

Dossier SAE 1.06

Introduction :

L'entreprise Clothing Loc' est une entreprise de location de vêtement, situé à Clermont. Nous pensons que la location est de plus en plus demandée, pour répondre au problème qu'est la surconsommation. C'est pourquoi nous offrons différents produits, déguisements, tenues de soirée, pour des mariages, et même des vêtements de tous les jours.

Nous souhaitons aussi que les consommateurs prennent conscience de l'impact environnemental de leurs achats, et donc qu'ils agissent en faveurs de l'écologie en réutilisant et recyclant les vêtements.

Enfin, nous allons donc étudier le positionnement économique et écologique de notre entreprise, puis nous allons analyser nos forces, faiblesses, opportunité et menaces (SWOT).

Sommaire :

1.1 – Caractéristiques du marché, des demandeurs et des offreurs	Page 1
1.2 – Les acteurs économiques et leur rôle	Page 2
2 – Forces, faiblesses, opportunités et menaces → SWOT	Pages 3 – 4
3 – Évaluation de l'empreinte carbone de notre entreprise	Pages 4 – 5
4 – Étude de l'empreinte environnementale de chaque mode de rendu	Pages 5 – 6

1.1 : Caractéristiques du marché, des demandeurs et des offreurs

"Clothing Loc" se situe dans le marché du textile et plus précisément dans le marché de location de vêtements. Les demandeurs de cette entreprise sont des personnes qui souhaitent louer des vêtements pour différentes raisons, telles que pour éviter l'achat de vêtements neufs, pour essayer de nouvelles tendances sans engagement à long terme ou pour des occasions spéciales.

Les autres offreurs dans ce marché peuvent inclure d'autres entreprises de location de vêtements, ainsi que des magasins de vêtements traditionnels qui proposent également des options de location de vêtements. Ces offreurs peuvent être de tailles et de structures variées, allant de petites entreprises indépendantes à de grandes chaînes de magasins. Ils peuvent également avoir des offres de location de vêtements différentes, en termes de types de vêtements proposés, de durée de location et de prix.

1.2 : Les acteurs économiques et leur rôle

Il y a plusieurs autres acteurs économiques qui sont concernés par l'activité de "Clothing Loc".

- Fournisseurs de vêtements : "Clothing Loc" a besoin de vêtements à louer, donc ils doivent acheter ou obtenir des vêtements auprès de fournisseurs. Ces fournisseurs peuvent être des fabricants de vêtements, des grossistes ou même des particuliers qui vendent leurs vêtements usagés.
- Transporteurs : si "Clothing Loc" livre les vêtements aux clients ou si les clients doivent ramener les vêtements à un point de collecte, ils ont besoin de transporteurs pour acheminer les vêtements.
- Services de nettoyage : pour maintenir la qualité des vêtements, "Clothing Loc" peut avoir besoin de les nettoyer régulièrement. Ils peuvent donc faire appel à des services de nettoyage professionnels.
- Services de réparation : si les vêtements sont endommagés pendant la location, "Clothing Loc" peut avoir besoin de services de réparation pour les remettre en état.
- Organismes de recyclage ou de redistribution : si "Clothing Loc" a des vêtements qui sont trop abîmés pour être loués de nouveau, ils peuvent être envoyés à des organismes de recyclage ou de redistribution pour être traités de manière écologique ou être donnés à des personnes en situation de précarité.

Chacun de ces acteurs joue un rôle important dans le fonctionnement de Clothing Loc et de l'ensemble du marché de la location de vêtements. Ils fournissent les matières premières et les services nécessaires pour que l'entreprise puisse offrir ses produits aux clients, et participent à la durabilité de l'entreprise en veillant à ce que les vêtements soient traités de manière responsable lorsqu'ils ne sont plus utilisés.

2 : Forces, faiblesses, opportunités et menaces → SWOT

<p style="text-align: center;"><u>Forces :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Engagement en faveur de l'environnement et de la durabilité, en réutilisant les vêtements et en les recyclant ou en les donnant à des personnes en situation de précarité.• Offre de location de vêtements qui permet aux clients d'essayer de nouvelles tendances sans engagement à long terme ou de disposer de vêtements pour des occasions spéciales sans avoir à les acheter.• Possibilité de proposer une gamme de vêtements variée grâce à l'achat ou à la récupération de vêtements usagés.• Petite taille de l'entreprise, qui peut être perçue comme une entreprise plus proche de ses clients et plus flexible.	<p style="text-align: center;"><u>Faiblesses :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Faible notoriété de l'entreprise, ce qui peut limiter sa capacité à attirer de nouveaux clients.• Faible volume de vente comparé à des entreprises plus grandes, ce qui peut limiter les marges de profit.• Dépendance aux fournisseurs pour l'approvisionnement en vêtements.
<p style="text-align: center;"><u>Opportunité :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Croissance du marché de la location de vêtements en raison de la prise de conscience accrue de l'impact environnemental de la surconsommation• Possibilité de développer des partenariats avec d'autres entreprises ou organisations pour promouvoir l'idée de la location de vêtements• Possibilité de développer des services en ligne pour atteindre un public plus large	<p style="text-align: center;"><u>Menaces :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Concurrence de la part d'autres entreprises de location de vêtements, en particulier de grandes chaînes qui disposent de budgets marketing plus importants• Risque de perte de vêtements endommagés ou volés, ce qui peut impacter les marges de profit• Risque de réglementation accrue en matière de recyclage et de gestion des déchets, qui peut augmenter les coûts de l'entreprise

En résumé, Clothing Loc a l'opportunité de profiter de la croissance du marché de la location de vêtements et de son engagement en faveur de l'environnement et de la durabilité. Cependant, l'entreprise doit faire face à une concurrence accrue et à des risques liés à la gestion des vêtements et à la réglementation en matière de déchets. Pour saisir les opportunités et atténuer les menaces, Clothing Loc pourrait se concentrer sur la promotion de son engagement en faveur de l'environnement, sur le développement de partenariats et de services en ligne, et sur la gestion efficace des coûts et des vêtements.

