus cher, mais la location permet de rentabiliser l'achat d'articles plus performants et souvent plus robustes. » Tout le monde y gagne dès lors : le loueur et le locataire.

Pour découvrir de nouveaux sports

La location est aussi une solution pour ceux qui pratiquent leur discipline loin de chez eux. Plus besoin de trimballer de tente, ni de vélo et encore moins de kayak, dans une voiture déjà surchargée. Avec Tripez, tout pourra se trouver sur place.

D'ici la fin de l'année 2021, le site proposera un service d'assurance contre la casse et le vol, à travers un partenariat en cours d'élaboration. Les deux amis ont contacté deux compagnies nationales et ils attendent leurs propositions.

«Après quelques mois de test, Tripez a déjà convaincu pas loin de 500 utilisateurs et les premiers retours sont très positifs», estime Alexandre. Les startupeurs doivent créer une communauté autour de leur idée, à travers les réseaux et, bientôt, un blog.

Recruter des prescripteurs

« Pour ça, on est entré en relation avec des fédérations sportives, afin qu'ils fassent la promotion de cette solution, pour tester du matériel, ou simplement découvrir leur discipline. Nous sommes aussi en contact avec les professionnels du tourisme, pour qui ce genre de service est aussi un facteur d'attractivité » explique le créateur d'entreprise.

Tripez cherche aussi à convaincre les détaillants de matériel de sport à devenir prescripteur : *« L'intérêt pour eux, c'est de parvenir à vendre du matériel plus haut-de-gamme à leurs clients, qui eux, pourront rentabiliser ce qui devient dès lors un investissement. »*

D'autres sites existent pour la location de matériel de sport, mais aucun n'est vraiment spécialisé dans la mise en relation entre particuliers. *« Il en existe notamment un qui réunit surtout des professionnels de la location. D'autres sont spécialisés dans des disciplines. Tripez est véritablement le premier dans son genre. »*

ANNEXE 6 : TRIPPEZ LA PLATEFORME QUI FACILITE L'ACCÈS AU MATÉRIEL DE SPORT ENTRE PARTICULIERS

Par David Savary, le 31/08/2021, [tps://www.sport-et-tourisme.fr](https://www.sport-et-tourisme.fr)

Jeune start-up paloise (Pyrénées-Atlantiques), Tripez donne depuis cet été la possibilité aux particuliers de déposer des annonces pour louer leur matériel de sport. Une initiative d'intérêt lorsqu'on sait que ce matériel demeure très peu utilisé tout au long de l'année.



Alexandre Plougonven et Benoit Tauty, co-fondateurs de la plateforme Trippez. Anciens de chez [Decathlon](#), passionnés de sport outdoor, Alexandre Plougonven et Benoit Tauty ont appris à se connaître durant cinq ans pour mieux se fédérer autour d'une idée : « *Proposer le meilleur outil pour faciliter les échanges entre particuliers et promouvoir les bienfaits du sport et des activités outdoor* ».

Mobilisés à 100% sur leur projet depuis le début de l'année, Benoît le triathlète et Alexandre le spécialiste de la rando et du trail ont donc lancé la plateforme collaborative [Trippez](#) le 10 juillet dernier. Le nom de la start-up n'est bien sûr pas neutre. « *Si la partie trip implique la notion de voyage, de plaisir et de liberté, le fait de conjuguer le verbe tripper induit aussi l'idée de partage et de communauté* » résume Alexandre Plougonven par ailleurs convaincu que la crise sanitaire que nous traversons constitue « une force ». « *Au cours de cette période difficile, les gens ont retrouvé les valeurs d'entraide et de partage. Ce n'est pas pour rien que des interfaces comme AlloVoisins ou Le Bon Coin ont explosé* » souligne le dirigeant.

Du matériel qui dort dans nos placards et nos garages

Si la [plateforme LinkNsport](#) fondée par Sophie Fehringer s'attache à mettre en relation acheteurs et vendeurs de matériel sportif, Trippez se positionne sur le créneau de la location en permettant au particulier d'accéder à du matériel de sport de qualité à moindre coût. Cela lui évite également des achats peu rentabilisés et les problèmes de stockage qui vont avec. « *Il existe beaucoup de matériel qui dort dans nos garages et nos placards. À quoi bon acheter une tente qui ne sera utilisée que 7 nuits en moyenne sur 365 jours annuels* » explique le co-fondateur.



Rapidité, proximité, confiance et sécurité, socle de la (future) réussite de Trippez. Sur Trippez, tous les types de matériels peuvent être mis en location à condition qu'ils aient un lien avec l'activité sportive et plus particulièrement le sport outdoor. Trois grandes typologies de produits sont actuellement mises en avant : la randonnée via les sacs à dos de trek, les duvets ou les tentes ; le vélo avec notamment les remorques, porte-vélo, porte-bébé... ; et les sports de glisse tels que le paddle, le kayak et le surf. À l'approche de l'hiver, ce sont les activités en lien avec le ski qui auront la part belle sur le site.

« *La logique, indique Alexandre Plougonven, c'est que tout matériel de sport qui n'est pas utilisé un jour sur deux par son propriétaire se retrouve sur notre plateforme* ». Alors que le dépôt et la recherche d'une annonce sur mobile ou sur ordinateur s'effectue en quelques clics, Trippez prend une commission de 20% sur chaque transaction, ne serait-ce que pour « *couvrir la solution de paiement et caution en ligne sécurisés* ». Afin d'attirer un plus grand nombre d'utilisateurs, la plateforme d'ici la fin octobre devrait proposer une solution freemium avec la possibilité pour loueur et utilisateur de faire directement entre eux la transaction en espèces. Si le bénéficiaire n'avait pas de commission à version, il ne pourrait toutefois pas profiter du système de paiement en ligne, ni du système de caution.

