|  |
| --- |
| **TOPSPORTIF** |
| Etude du marché belge |
| BE MARKETING |
|  |
| **Rajae KRIMI** |
| **31/03/2016** |

|  |
| --- |
|  |

**Encadré par :** **Réalisé par :**

Mr. Jihad TANIOS Mlle. Rajae KRIMI

Table des matières

[1. Introduction 2](#_Toc446614078)

[2. Présentation de l’entreprise 3](#_Toc446614079)

[3. Etude du marché belge 3](#_Toc446614080)

[3.1 Problématique : 3](#_Toc446614081)

[3.2 Planning 4](#_Toc446614082)

[3.3 Analyse PESTEL 5](#_Toc446614083)

[3.4 Analyse SWOT 6](#_Toc446614084)

[3.5 Analyse de la situation financière de TopSportif 7](#_Toc446614085)

[3.5 Constitution d’un tableau comparatif 9](#_Toc446614086)

[5. Etude des résultats 10](#_Toc446614087)

[5.1 Variétés des produits 10](#_Toc446614088)

[5.2 Date de création 11](#_Toc446614089)

[5.3 Boutique physique 11](#_Toc446614090)

[6. Comparaison des sites web 12](#_Toc446614091)

[7. Prise de décision 14](#_Toc446614092)

[Webographie 15](#_Toc446614093)

**Table des illustrations**

[Figure 1 : Planning GANTT 4](#_Toc446663879)

[Figure 2 : MindMapp de l'analyse PESTEL 5](#_Toc446663880)

[Figure 3 : Analyse SWOT 6](#_Toc446663881)

[Figure 4 : Représentation CA de TopSpotif 7](#_Toc446663882)

[Figure 5 : Analyse fonds propres et dettes financières 8](#_Toc446663883)

[Figure 6 : Calcul des ratios 8](#_Toc446663884)

[Figure 7 : Benchmarking des entreprises 9](#_Toc446663885)

[Figure 8 : Disponibilité des produits 10](#_Toc446663886)

[Figure 9 : Comparaison des sites web 12](#_Toc446663887)

# Introduction

Dans le cadre du redynamise des ventes de l’entreprise MTA-TOPSPORTIF, je suis engagée en tant que Directeur adjoint pour cette mission. L’objectif est de se positionner dans un marché périphérique pour effectuer son étude.

L’entreprise MTA possède plusieurs brevets technologiques. Elle possède une stratégie de communication passant essentiellement par le parrainage de sportifs de haut-niveau. Son dirigeant n’a pas de connaissances en nouvelles technologies. Il s’agit des agents commerciaux non-exclusifs qui animent le circuit de distribution.

Actuellement, l’entreprise MTA n’est pas en bon état. De telle façon, les capacités de production sont supérieures aux ventes actuelles. Egalement, le site web ne génère que 3 à 4 ventes par jour.

Je suis chargée de faire une étude du marché belge et étudier la possibilité de s’y implanter. Pour mener à bien ce travail, un ensemble de missions sont indispensables : un travail de benchmarking, une analyse des produits et une analyse des résultats.

#

# Présentation de l’entreprise

Fiche informatif de l’entreprise :

|  |  |
| --- | --- |
| **Dénomination** | MEDICAL TEXTILE ARIEGEOIS |
| **Adresse** | MEDICAL TEXTILE ARIEGEOIS, 4 A AVENUE DU MARECHAL LECLERC 09300 LAVELANET |
| **Activité** | Fabrication d'articles chaussants à mailles  |
| **Forme juridique** | SA à conseil d'administration |
| **Date immatriculation** | 16-04-1998 |
| **Tranche d’effectif** | 6 à 9 salariés |
| **Capital social** | 45 735,00 € |
| **Chiffre d’affaire 2014** | 1 325 100,00 € |
| **Capital** | 45 735 € |
| **Date de création** | 02/04/1998 |
| **Sigle** | MTA |
| **Logo** | http://simem.dzshow.org/images/simem/logo_operateur/MTA.gif |

# 3. Etude du marché belge

## 3.1 Problématique :

L’entreprise MTA souhaite faire des filiales à l’étranger pour élargir son périmètre de ventes. Le marché européen semble être un objectif possible. Cependant, une étude du marché est indispensable. Dans ce cas le marché belge est le sujet de l’étude.

