

**LYCÉE JB POQUELIN**

**BTS COMMERCE INTERNATIONAL  
CONTRÔLE EN COURS DE FORMATION**

**CCF Etude et Veille**

**Hyvibe&Espagne**

**Ourari Celia  
Mbouona Maily  
Phillipe Yastride  
Logan Trecy**

**2020-2021**

# Sommaire

**02.Les dirigeants**

**03.Presentation de l'entreprise**

**04.Fiche Pays**

**13.Diagnostic export**

# Les dirigeants

02



CEO

Adrien Mamou-Mani



COO

Matt Volsky



CTO

Francois Beaulier

# Présentation de l'entreprise

03

Hyvibe est une société anonyme française créée en 2017 composée de 8 salariés (TPE); ayant pour finalité de générer du profit et de pérenniser l'entreprise.

Le Dr Adrien Mamou-Mani et son équipe de recherche ont effectués des expertises sur différents matériaux, objets et instruments. Avant longtemps, les premières répétitions de la technologie HyVibe ont été utilisées par des concepteurs sonores et des musiciens renommés dans les salles de concert les plus célèbres du monde. Son domaine d'activité est la fabrication d'accessoires musicaux et la vente.

Le siège social se situe au 51 Rue Maubeuge 75009 à Paris.



## Contenu

## Exemple

### Accessibilité géographique

- Grand pays de 505.990 km<sup>2</sup>
- **Accès** : Maritime ,Aérien et Routier
- **Principaux ports**: Algésiras , Barcelone, Bilbao, Carthagène,Valence, Tarragone
- **Pays frontalier**: France, Italie, Allemagne, Maroc, Portugal, RU
- **Principales villes** : Madrid ( capitale) , Séville, Barcelone, Valence, Saragosse
- **Des aéroports internationaux**
- **Voies fluviales** : 826,26 km

## Contenu

## Exemple

### Données économiques

- **PIB:** 1.119.976 M.€ (-11,0%)
- **PIB/habitant:** 23.640€ (-10,6%)
- **Taux d'inflation:** 1,56%
- **Monnaie:** Euro
- **IDH:** 0,904 **Rang:** 25
- **Dépenses éducatives:** 0.790
- **Secteurs:**
  - Agriculture:** 4,0% (huile d'olive, vin, blé)
  - Industrie:** 20,2% ( textile, fer, acier)
  - Services:** 75,8%(Notaire, services bancaires)

## Contenu

## Exemple

### Commerce extérieur

- **Exportations** : 337,2 Mds USD de produits exportés en 2019
- **Importations** : 375,5 Mds USD de produits importés en 2019
- **Principaux pays clients** : La France , l'Allemagne , l'Italie, le Portugal et le Royaume Uni.
- **Principaux pays fournisseurs**: La France , l'Allemagne , l'Italie , Etats-unis et Chine

## Contenu

## Exemple

### Structure sociale

- **Population** : 47 329 981 habitants
- **Taux net de migration** : 7.5%
- **Taux de mortalité**: 8.83%
- **Espérances de vies** : 83.40 ans
- **Pyramides des âges** :  
0 à 14 ans: 14.58%;  
15 à 64 ans : 65 .95 %  
plus de 65 ans:19.65%
- **Taux d'alphabétisation** : 99.62%

#### Pourcentage des classes sociales:

- **Bas**: 2,3%; **Moyenne**: 44,4%
- **Moyenne Basse**:17,1%
- **Moyenne élevée**:21,1%
- **Haute**:15%

## Contenu

## Exemple

### Aspects Socioculturels

- **Origines de la population:** Espagnol, des Marocains, des Roumains, des équatoriens, des britanniques et des Colombiens
- **Principales langues:** Castillan (Langue nationale) (74%), Catalan (17 %), Galicien (7%), Basque (2%)
- **Religions:** Catholiques 77% (50% pratiquants) ; Musulmans, Protestants, etc. : 3% ; non croyants : 19%
- **Coutumes:** chaleureux et très famille, rester en groupe, faire des balades en familles ou entre amis avant le repas, catholique et très attaché aux mariage et au communion et de grand fêtard surtout avec les fêtes religieuses.