Souhaitant justement aller encore plus loin qu'un simple système de caution, Trippez travaille avec AXA Assurances sur une garantie casse et vol. « Pour un ou deux euros de plus, c'est par

Souhaitant justement aller encore plus loin qu'un simple système de caution, Trippez travaille avec AXA Assurances sur une garantie casse et vol. « Pour un ou deux euros de plus, c'est par

exemple la garantie d'avoir le dérailleur de son vélo remboursé si celui-ci connaît un problème » argumente Alexandre Plougouven. Un vrai plus !

10 000 produits sur la plateforme d'ici la fin de l'année

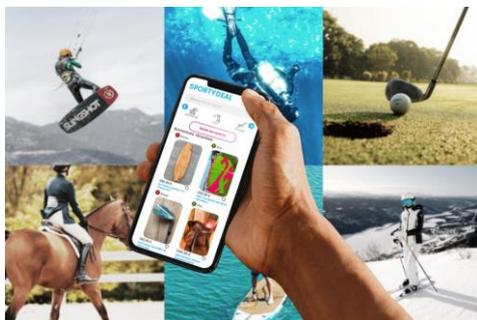
Un mois et demi après son lancement, Trippez recense plus de 420 produits disponibles sur son site. « *L'objectif est d'en avoir 10 000 d'ici la fin de l'année* » affirme son co-fondateur. Pour y parvenir, il faut convaincre pas tant ceux qui ont l'habitude de louer via d'autres sites ou réseaux, mais faire savoir aux propriétaires de matériel sportif qu'ils ont la possibilité de le mettre en location lorsque celui-ci n'est pas utilisé. « *Une communication venant d'une marque, par exemple d'opérateurs touristiques spécialisés sur le sport, serait la bienvenue* » reconnaît le dirigeant.

Autre ambition pour les années à venir, le dépôt du matériel de sport par Intelligence Artificielle. « *Vous êtes propriétaire, vous êtes dans votre garage. Vous prenez la photo de votre vélo, et automatiquement votre annonce sera mise en ligne. La marque, la couleur et l'état seront reconnus* » explique Alexandre Plougouven qui précise « *déjà œuvré sur l'Intelligence Artificielle par imagerie avec une école d'ingénieurs* ».

Créant du lien social entre sportifs passionnés, la plateforme Trippez fait œuvre utile en limitant chez l'utilisateur l'achat impulsif. Elle entend aussi créer un déclic en donnant aux gens l'envie de se mettre au sport, de découvrir et pratiquer de nouvelles activités à moindre frais. À l'image du gouvernement qui vient de lancer une campagne pour faire de la France [« une nation plus sportive »](#).

ANNEXE 7 : ENVIE DE VOUS REMETTRE AU SPORT ? VOICI QUELQUES ASTUCES POUR S'ÉQUIPER À MOINDRE PRIX

Par Julien Chaillou, le 13/09/2021, <https://www.francelive.fr/>



Petit ou grand, le début du mois de septembre marque souvent la reprise des activités sportives. Se remettre au sport commence souvent par un passage en magasin pour s'équiper ou se rééquiper. Et dans un contexte de rentrée, c'est souvent un peu rude pour le porte-monnaie. Des sociétés l'ont bien compris. Elles se sont spécialisées dans la revente d'objets d'occasion ou la location entre particuliers. Rapide tour d'horizon.

Parmi les bonnes résolutions du 1er septembre, on entend souvent "J'me remets au sport !". Le dire c'est bien, le faire c'est encore mieux, mais pour bien le faire il faut souvent investir dans du matériel. Des équipements dont le coût monte parfois très vite et très haut. Flairant le bon créneau, des startups se sont lancées dans la course aux économies.

Locations entre particuliers

Covoiturage, espace de co-working : ces dernières années, la tendance est au partage. Surfant sur cette vague, deux amis installés à Pau (Pyrénées-Atlantiques) ont lancé [Trippez](#). Leur concept : proposer une plateforme de location de matériel de sport entre particuliers.

"*C'est un acte qui permet de s'inscrire dans une économie responsable tout en rentabilisant l'investissement d'un matériel sportif qui peut s'avérer être coûteux*", argumentent Benoît et Alexandre sur le site internet de leur société. Outre l'avantage économique et écologique, le duo met en avant le relationnel qu'induit la location : "*En ouvrant nos garages et placards à nos*

voisins, nous favorisons la pratique du sport et nous participons au renforcement des liens sociaux dans nos villes."

Leur plateforme incite à l'achat d'équipements fabriqués en France. *"Ces matériels sont plus chers, c'est vrai, mais les louer permet d'amortir cet investissement"*, expliquent-ils.

La bonne occas

Les sites de vente en ligne pullulent. Il y a les généralistes de type *Leboncoin* et les plus ciblés comme *Vinted*. Lancée en janvier 2020 à Montpellier (Hérault), la startup *Sportydeal* se veut elle la spécialiste de la revente de matériels de sport. Yann Le Corre, son fondateur est un ancien windsurfeur de haut niveau.