Donc, est-ce possible d’intégrer le marché belge ? Existe-t-il une réelle concurrence ? Comment les aspects politiques, économiques et autres influencent les ventes ? Quelles sont les forces et les faiblesses du marché ?

## 3.2 Planning



Figure 1 : Planning GANTT

## 3.3 Analyse PESTEL



Figure 2 : MindMapp de l'analyse PESTEL

## 3.4 Analyse SWOT

Figure 3 : Analyse SWOT

## 3.5 Analyse de la situation financière de TopSportif

Pour établir une analyse économique de l’entreprise TopSportif, une étude des principales évolutions du Chiffre d’affaire est indispensable.

En effet, j’ai effectué une analyse du CA de l’année 2010 jusqu’au 2014. J’ai constaté que la situation de l’entreprise n’est pas stable. De telle façon, il existe des augmentations et des diminutions. L’analyse montre deux changements clairs : une augmentation significative en 2013 avec taux de 10%, puis une baisse de 2013 à 2014.

Le schéma ci-dessous montre l’évolution du CA pendant la période entre citée :

 Figure 4 : Représentation CA de TopSpotif

Pour une analyse plus approfondie, une étude des fonds propres et des dettes financières est utile. Cette dernière nous dévoile la possibilité d’établir de nouveaux projets, dont la création d’une filiale en Belgique.

Voici le résultat de l’étude :

Figure 5 : Analyse fonds propres et dettes financières

Le calcul des rations nous permet d’analyser la performance financière de l’entreprise. Le résultat de l’étude est la suivante :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ratios | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
| Ratio d'endettement | 15,56% | 13,39% | 12,70% | 15,36% | 15,60% |
| Autonomie Financière | 3,79 | 3,46 | 3,36 | 2,51 | 1,03 |

Figure 6 : Calcul des ratios

Nous remarquons que le ratio d’endettement est compris entre 15% et 13%. Cette variation se traduit par l’actif qui est financé par les capitaux propres que par les emprunts. De telle façon, que la société ne supporte pas beaucoup de charges financières.

D’une autre part, le ratio d’autonomie financière est en évolution. Ce qui permet l’entreprise d’être plus indépendante vis-à-vis de ses prêteurs.

## 3.5 Constitution d’un tableau comparatif

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Raison social** | **Ville** | **Création** | **Classement** |
| **Beernaertsocks** | Annekensstraat 1 | 23/04/1980 | 64.744 |
| **Decathlon Belgium** | Evere | 29/01/1993 | 312 |
| **Breitex** | Heist-Op-Den-Berg | 21/12/1976 | 21.537 |
| **Basilic Ortho Pedia** | Berchem-ste.agathe | 28/12/1981 | 64.134 |
| **Idemasport** | Bruxelles | 17/07/1992 | 23.358 |
| **Sportsdirect.com** | Tubize | 29/07/1976 | 805 |
| **Transition Sports** | St.-George.sur-meuse | 23/01/2014 | 152.428 |
| **Intersport belgium** | Bruxelles | 14/01/1976 | 46.291 |
| **Lecompte** | Bruxelles | 27/12/1984 | 55.532 |
| **Go sport** | Leuze-en-Haunaut | 02/11/2015 | HC |

Figure 7 : Benchmarking des entreprises

D’après ce tableau comparatif, on constate que le marché belge est riche de magasins de sport. De telle façon, il existe plusieurs chaînes de distribution d’articles sportifs dont manchons, chaussettes et sockettes. Je cite en l’occurrence : **Decathlon Belgium, Idemasport, Sportsdirect.com, Transition Sports, Intersport belgium et Go sport.**

Ces entreprises disposent d’un chiffre d’affaire important et d’un classement avancé. Certaines sont anciens tels sportsdirect et intersport et autres sont récents comme le cas de Go sport. Cependant, elles sont toutes arrivées à intégrer le marché et fidéliser la clientèle.