## Contenu

## Exemple

### Données historiques

- 1 Janvier 1986 : Entrée de l'Espagne dans l'UE
- L'espagnol est la deuxième langue la plus parlée au monde et la langue maternelle d'environ 7% de la population mondiale. L'espagnol est la langue officielle dans plus de 22 pays.
- Le castillan a le statut de langue officielle dans toute l'Espagne mais il existe plusieurs dialectes comme l'andalou en Andalousie, le parler canarien dans les îles Canaries, le castúo en Estrémadure, le murcien dans la Région de Murcie.
- Le roi Felipe IV est le descendant direct en ligne agnatique du roi de France Louis XIV et de son petit-fils Philippe V, roi d'Espagne.
- 2020: Exile du roi émérite, père de Felipe IV après des accusations de corruption

# Fiche Pays

10

## Contenu

## Exemple

### Données politiques

- **Régime politique:** Monarchie parlementaire
- **Chef d'état:** le Roi Felipe VI
- **Parlement:** 616 membres , 350 députés.  
C'est une institution bicamérale comprenant le Sénat et le Congrès des députés .  
Président du congrès des députés Meritxell Batet élu le 21 mai 2019 . Président du Sénat Pillar Llop élu le 3 décembre 2019.  
Créé en 1978 à Madrid .
- **Adhésion à UE:** 1 janvier 1986

<b>Contenu</b>	<b>Exemple</b>
<b>Caractéristiques de la demande</b>	<p><b>Quantitative:</b> Salaire moyen mensuelle brut: 1917 euros ( 23 000 / ans )</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les exportations représentent 11% du PIB.</li></ul> <p><b>Qualitative:</b> 75 % des Espagnols recherchent une bonne affaire avant d'acheter quelque chose tandis que 24 % quittent leur détaillant habituel s'ils trouvent des prix plus bas ailleurs.</p>
<b>État de l'offre</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le secteur industriel représente 20,2% du PIB et de la population active.</li><li>• Le secteur manufacturier représente environ : 20,2% du PIB.</li></ul>

# Fiche Pays

12

## Contenu

## Exemple

### Structure de la distribution

- La distribution en Espagne est toujours caractérisée par un grand nombre de détaillants et d'entreprises traditionnels.
- Les magasins spécialisés représentent (18%) des dépenses totales
- Les grossistes sont les principaux fournisseurs des marchés traditionnels
- Évolution du secteur: bien-être (30%).

### Risques pays

- Risques politiques: Classement Coface : A3. Environnement stable
- Risques commerciaux : A1. Echanges fiables
- Risques juridiques : Code civil

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ressources humaines (nombre d'employés, niveau de connaissances des salariés, savoir-faire et expériences, motivation)</b>	<p>Les CEO , COO et CTO sont spécialisées dans un domaine ( Mr Adrien: PDG, Mr Matthew: Roucouleur et Mr François: Directeur technique)</p> <p>Ils ont une très grande motivation en effet ils veulent s'implanter dans plusieurs pays tel que Espagne , Allemagne , Royaume-Uni etc...</p>	<p>Peu d'employés: 8 salariés ( TPE)</p> <p>Peu d'expérience étant donné qu'ils sont entrés dans ce marché en 2017</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ressources financières (sa rentabilité, son niveau d'endettement, ses sources de financement le chiffre d'affaires de l'entreprise)</b>	En 2019, 10. 000 guitars ont été vendus à travers Lag (n°1 en France ) et un chiffre d'affaires de 1.3 M d'euros a été réalisé .	Pour pouvoir financer leurs activités ils sont dus avoir des fonds tels que : IT translation: investissement capital, actionnaires ( 30%) . Hyvibe + IRCAM (amorçage)Subvention BPI + concours innovation ( 30%)Prêt bancaire ( 40%)

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ressources matérielles (les usines, les machines, les implantations, la capacité de production, l'obsolescence des équipements)</b>	Étant donné qu'ils étaient en partenariat avec Lag, c'est Lag qui s'occupait des usines et de la fabrications des machines en chine .	Hyvibe dépendait de son partenariat avec Lag pour vendre leur kit de musique. Effectivement ils ne sont plus en partenariat , ils doivent donc trouver un autre partenariat afin de pouvoir vendre leur kit de musique.

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ressources immatérielles (réputation, image de marque de l'entreprise, sa notoriété)</b>	<p>Bonne Visibilité sur les réseaux sociaux ex : 3200 abonnés sur instagram et 9.1K sur Facebook).</p> <p>Il y a beaucoup de personnes connues qui ont fait une vidéo avec leur la guitare lag (ex : Kiro sur instagram 567 K, Rodriguez 262 K sur instagram).</p> <p>Leur guitare était présenté dans le célèbre jeu télévisé "The real price right" Vianney à faire une vidéo Youtube en jouant avec la guitare Lag celle-ci a cumulé 11K de vue en 2 mois.</p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ressources technologiques</b>	Production des amplificateurs dans une usine en Chine ( coût de production diminué )	Si la production est tertiarisation le contrôle de la qualité s'avère difficile

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Compétences organisationnelles: Processus internes, gestion de la qualité, processus d'innovation</b>	Toujours dans la démarche d'innovation (amplificateurs, Kit et application).	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<p><b>Compétences Professionnelles : Savoir et savoir-faire</b></p>	<p>Les CEO , COO et CTO sont spécialisées dans un domaine ( Mr Adrien: fabrication, Mr Matthew: business et Mr François: le technique ) Leurs différentes compétences créer une synergie qui poussent l'entreprise à se développer Les 3 sont passionnés de guitare</p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Compétences Commerciales:</b> <b>Distribution, partenariats</b>	Création du partenariat Lag x Hyvibe qui leur a permis de vendre 10.000 guitares et d'avoir un CA de 1.3 M euros. Lag s'occupait de la distribution .	Ils sont connus grâce à Lag ils doivent donc faire connaître leurs produits auprès d'autre constructeur de guitares ou des luthiers.