Il a décidé de mettre en ligne un "marketplace" spécifique au sport dit "technique". Celui-ci est accessible depuis mars 2021. *"Aujourd'hui, nous avons environ 1500 annonces déposées chaque mois et près de 1000 nouvelles inscriptions mensuelles"*, se réjouit-il. Pour le moment, la gamme d'objets se restreint à quelques disciplines aquatiques (kitesurf, windsurf, surf, wakeboard), au golf et à l'équitation. Des sports dont les équipements sont souvent onéreux. L'offre devrait s'étoffer d'ici cet hiver. *"Les sports de raquette, le vélo, le cyclisme et le trail devraient être bientôt disponibles"*, précise l'ancien banquier.

Au-delà d'être un "marketplace", *Sportydeal* se veut un réseau social de revente. Pour cela, une messagerie instantanée permet des échanges directs entre les membres : *"Cela favorise la notion de conseil. Les acheteurs peuvent poser des questions sur le produit, connaître son état et décider avec les vendeurs du mode de livraison. Il n'est pas rare que les gens s'organisent pour se retrouver pour la transaction. Cela donne un vrai côté humain"*, indique Yann Le Corre.

Quant au paiement, il se fait directement via la plateforme. Un fonctionnement qui permet de suivre en temps réel la vente. *"C'est un gage de confiance"*, ajoute le Breton d'origine. Là encore, l'ambition de la startup est importante : devenir le leader français et européen de la vente de matériel de sport d'occasion.

Un comparateur pour les clubs

Outre les particuliers, les clubs sportifs doivent aussi souvent consacrer une partie de leur budget du mois de septembre à l'achat d'équipements pour leurs adhérents. Afin de les aider dans cette démarche, la startup *La Centrale du Sport* s'est lancée en 2015.

Le concept : du maillot au ballon en passant par la bagagerie et les accessoires, cette plateforme web compare à l'échelle nationale le prix des équipements. Une fois la sélection effectuée, la commande est possible depuis la plateforme. En 2020, elle comptait 22 000 utilisateurs (dont 1 600 clubs clients), 6 000 références de 100 marques et distributeurs balayant une centaine de sports différents.

"Nous n'effectuons aucune logistique. Nous sommes les intermédiaires des fournisseurs spécialisés, précise Mickaël Bardes, l'un des associés. Notre rémunération se fait via une commission sur leurs ventes. Nous avons la conviction que le sport amateur doit être aidé et c'est ce que nous faisons avec cette plateforme : les bénévoles des clubs voient leur vie simplifiée et leur budget optimisé."

Fort de son succès, en 2019, l'entreprise a développé un second axe de travail : proposer un accès négocié au sponsoring des grandes entreprises afin de permettre aux clubs de compléter leurs ressources locales.

ETAPE 2 : SAVOIR RECHERCHER LES INFORMATIONS DANS LES ANNEXES

Être capable de trouver les idées d'un texte permet de :

- Mieux comprendre un texte, un exposé ou un paragraphe,
- Faciliter la rétention de l'information,
- Mieux organiser les idées lors d'une production écrite,
- Faciliter la cohérence d'un texte.

Travail à faire :

7. Identifiez, dans l'annexe 8, les notions étudiées en TSTMG et relatives au Management, Sciences de Gestion et du Numérique (MSDGN). Proposez pour chaque concept une définition.
8. Retrouvez les idées principales et secondaires du document annexe 6.
9. Corrigez les fautes d'orthographe du texte donné en annexe 9.
10. Dans les marges du document en annexe 10, traduire les idées implicites et explicites en concepts clés de MSDGN.

ANNEXE 8 : [ETUDE] LEVÉE DE FONDS, CA, TECHNOLOGIES ... OÙ EN EST LA SPORT TECH FRANÇAISE ?

Alice Vitard, le 13/06/2020, <https://www.usine-digitale.fr>

Filière souvent méconnue, la sport tech française connaît pourtant depuis quelques années un réel engouement. La France regroupe 10% des start-up spécialisées dans le sport juste après le Royaume-Uni, leader en Europe. Mais les Etats-Unis sont encore largement en tête. Les JO 2024 changeront-ils la donne ?

Le cabinet de conseils Rolland Berger et le collectif SporTech, qui réunit les principales start-up françaises du sport, ont publié une étude le 8 juillet afin de dresser un panorama de la sport tech. Les start-up de cette filière se regroupent en trois catégories : amateur, professionnel et fan. Quatre grands enseignements ressortent de cette analyse.

FABRICATION D'UNE FILIÈRE INDUSTRIELLE DE LA SPORT TECH

"Nous assistons à la fabrication d'une filière industrielle de la sport tech. C'est un phénomène mondial qui est le résultat de deux grandes transformations", explique en introduction Nicolas Teisseyre, senior partner au sein de Rolland Berger. La première est la transformation de l'industrie du sport qui représente 500 milliards de dollars de revenus à l'échelle mondiale. La seconde est liée à l'industrie des technologies qui se développe très fortement, représentant 5000 milliards de dollars dans le monde. "Nous sommes face à un phénomène d'ampleur qui est la création d'une nouvelle industrie", poursuit Nicolas Teisseyre.

Cette dynamique est perceptible à l'échelle française. En effet, la France regroupe 10% des sportechs européennes avec environ 150 start-up, soit 3% à l'échelle mondiale. "L'étude donne à voir un écosystème dont nous n'étions pas forcément conscients", note Cédric O, secrétaire d'Etat chargé du numérique, invité lors de la présentation des résultats de l'étude.