Concrètement, une comparaison avec tels entreprises serait inégale. De telle manière, Topsportif ne considèrera pas ces chaînes de distribution comme concurrents.

Cependant, il existe des entreprises en Belgique qui font la vente des articles en question. Dans notre cas il s’agit de : **beernaertsocks, Basilic Ortho Pedia, Lecompte et Breitex.** En effet, ils toutes des spécialisations et présentent des choix dans leurs produits.

Nous pouvons distinguer une différence de classement pour ces entreprises. De telle manière, que les chiffres d’affaires doivent être en même classement que le rang. Pour établir une comparaison plus précise, je vais procéder un listage de produits de chacune.

# 5. Etude des résultats

## 5.1 Variétés des produits

Après l’élaboration d’une étude globale sur les produits de sports concernés, voici un tableau récapitulatif des résultats pour chaque entreprise :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Entreprise/Produits** | **beernaertsocks** | **Basilic Ortho Pedia** | **Lecompte** | **Breitex** | **Pourcentage de disponibilité** |
| **Chaussettes** | **Oui** | **Non** | **Oui** | **Oui** | **75%** |
| **Sockettes** | **Non** | **Non** | **Oui** | **Oui** | **50%** |
| **Manchons** | **Non** | **Oui** | **Non** | **Non** | **25%** |
| **Collants** | **Non** | **Non** | **Oui** | **Oui** | **50%** |
| **Bas contension/récupération** | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **100%** |

Figure 8 : Disponibilité des produits

Cette étude de disponibilité de produit pour chaque entreprise, nous permet d’effectuer une analyse globale sur la variété des articles. J’ai choisi un classement selon les produits proposés par la société TopSportif : chaussettes, sockettes, manchons, collants et bas.

En effet, nous pouvons remarquer que les entreprises concentrent leur activité sur des produits particuliers. Ce qui explique la non disponibilité des autres articles et la différence du pourcentage.

TopSpotif est une entreprise spécialisée dans les produits en question. De telle manière, il aura un marché unique et diversifié.

## 5.2 Date de création

Les entreprises citées ont été constituées à une date plus ancienne que celle te TopSpotif (1998). Ce facteur joue un rôle important dans la réputation de l’entreprise. Elles peuvent avoir également un nombre de clients non négligeable.

En effet, l’ancienneté est un élément positif symbolisant : la qualité, la tradition, l'authenticité, la maîtrise d'un savoir-faire. Un entreprise qui a un passé dispose d’un atout essentiel : un capital confiance.

L’entreprise TopSportif peut se rattraper en faisant preuve de qualité et de diversité. Il existe l’exemple d’entreprises récentes qui ont réussi à avoir une grande part du marché.

## 5.3 Boutique physique

Les entreprises trouvées dans le marché belge disposent en plus du site web, un marché physique. L’existence d’une boutique réelle donne à l’entreprise la possibilité d’être plus connue. De plus, elle va étendre son périmètre de clientèle : différents couches sociaux et plusieurs tranches d’âge.

Par conséquent, une nouvelle entreprise dans un secteur, peut vite se développer. A cela s’ajoute, le contact direct avec les clients. Cela permet, d’avoir leur avis et fixer de nouveaux objectifs.