3 : Évaluation de l'empreinte carbone de notre entreprise

Nicolas :

Les éléments à prendre en compte pour évaluer l'empreinte carbone de notre entreprise sont les suivants :

- Le transport des vêtements
- L'extraction des matières première
- La transformation des produits
- L'électricité consommée au total (entreprise, mais aussi lors de la création des produits)
- Toutes les énergies utilisées lors des différentes étapes de production, de transport, et de location des vêtements (eau, produit chimiques) qui ont un impact considérable sur l'environnement

Enfin, pour évaluer l'empreinte carbone de notre entreprise, nous devons prendre en compte toutes les activités de celle-ci : de la production à la vente (en réalité, nous ne vendons pas, mais nous louons des biens et services), de la location au recyclage... Puis nous pourrions déduire si notre entreprise a une empreinte positive ou négative.

Benjamin :

Il y a plusieurs éléments à prendre en compte pour évaluer l'empreinte carbone de l'entreprise :

1. Les émissions de gaz à effet de serre (GES) directes et indirectes de l'entreprise : cela inclut les émissions de GES produites par les activités de l'entreprise, telles que la production de biens et de services, ainsi que les émissions indirectes associées à l'achat d'énergie et de matières premières.
2. L'utilisation de ressources naturelles : cela inclut la consommation d'eau, la déforestation et l'utilisation de produits chimiques qui peuvent avoir un impact sur l'environnement.

3. Les pratiques de transport et de logistique : cela concerne les moyens de transport utilisés par l'entreprise pour acheminer ses produits et fournir ses services, ainsi que les distances parcourues et les émissions de GES associées.
4. Les initiatives en matière de développement durable : cela inclut les actions mises en place par l'entreprise pour réduire son empreinte carbone et pour contribuer à la durabilité environnementale, comme le développement de technologies propres, la réduction de la consommation d'énergie et la réduction des déchets.

Il est également important de noter que l'empreinte carbone d'une entreprise peut être influencée par les choix de consommation et les comportements des consommateurs, qui peuvent avoir un impact sur les pratiques de l'entreprise en matière de durabilité.

4 : Étude de l'empreinte environnementale de chaque mode de rendu

Nicolas :

Premièrement, la création du document ce sera la même dans tous les cas. Donc nous devons prendre en compte le transport, l'envoi, et le reçu.

Tout d'abord, il y a plusieurs possibilités de transport :

- Soit le transport de la vidéo, du site et du dossier par internet (par mails)
- Soit le transport du dossier seulement par voie non digitale, donc de personne à personnes

Le choix le plus responsable serait par voie non-digitale, seulement si le dossier serait imprimé en noir et blanc, ou alors de manière à économiser l'encre, et que le transport du dossier se ferait de manière écologique, c'est-à-dire à pied, en vélo...

Sinon, l'envoi des documents et médias par internet serait plus adapté, car il y a possibilité de rendre le travail de manière rapide, mais la consommation des ressources et d'électricité est un critère important à prendre en compte.

Dans les 2 cas, les émissions de CO₂ sont difficiles à calculer, mais elles ont un impact environnemental très important.

Ensuite, le reçu devrait être sous forme digitale, mais cela pose quelques soucis :

- Le stockage émet beaucoup de CO₂, c'est pourquoi il faut réduire au maximum la taille de fichier des différents médias
- Le stockage a également un coût, notamment pour héberger les documents dans un cloud

Si nous choisissons d'envoyer et de recevoir par voie digitale, l'impact écologique serait important. Mais différents éléments peuvent réduire cet impact :

- Ne pas envoyer un message à de nombreux destinataires
- Nettoyer/effacer les documents après utilisation pour économiser de l'espace, et réduire ainsi les émissions de CO2
- La responsabilité de chacun, en économisant l'électricité consommée et en utilisant des transports moins coûteux en énergie et en matières premières

Enfin, d'après moi, le mode de rendu ayant le moins d'impact environnemental serait par voie numérique seulement si les différents acteurs agissent de manière responsable et écologique.

Benjamin :

En ce qui concerne le mode de rendu du dossier d'économie avec le moins d'impact environnemental, le rendre uniquement sous forme numérique sera le meilleur compromis. En effet, la production et l'envoi de documents papier impliquent l'utilisation de matières premières, d'énergie et de transports, qui ont un impact sur l'environnement. En revanche, la transmission d'un document numérique ne nécessite pas ces étapes et a donc un impact environnemental moindre.

Pour estimer l'empreinte environnementale de productions telles qu'une vidéo ou un site web, il faudra prendre en compte :

1. La consommation d'énergie et de ressources : la production de contenu numérique peut nécessiter l'utilisation de matériel informatique et de logiciels, qui consomment de l'énergie et des ressources.
2. Les émissions de gaz à effet de serre (GES) : la production et la diffusion de contenu numérique peuvent entraîner des émissions de GES liées à l'utilisation de serveurs et de réseaux de télécommunication.
3. Les transports et la logistique : si la production de contenu numérique nécessite des déplacements ou l'envoi de matériel, cela peut avoir un impact sur l'environnement.
4. Les initiatives de développement durable : il est important de prendre en compte les actions mises en place par l'entreprise pour réduire son empreinte environnementale et contribuer à la durabilité, telles que l'utilisation de technologies propres ou la réduction de la consommation d'énergie.