La plupart de ces jeunes pousses sont rassemblées au sein du collectif French SporTech créé en 2019. Pour en faire partie, il faut respecter un certain nombre de conditions : chiffre d'affaires, locaux situés en France, levée de fonds... Ses membres touchent des domaines variés : outils de captation de données et d'analyse, coaching personnalisé, mesure de la performance, prévention des blessures, organisation dans les clubs sportifs, équipements connectés...

UNE CROISSANCE DE 42 % ENTRE 2011 ET 2018

Ainsi, tous les segments – amateurs, professionnels et fans – de la sport tech française sont en forte croissance : + 42% par an entre 2011 et 2018, tirés principalement par le segment professionnel. *"Le segment pro représente les entreprises qui ont le plus gros chiffre d'affaires cumulé avec un chiffre d'affaires moyen supérieur à 2 millions d'euros, commente Nicolas Teisseyre. Cela s'explique par la nécessité de moderniser la plupart des organisations sportives avec des équipements technologies et par la recherche de performance dans le haut niveau."* En cumulé, le marché de la sport tech représente 1,5 et 2 milliards d'euros en France.

Dans le détail, 18 start-up réalisent un chiffre d'affaires annuel de plus d'un million d'euros, parmi lesquelles Gymlib qui propose des offres de sport pour les salariés, Sporteasy pour la gestion des équipes pour les clubs, McLloyd spécialisé dans les trackers mesurant la performance...

DES LEVÉES ASSEZ MODESTES

En tout, ce sont déjà plus de 200 millions d'euros qui ont été levés. *"Nous avons un centre de gravité des levées qui est autour de 1 à 3 millions en France avec beaucoup d'entreprises qui lèvent sous la barre des 1 million. Les deals sont assez petits si on compare aux perspectives de création de valeur sur ce marché et de sa taille"*, analyse Nicolas Teisseyre. Le décalage entre la taille du marché et les levées de fonds serait en partie dû au *"manque de lisibilité"* de la filière. *"Cet aspect évolue très rapidement"*, poursuit-il.

Mais pour appréhender cette filière, il faut la comparer à l'échelle internationale. Sans grande surprise, l'essentiel des licornes est côté Etats-Unis. *"Si nous prenons le top 10 mondial des start-up sur la levée de fonds ou les rachats, il y a 8 entreprises américaines, 2 chinoises et une indienne"*, révèle Nicolas Teisseyre. Parmi les grosses valorisations, on trouve majoritairement des start-up dans le fitness comme iFit qui propose des programmes sportifs personnalisés.

EN EUROPE, LE ROYAUME-UNI FAIT FIGURE DE LEADER

La capitalisation de la filière est 4 à 5 fois inférieure en Europe qu'aux Etats-Unis, l'Europe étant simulée par le Royaume-Uni qui comporte le plus de start-up dans le domaine de la sport tech avec 455 millions d'euros investis depuis 2015. La France se positionne en deuxième position avec 245 millions d'euros investis depuis 2015, après avoir dépassé l'Allemagne cette année.

Concernant les villes, Londres est leader en nombre de start-up. *"L'Europe pâtit d'une culture sportive probablement moins développée que les Etats-Unis ainsi que d'une moindre culture technologique"*, explique Nicolas Teisseyre.

Tout n'est donc pas encore gagné. L'étude propose plusieurs leviers d'action : unifier le paysage du secteur, accroître la notoriété de la sport tech à l'égard du public pour attirer tous les segments de l'industrie du sport. *"L'échéance des Jeux Olympiques 2024 est le gros levier sur lequel les start-up doivent s'appuyer"*, ajoute le secrétaire d'Etat Cédric O. Célébré en France, cet événement sportif sera effectivement une période propice pour montrer la force de frappe de la french sport tech et peut être réussir à rivaliser avec les Etats-Unis.

ANNEXE 9 : 6 START-UPS QUI ENCOURAGENT À ENFILER SA PAIRE DE BASKETS

Le 11/02/2022, <https://www.maddynews.com/>

	<p>S'il est parfois difficile de se motiver pour se lancer dans une activité sportive, certaines startups tiennent peut-être les bons arguments. Voici une liste non exhaustive de jeunes pousses qui aide à se mettre au sport.</p> <p>Fit immersion</p> <p>Pour allier pratique sportive et activité ludique, Fit Immersion propose une solution d'entraînement inodore en réalité virtuelle. Que ce soit pour pratiquer chez soi ou en salle de sport, la startup propose un kit – casque et scénario d'immersion – qui téléportent les cyclistes entre quatre murs dans les gorges du Tarn, en Camargue, sous le viaduc de Millau, à Moscou, en Irlande, et même sur la Lune. De quoi passer le temps tout en pédalant.</p> <p>GoMyPartner</p> <p>Pratiquer une activité physique ou inscrire ses enfants au sport qu'ils désirent représente un budget pour les foyers. GoMyPartner développe une solution pour limiter ses dépenses. Positionnée sur la méthode de cashback – technique marketing consistant à offrir des réductions après l'achat, avec un remboursement effectué au consommateur –, l'application permet de financer une partie de ses activités sportives grâce à ces achats du quotidien.</p> <p>En faisant des achats parmi les 3 500 boutiques partenaires de la startup – parmi lesquelles Carrefour Market, Dora, Atol, SFR ou Yves Rocher –, les clients accumulent des euros sur leur cagnotte, qu'ils peuvent dépenser pour rembourser leurs frais sportifs. GoMyPartner affirme ainsi permettre aux utilisateurs de cumuler 240 euros par an.</p>	
--	---	--