# 6. Comparaison des sites web

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Caractéristiques | **TopSportif** | **beernaertsocks** | **Basilic Ortho Pedia** | **Lecompte** | **Breitex** |
| **Hébergement du magasin** |
| Traces de visites des clients | **Non** | **Oui** | **Oui** | **Non** | **Non** |
| Liens de support multimédia | **Non** | **Non** | **Oui** | **Oui** | **Oui** |
| Conception facile du site | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **Non** | **Oui** |
| **Catalogue et navigation** |
| Catalogues avec des attributs multiples | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **Non** |
| Articles regroupés par département | **Non** | **Non** | **Non** | **Non** | **Non** |
| Moteur de recherche | **Oui** | **Non** | **Non** | **Non** | **Non** |
| **Panier d’achats** |
| Paiement en ligne | **Oui** | **Non** | **Non** | **Oui** | **Non** |
| Portails de chat | **Non** | **Non** | **Non** | **Oui** | **Non** |
| Forum | **Non** | **Non** | **Oui** | **Non** | **Non** |
| **Outils de publicité** |
| Liste de portails d’achat en ligne | **Non** | **Non** | **Non** | **Oui** | **Non** |
| Lettre d’information des clients | **Non** | **Oui** | **Oui** | **Oui** | **Non** |

Figure 9 : Comparaison des sites web

Selon la comparaison des sites web des entreprises et celui de TopSportif, nous pouvons déduire que plusieurs critères manquent à notre entreprise. A titre d’exemple, au niveau de l’hébergement du magasin, il manque les traces de visite client et des liens support. Le calcul des clients est important pour estimer la faisabilité du site. Un espace de d’échange avec le client tel un chat et/ou forum sera un plus dans le site.

De telle manière, l’entreprise peut profiter de la variété de ses articles en créant un site complet. Le site sera plus interactif et les ventes vont être importantes.

# 7. Prise de décision

Pour permettre l’entreprise d’atteindre ces buts :

* 10% de croissance annuelle sur le marché français sur les 3 ans à venir,
* 10% de CA à réaliser à l’international.

Une amélioration du CA s’exige en prenant des décisions pertinentes. Comme nous avons vu dans le marché belge, il existe des chaînes de distribution ainsi que des entreprises dans le domaine. Pour pouvoir se distinguer et trouver une place, un ensemble de mesures doivent être prises :

- Se présenter comme une entreprise unique, qui propose des **produits variés et de bonne qualité** dans une **même boutique**. Pour pouvoir se distinguer dans un marché, l’innovation reste aussi un moyen important. Les clients deviennent de plus en plus exigeants dans une concurrence imposée.

- Etudier la possibilité de mettre en place une **boutique physique**. Cette dernière permettra une présence forte dans le marché et aborder une nouvelle clientèle. A cela s’ajoute, le circuit de distribution qui est basé sur les agents commerciaux non exclusifs, ne représente pas un canal efficace surtout qu’il est le seul moyen sur lequel l’entreprise se base.

- Mettre à jour le site et apporter des nouveautés comme la navigation avec **deux ou trois langues**. Le français, l’anglais et l’espagnol sont les langues les plus demandées dans les sites internet dans le marché européen.

- La communication dans les réseaux sociaux tels: facebook, Instagram ou twitter, n’est pas un moyen utilisé par les entreprises étudiés. TopSportif peut profiter de cette situation pour créer une communication différente. Nous sommes dans une société qui est accrue aux medias, donc ce moyen aura ces fruits.

En définitive, l’entreprise TopSportif possède la possibilité d’intégrer le marché belge en appliquant les procédures citées. La variété des produits, une bonne communication et une distribution différente, fera de TopSportif une entreprise redoutable.

# Webographie

<http://www.belgium.be/>

[www.tradesolutions.bnpparibas.com](http://www.tradesolutions.bnpparibas.com)

[www.environnement-entreprise.be](http://www.environnement-entreprise.be)

<http://www.creer-mon-business-plan.fr/>

<http://www.les-grandes-techniques-de-vente.fr/>

<http://demplates.com/>

<http://www.commentcamarche.net/forum/affich-33339508-numerotation-pages-portrait-et-paysage>

<https://openclassrooms.com/forum/sujet/word-page-paysage-et-pied-de-page-62154>

http://www.top-assistante.com/bureau/word/pages/numerotation.php