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Accessibilité géographique au marché (Taille du pays, Accès maritime Pays frontaliers, Aéroport Voies fluviales etc.)</b>	<p>L'Espagne est un pays dont la superficie est de 505 990 km<sup>2</sup>. Celui-ci est notamment très facile d'accès de par les voies aériennes, maritimes ou routières étant donné que c'est un pays frontalier avec la France, le Portugal, le Maroc, le Gibraltar et l'Andorre</p> <p><b>Voies fluviales : 826,26 km.</b></p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p><b>Potentialité économique</b></p> <p><b>Données économiques</b> (<i>PIB du pays, déficit budgétaire, taux d'inflation, déficit budgétaire, PIB par habitant etc.</i>)</p> <p><b>Commerce extérieur</b>(<i>informations chiffrées sur l'exportation de instruments musicaux, etc.</i>)</p>		<p>Le PIB espagnole à chuté de 11% et est de 1.119.976 M.€</p> <p>Le PIB par habitant a chuté de 10.6% et est de 23.640€ .</p> <p>Le taux d'inflation est de 1.56% ce qui est très élevé.</p> <p>Cela signifie qu'il y a une baisse du pouvoir d'achat significative. Le déficit public a presque quadruplé sur un an à 6,82% du PIB fin septembre en Espagne, en raison de l'explosion des dépenses destinées à faire face à la pandémie.</p> <p>Le déficit a ainsi bondi à 75,4 milliards d'euros contre 19,6 milliards un an plus tôt .</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Aspects socio-culturels</b> <b>Origines de la population, principale langue, culture, loisirs)</b>	<p>L'Espagne est un pays regroupant beaucoup d'ethnies différentes telles que des Espagnols, des Marocains, des Roumains, des Équatoriens, des Britanniques et des Colombiens.</p> <p>Les principales langues parlées sont : Castillan (Langue nationale) (74%), Catalan (17 %), Galicien (7%), Basque (2%).</p> <p>Ils sont pour coutumes, loisirs : chaleureux et très famille, resté en groupe , faire des balades en familles ou entre amis avant le repas, catholique et très attaché au mariage et aux communions et de grands fêtards surtout avec les fêtes religieuses.</p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p><b>Risques pays :</b> <b>Classification COFACE</b></p>	<p>Pour l'Espagne le risque pays est d'A3 et risque environnement des affaires sont d'A1 ce qui signifie qu'il est stable politiquement et commercialement parlant.</p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p><b>Analyse de la demande</b></p> <p><i>Sur le plan quantitatif</i></p>	<p>À cause de le cov 19 il y a eu une augmentation des ventes de guitare.</p> <p>Durant l'année 2020 les vendeurs de guitares ont constaté une réelle augmentation des ventes, par rapport aux années précédentes.</p> <p>Nous ne savons pas exactement combien on était vendu ni le pourcentage .</p> <p>Augmentation de 28% des ventes de guitares au cours de ses 10 dernières années .Croissance du marché de la guitare de 1,4% par an.</p>	<p>La pandémie peut ralentir la production des produits, avec les confinements et les différentes règles sanitaires de chaque pays. Donc il est fort possible qu'il y ait moins de vente au fur et à mesure du temps.</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p><b>Analyse de la demande</b></p> <p><i>Sur le plan qualitatif</i></p>	<p>Les espagnols sont un peuple très vivant notamment dans le domaine de la musique avec le “flamenco” et les musiques folkloriques. Le flamenco est un genre musical spécifique, venu des Gitans d’Espagne. La guitare est donc un instrument indispensable dans la musique traditionnelle espagnole.</p> <p>Les vendeurs directs contactent leurs clients actuels et potentiels via des applications, des sites Web officiels, WhatsApp et les réseaux sociaux, pour gérer le paiement, la livraison et le service client. La distribution en Espagne est toujours caractérisée par un grand nombre de détaillants et de magasins traditionnels.</p>	<p>Les transports des marchandises peuvent prendre plus de temps que d’habitude.</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p data-bbox="159 789 936 859"><b>Analyse de la demande</b></p> <p data-bbox="203 1080 879 1149"><i>Sur le plan qualitatif</i></p>	<p data-bbox="1059 620 2175 1459">Le motif qui poussent les Espagnols à acheter des guitares est la musicothérapie ( durant le confinement), l'investissement ( des personnes achètent pour revendre aux pris forts plus tard ) et enfin des personnes achètent et consomment la guitare car cela fait partie intégrante de leur culture.</p>	