ANNEXE 10 : A LA TRAINÉ DANS LA “SPORTS TECH”, LA FRANCE ACCÉLÈRE EN VUE DES JO DE PARIS 2024

	<p><i>Arthur Le Denn, le 09/07/2019, https://www.usine-digitale.fr/</i></p> <p>La France a pris du retard dans l'exploitation des données en matière de sport. L'écosystème numérique se développe néanmoins, et les ambitions sont grandes</p>	
--	--	--

	<p>alors que les Jeux olympiques de Paris 2024 se profilent à l'horizon. Objectif tricolore, dans un contexte européen : égaliser, à terme, les Anglo-Saxons dans le domaine de la "Sports Tech".</p> <p>La France attire les grands événements sportifs. Coupe du monde féminine de football en 2019, coupe du monde masculine de rugby en 2023... et Jeux olympiques d'été en 2024, bien sûr. Pourtant, les start-up de la "Sports Tech" ont eu du mal à prendre leur essor au sein de l'écosystème numérique tricolore. "La faute à un manque de données disponibles", explique à L'Usine Digitale Arthur Leroy, doctorant à l'université Paris-Descartes et à l'Institut national du sport, de l'expertise et de la performance (Insep). La faute aussi à une culture sportive dans laquelle la technologie n'a toujours pas trouvé sa place.</p> <p>LA "SPORTS TECH" EN PLEINE EXPANSION</p> <p>Mais à quoi cette absence de donnée est-elle due ? <i>"Il s'agit davantage d'un problème d'ordre technique que législatif"</i>, estime Arthur Leroy, qui élabore actuellement une thèse au sujet de l'apprentissage statistique appliqué au sport de haut niveau. En clair, la France ne compterait pas assez d'informaticiens pour compiler des données de matches ou autres performances sportives. Cela l'aurait conduite à encaisser un retard important, face à des pays anglo-saxons qui en ont pris le tournant dès le début des années 1990.</p> <p>Pour autant, les clubs sportifs français, qui y voient un intérêt économique, se saisissent de plus en plus de la data. Le Paris Saint-Germain, en partenariat avec l'Ecole polytechnique, a par exemple organisé un hackathon au printemps 2019 dans le but de recruter un analyste. L'écosystème numérique tricolore, porté par ces grandes compétitions à venir, tend à s'emparer de la thématique. Le tournoi de tennis de Roland-Garros a entamé sa mue digitale, au travers d'un partenariat avec Infosys. La communauté French Tech Grand Reims</p>	
--	--	--

	<p>cherche, entre autres, à développer la filière. Selon SportsTechX, les villes de Paris et de Montpellier ont concentré une grande partie des investissements dans le domaine en 2018, avec 16,5 et 12,3 millions d'euros respectivement.</p> <p>Ces sommes, qui demeurent bien en-deçà d'autres mastodontes européens tels que Londres (99,5 M€) et Munich (63,5 M€) notamment, sont encourageantes. <i>"L'objectif des Jeux olympiques de 2024 à Paris me paraît un peu juste pour rattraper notre retard, souligne Arthur Leroy, qui suggère la possibilité d'un recueil automatique de données via les licences sportives. Mais le travail en cours portera certainement ses fruits à long terme, par exemple à Los Angeles en 2028."</i> En Europe, les investissements ont progressé de 27,4 % entre 2017 et 2018 (285,6 contre 363,9 M€). De quoi présager, à terme, un rééquilibrage avec les Etats-Unis.</p>	
--	---	--

ETAPE 3 : AUTOUR DES CAS

Sous-étape 1 : Comprendre un contexte

Le contexte correspond à l'ensemble des informations qui caractérisent un projet et lui donnent de la profondeur. Il peut s'agir de l'histoire et de l'origine du cas, d'informations sur le contexte réglementaire, culturel, économique, concurrentiel et social dans lequel évoluent les entreprises.

Bien connaître le contexte permet de :

- Mieux comprendre les leviers et les freins du contexte,
- D'identifier les risques encourus dans ce contexte,
- Identifier les parties prenantes et les concurrents à prendre en compte,
- Etc.

Travail à faire :

11. Présenter l'écosystème de la Sport Tech.
12. Présenter les enjeux de la Sport Tech.

ANNEXE 12 : QU'EST-CE QUE LA SPORT TECH ?

<https://crealogic-tn.fr/>

Les startups de l'univers de la SportTech mettent les dernières évolutions technologiques au service du sport, et exploitent donc toutes les avancées techniques réalisées aussi bien par exemple dans l'industrie aéronautique que dans l'ingénierie informatique, ou bien dans la recherche médicale et scientifique que dans le multimédia et l'imagerie.

Ainsi, la SportTech rassemble des pôles de compétences très divers et se propose d'imaginer et de concevoir des équipements novateurs spécifiquement destinés aux amateurs et aux professionnels de toutes les disciplines sportives : football, rugby, natation, judo, tennis, escrime, glisse et activités aquatiques, nautisme, gymnastique, danse, randonnée, running, automobile, moto, rallye, etc.

Sport Tech : utiliser le progrès technologique pour moderniser le sport

Les startups de la SportTech explorent donc des sujets variés tels que la fabrication de nouveaux matériaux, les textiles innovants, les objets connectés, le marketing digital, la réalité augmentée, l'intelligence artificielle, la robotisation, la santé et le bien-être, la MedTech, le développement durable, la défense de l'environnement ou la mise en valeur des territoires.

Capteurs qui mesurent la fréquence cardiaque, le temps et les distances, analyse de la force, de la vitesse, de la réactivité, caméras Go Pro, casque audio, Bluetooth, applications smartphone pour accéder en live ou en replay aux actions, tous ces accessoires plaisent évidemment aux fans ainsi qu'à tous les sportifs, et viennent véritablement révolutionner la pratique du sport.

Les startups de la SportTech développent ainsi de plus en plus de produits à destination des arbitres, des entraîneurs, des médecins, des coaches et des préparateurs, des journalistes, des organisateurs de manifestations sportives, des spectateurs et de tous ceux qui font de l'exercice et veulent s'entraîner.

La SportTech : faire du digital un allié pour le sport

Des innovations réservées aux participants des courses, des matchs, des compétitions, des championnats, des tournois, et des personnes qui assurent une fonction ou exercent un métier en rapport avec l'éducation physique et sportive, ou alors simplement, ceux qui veulent garder la forme.

Les ingénieurs de l'écosystème startup Sport Tech sont donc les concepteurs d'un matériel high-tech qui répond particulièrement aux attentes des grandes marques, des distributeurs, des magasins de sport, des collectivités, des clubs sportifs et de tous les supporters. Les sportifs de haut niveau sont également friands d'innovation technologiques.

Les startups de la filière SportTech sont de ce fait nombreuses en France à recevoir des financements privilégiés, et elles bénéficient toutes d'un accès réservé à des espaces de coworking au sein d'incubateurs et d'accélérateurs de compétitivité, ou bien de tremplins et de campus dédiés.

ANNEXE 13 : LA "SPORTS TECH", UN ECOSYSTÈME EN CROISSANCE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

Par Lena Corot, le 10/02/2022, <https://www.usine-digitale.fr/>

La sport tech est un secteur qui gagne en notoriété que ce soit via les applications qui permettent de faire du sport à distance ou des solutions tournées vers le divertissement, les paris et les compétitions en ligne. Ce secteur est en croissance en France et plus globalement à l'échelle mondiale, selon une étude réalisée par le cabinet Roland-Berger pour le collectif French SporTech. En France, le secteur est largement porté par Sorare et son application qui permet de composer son équipe de foot via l'achat de cartes joueurs sous la forme de NFT.

La sport tech est un écosystème en effervescence. Ce secteur connaît une croissance à l'échelle mondiale avec des investissements qui ont augmenté de 360% depuis 2017 pour s'établir à 27,3

milliards de dollars en 2021. Il est largement porté par le numérique et le fitness connecté, les NFT, et les paris et sports en ligne, rapporte une étude réalisée par Roland Berger pour le collectif French SporTech qui réunit les start-up françaises du sport. 11 nouvelles licornes dans la sport tech ont vu le jour en 2021, dont 3 en Europe et 1 en France : Sorare.

BOOM DU SPORT À DISTANCE

Surtout, le secteur n'a pas été affecté négativement par le Covid-19. En France, seulement 4 start-up ont fait faillite durant cette période et 21 nouvelles jeunes pousses ont vu le jour, principalement dans le secteur du sport amateur. Les applications pour faire du sport à distance ont été plébiscitées durant cette période : 105 start-up dans le fitness connecté ont été recensées à travers le monde en 2021 et elles ont levé un total de 3,4 milliards de dollars.

Au-delà du sport à la maison, des start-up proposent également des solutions afin de favoriser le sport au travail. Par exemple, Gymlib propose un abonnement sport et bien-être pour les salariés donnant accès à plus de 4000 installations sportives. Les start-up peuvent également proposer des cours de Pilate ou de yoga à distance. Des solutions qui peuvent être poussées par les gouvernements. En France, le Sénat a voté un amendement en novembre 2020 "*pour favoriser la pratique du sport en entreprise et ne plus le considérer comme un avantage en nature*", rappelle l'étude réalisée par Roland Berger.

L'ÉCOSYSTÈME FRANÇAIS PORTÉ PAR SORARE

L'écosystème de la sport tech dans l'Hexagone a été divisé en trois catégories par le cabinet Roland Berger : amateur, pro et fan. Ce dernier segment est le seul à compter une licorne avec Sorare qui a réalisé la plus importante levée de fonds de la French Tech en 2021 avec 680 millions d'euros. La start-up a mis au point une application assez ludique permet de composer son équipe de foot via l'achat de cartes de joueurs sous la forme de NFT. Toutefois, le segment le plus dynamique est celui des start-up dans le segment amateur avec un nombre important de jeunes pousses dont Spacefoot, Sportheroes et Gymlib.

En 2021, la France est le quatrième pays en termes de financement de ce secteur, derrière les Etats-Unis, l'Inde et le Canada. 39 start-up ont un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1 million d'euros et 4 ont levé plus de 5 millions d'euros depuis 2020. Au final, ce secteur est largement porté par Sorare en 2021 puisque, après sa levée de fonds, suivent celles de Colizey (8 millions d'euros), Sporteasy (5 millions d'euros) et Cyclofix (5 millions d'euros).

ET APRÈS ?

Trois tendances ont été identifiées en 2021 par le cabinet Roland Berger : le fitness connecté, le sport au travail, les NFT et le Fantasy sport. Ces tendances seront "*les principaux moteurs du développement de l'industrie de la sport tech*". En France, l'écosystème de la sport tech devrait lever plus de 49 millions d'euros d'ici 2023, notamment du côté du segment amateur. Une bonne dynamique qui devrait se poursuivre. Surtout que le sport va être mis en lumière avec les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024.