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Analyse de la concurrence</b>	Hyvibe ne possède pas de concurrent direct en Espagne.	<p><b>Woodbrass</b> a généré 50 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 . Il détient 6 magasins à Paris et une École de musique. Ils ont participé au salon musikmess à francfort.</p> <p><b>Mooer</b> a généré 4 millions de dollars de chiffre d'affaires .Ils n'ont pas de point de vente .Ils ont travaillé avec le guitariste Youtube Andyguitageek . Ils commercialisent leurs produits à l'étranger via des distributeurs partout dans le monde ( Asie, Europe, Océanie, Amérique du Nord et Latine et Afrique).</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Analyse de la concurrence</b>	Hyvibe ne possède pas de concurrent direct en Espagne.	<p>Forte présence de concurrents indirects comme :</p> <p>Yamaha a généré 15 000 000 000.00 yens Yamaha possède 1 point de vente en France c'est à Croissy-Beaubourg.</p> <p>Yamaha participé au NAMM, Thomann a généré 920 millions de chiffres d'affaires en 2019.</p>

# Diagnostic export

<b>Critères</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p data-bbox="293 746 799 808"><b>La distribution</b></p> <p data-bbox="66 943 1026 1408"><b><i>Stratégie de distribution effectuée (exportation contrôlée, exportation soustraitée, canaux de distribution: directe, Courte, longue.</i></b></p>	<p data-bbox="1176 943 2125 1305">Les exportations peuvent être traités par des intermédiaires. En mettant en place un canal de distribution court.</p>	<p data-bbox="2332 996 3168 1365">Pas énormément d'intermédiaires ayant des options de réparation en Espagne.</p>

## Marketing Mix

Hyvibe propose un kit d'accessoire de musique, intégrable dans les guitares acoustiques.



## Marketing Mix

Hyvibe a démarré l'entreprise en mettant en place une stratégie de d'écramage (390 euros le kit + 100 euros d'installation) par rapport à ses concurrents. L'entreprise souhaite continuer avec cette stratégie qui permettra de consolider leur image haut de gamme.

## Marketing Mix

**Hors médias:** Présence active sur les différents réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube), de nombreuses participations à des salons.

**Media:** Communication à travers le site web de l'entreprise, revue de presse.

## Marketing Mix

# Place (Distribution)

34

L'entreprise utilise une stratégie de distribution momo-canal. Cette distribution était sélective avec le partenariat Hyvibe x LAG mais après la fin du contrat, la distribution deviendra sélective grâce à de nouvelles collaborations.

# Préconisations pour l'entreprise

35

## Ressources humaines :

Étant donné qu'Hyvibe souhaite s'internationaliser nous leur recommandons d'accroître leurs ressources humaines car ils ne sont que 8 employés.

## Ressources Matérielles :

Le fait d'avoir leur siège situé à Paris capitale de la France cela favorise le contact avec les principales capitales du monde ( facilite les échanges à l'international).

## Ressources financières :

Comme ressources financières Hyvibe à déjà **IT translation; Subvention BPI + concours innovation et prêt bancaire**. Nous leur conseillons de se rendre sur le site Team France Export afin de prendre connaissance des diverses aides auxquels ils peuvent avoir accès .

## En terme de communication :

Hyvibe peut participer à de nombreux salons comme le "WEB SUMMIT" qui se trouve au Portugal, l'IOT WORLD CONGRESS" ou encore qui sont eux trois des grands salons où ils pourront trouver de potentiel investisseur ou de nouveaux partenariats. Ils sont actuellement en partenariat avec la marque de guitare "LAG" qui commercialise leurs produits. La marque de guitare est présente sur les réseaux sociaux tels que "Instagram", "Twitter" ou "Facebook".

# Préconisations pour l'entreprise

36

**En terme d'adaptation de l'offre:** Hyvibe n'a rien à changer, le kit peut parfaitement s'adapter aux guitares acoustiques espagnoles.

**En termes de distribution:** Après une stratégie de distribution exclusive avec le partenaire LAG, l'entreprise devra privilégier une stratégie de distribution sélective qui permettra de vendre plus de kits de musique. Ils devront passer par des intermédiaires comme les magasins de guitares et les grossistes qui permettront de toucher une plus grande clientèle.

**En termes de prix :** L'entreprise doit adapter le prix de son produit en fonction des pays où elle exporte, le pouvoir d'achat du pays doit être respecté avec toutes normes nécessaires tout en gardant leur image de marque.