Sous-étape 2 : Savoir exploiter un tableau ou un graphique

<https://tf1pub.fr/>

89 % des répondants estiment qu'il a le pouvoir de réunir toutes les cultures, toutes les générations et pour 88 % de faire vivre des grands moments d'émotions collectives. Il est perçu également comme un moteur d'inclusion au sein de la société, 87 % estiment que le sport est un levier important pour créer de la mixité sociale. Des items qui bénéficient aux marques qui s'associent aux retransmissions des grandes compétitions, avec annonceurs perçus comme "Dynamiques", dans "l'air du temps" pour 64 % des sondés et des marques qui favorisent la

cohésion nationale pour 53 % d’entre elles. Ce sondage nous dévoile par ailleurs l’évolution des grandes disciplines féminines et la volonté de les voir davantage en lumière, 91% déclarent que les médias ont un rôle important à jouer dans la visibilité du sport féminin. Les Français restent très attachés à partager les retransmissions sportives : 65% des répondants préfèrent regarder les grandes compétitions sportives en famille.

Travail à faire :

13. *A partir de l’annexe 14, dégager les tendances en matière de pratique sportive.*

14. *Pour aller plus loin, A partir de l’annexe 15 et sans tenir compte des chômeurs, dégager les tendances en matière d’univers sportifs pratiqués par les actifs occupés (à ne pas faire cet été).*

Pour cette question, utilisez les fiches méthodes numéro 3 et 4.

ANNEXE 14 : 2022 : 43% DES FRANÇAIS ONT PRIS LA RÉOLUTION DE FAIRE PLUS DE SPORT

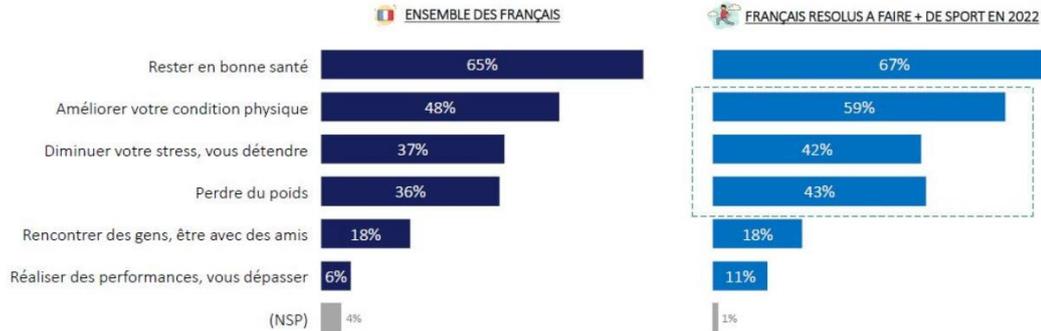
Par Grégory Fortune, le 09/01/2022, <https://www.rtl.fr/>



Motivations pour faire du sport en 2022



En 2022, quelles seront, parmi les suivantes, vos principales motivations pour faire du sport ?



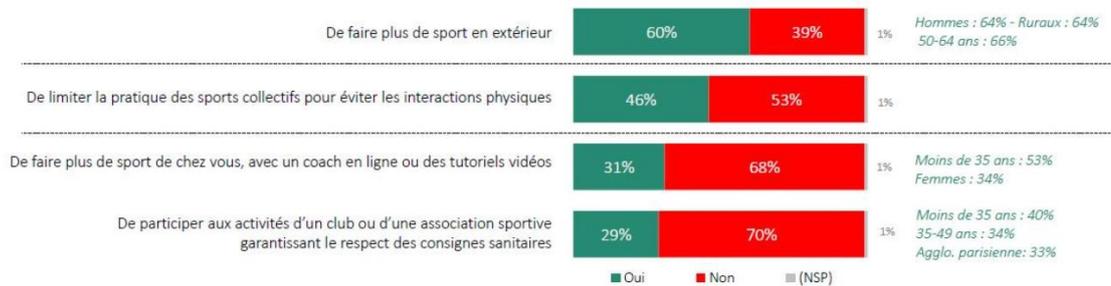
Le total est supérieur à 100 car plusieurs réponses pouvaient être choisies



Impact de la crise sanitaire sur la pratique sportive

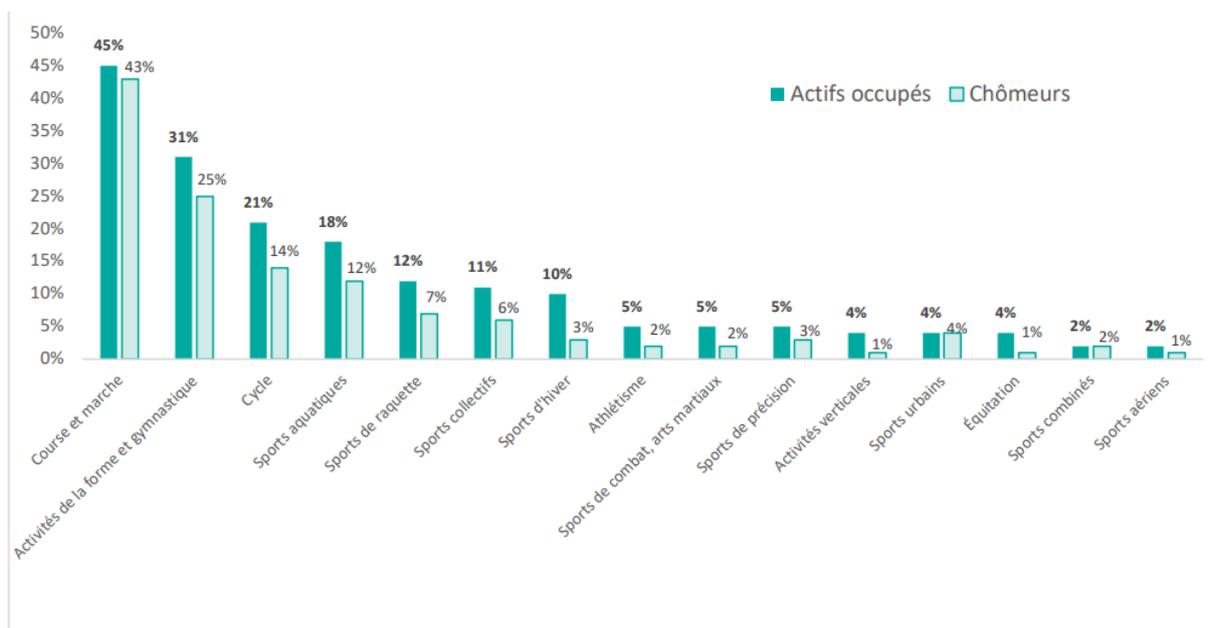


Pour faire du sport dans les prochains mois, dans le contexte de crise sanitaire, avez-vous l'intention... ?



ANNEXE 15 : CLASSEMENT DES UNIVERS SPORTIFS PRATIQUÉS PAR LES ACTIFS OCCUPÉS ET LES ACTIFS EN RECHERCHE D'EMPLOI

Extrait de Baromètre Sport 2020, <https://medias.vie-publique.fr/>



Source : INJEP, ministère des sports, CRÉDOC : Baromètre national des pratiques sportives, 2020.

Champ : ensemble des actifs.

Lecture : en 2020, 45 % des actifs occupés pratiquent au moins une discipline de l'univers course et marche, + 2 points par rapport aux chômeurs.

Sous-étape 3 : Se construire une culture managériale

Définition : La **culture managériale** désigne l'ensemble des techniques d'organisation des ressources mises en œuvre pour l'administration d'une structure donnée au fil des années. C'est aussi « l'ensemble des éléments particuliers qui expliquent les bases du fonctionnement d'une organisation »¹.

Il s'agit de faire des pratiques, des traditions ou des particularités. Cela se traduit par une gestion optimale des ressources disponibles afin d'obtenir une performance satisfaisante.

La culture managériale consiste donc à prévoir les buts et les moyens, à organiser les moyens et les méthodes permettant d'atteindre les objectifs fixés, à commander ou à prendre des décisions et à donner des directives, à coordonner les actions et les fonctions, à contrôler les actions menées et à comparer les résultats aux objectifs².

De plus, la culture managériale désigne également les méthodes de gestion avec lesquelles les promoteurs ou l'équipe de direction influencent les bénéficiaires et leurs collaborateurs en favorisant leur implication dans la réussite du projet ou en suscitant, par une gestion opaque et trop centralisée leur désintéressement qui ne peut que précariser le projet.

Travail à faire :

15. Rappelez les principes de la culture managériale.

16. Identifiez les différentes façons de se construire une culture managériale.

Sous-étape 4 : Appréhender les concepts de base des Sciences de Gestion

<https://apprendre-gestion.com>

Définition : **La science de la gestion** est une étude interdisciplinaire qui implique et aide à la prise de décision et à la résolution de problèmes dans les organisations humaines.

Elle s'avère avoir des liens solides avec de multiples volets tels que l'économie, la gestion, l'ingénierie, le conseil aux entreprises, etc.

La science de la gestion est connue pour utiliser plusieurs principes scientifiques et fondés sur la recherche et des méthodes analytiques qui incluent, sans s'y limiter, des algorithmes d'apprentissage statistique et une modélisation mathématique qui aideront à améliorer la capacité d'une organisation à résoudre des problèmes complexes et à prendre une décision rationnelle.

Travail à faire :

1) Présentez les concepts mercatiques de base (annexe 16).

2) Expliquez pourquoi il faut manager le système d'information (annexe 17).

3) Présentez la logique comptable (annexe 18).

4) Présentez les notions de base de la gestion des ressources humaines (annexe 19).

ANNEXE 16 : LE MARKETING APPLIQUE A LA SALSA

<https://www.youtube.com/watch?v=HMgOzpMROfs>

¹ Henri FAYOL, *Administration Industrielle et Générale*, Dunod, Paris, 2^e Edition, 1999, pp 48-121.

² Christian THUDEROZ, *Histoire et sociologie du management : doctrine, texte, études de cas*, Presse Polytechnique et Universitaires Romanes, 2007, p. 250.

**ANNEXE 17 : SYSTEME D'INFORMATION : LA QUESTION CRUCIALE DU
MANAGEMENT (MARC BIDAN)**

<https://www.youtube.com/watch?v=DXXBqwjFxD8>

ANNEXE 18 : LES BASES DE LA COMPTABILITE GENERALE

<https://www.youtube.com/watch?v=NIRc6VjYBIc>

ANNEXE 19 : LES NOTIONS DE BASE DE LA GRH

<https://www.youtube.com/watch?v=YeEBk5nmYNo>