

# **Baccalauréat technologique**

**Sciences et technologies du management et de la gestion**

**(STMG)**

**Spécialité mercatique**

**SESSION 2015**

***Épreuve de second groupe***

**Sujet n° 3**

*Durée : 40 minutes de préparation, 20 minutes d'interrogation*

*Coefficient : 6*

*Documents et matériels autorisés : l'usage d'une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire, est autorisé.*

Le sujet proposé s'appuie sur une situation réelle d'entreprise, simplifiée et adaptée pour les besoins de l'épreuve. Pour des raisons évidentes de confidentialité, les données chiffrées et les éléments de la politique commerciale de l'entreprise ont pu être modifiés.

À partir de vos connaissances et de la documentation fournie, vous traiterez les questions qui suivent en tenant compte du contexte et des contraintes définis dans le sujet.



### ***Du « Pro » pour les particuliers !***

*La société De Buyer met son savoir-faire au service des professionnels des métiers de bouche<sup>1</sup> depuis plus de 180 ans. Ses produits sont désormais accessibles aux particuliers exigeants, passionnés de cuisine.*

*Dans l'optique de poursuivre son développement auprès d'une clientèle de particuliers, De Buyer lance régulièrement de nouvelles gammes d'ustensiles de cuisine.*

- 1.1- Analysez le marchéage des ustensiles de cuisine pour particuliers de l'entreprise De Buyer.**
- 1.2- Caractérissez le positionnement de l'offre De Buyer pour la clientèle de particuliers. Montrez que ce positionnement est cohérent avec le marchéage.**
- 1.3- Caractérissez la nouvelle gamme « Choc Resto Induction ».**
- 1.4- Analysez l'évolution des ventes de l'entreprise De Buyer.**
- 1.5- Conseillez l'entreprise De Buyer sur le choix du magazine pour sa campagne publicitaire.**
- 1.6- En quoi la communication permet-elle à une entreprise de se différencier de ses concurrents ?**

---

<sup>1</sup> Métiers de bouche : métiers liés à la préparation de l'alimentation humaine (ex : cuisinier, pâtissier, boucher, traiteur...).

**Annexe 1 : « Choc Resto Induction », la nouvelle gamme de poêles De Buyer**

La poêle classique Choc en aluminium épais indéformable est désormais aussi proposée sur induction et devient « Choc Resto Induction ».

✓ **Poêles rondes anti-adhésives « Choc Resto Induction »**

*Déclinaisons possibles :*

Code du produit	Diamètre (en cm)	Prix moyen TTC
8480.20	20	42, 70 €
8480.24	24	
8480.28	28	
8480.32	32	

*Prix moyen TTC d'une poêle Tefal de 25 cm de diamètre : 11,50 €*

*Source : Carrefour on line*

✓ **Poêle à crêpes anti-adhésive « Choc Resto Induction »**

Code du produit	Diamètre (cms)
8485.26	26

Les ustensiles De Buyer sont commercialisés dans le magasin de détail, implanté sur le site de l'usine De Buyer à Faymont, et dans les boutiques spécialisées agréées par De Buyer comme Alex Boutique à Remiremont, Atelier des Arts culinaires ou Coin Cuisine à Paris.

*Source : [debuyer.com/fr/produits](http://debuyer.com/fr/produits)*

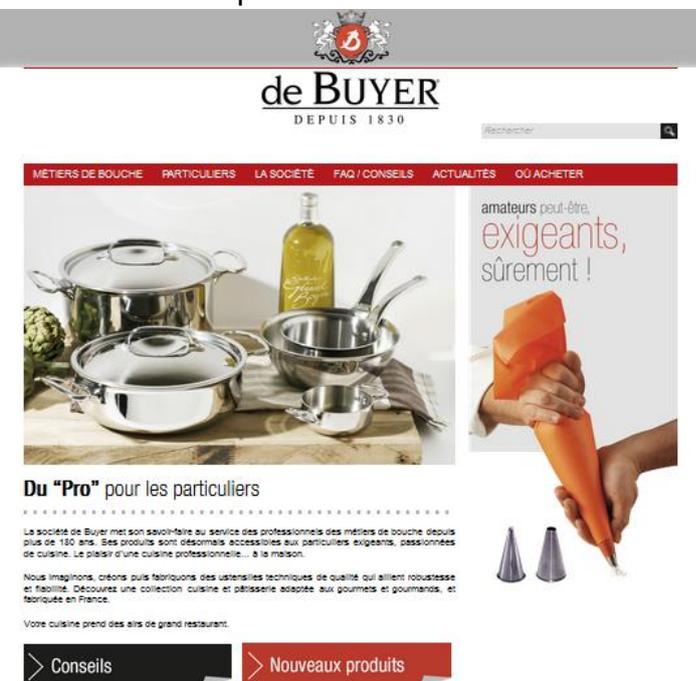
**Annexe 2 : Chiffre d'affaires de l'entreprise De Buyer**

Années	2002	2012	2013	2014
CA (en milliers d'€)	15 184	23 277	23 473	26 000

*Sources : [manageo.fr](http://manageo.fr), [achats.defense.gouv.fr](http://achats.defense.gouv.fr), [maisonapart.com](http://maisonapart.com)*

### Annexe 3 : Les ustensiles De Buyer, 180 ans de savoir-faire artisanal

Depuis sa création, De Buyer conçoit des solutions qui facilitent la vie ou améliorent la productivité en cuisine : mandolines pour couper les fruits et légumes, antiadhésifs, poêles en cuivre pour plaques à induction (...) font partie des ustensiles aux brevets déposés. Des technologies développées avec des professionnels, pour un public connaisseur ou passionné de cuisine.



Entre 2013 et 2014, l'entreprise a réalisé environ 26 millions d'euros de chiffre d'affaires. Les trois quarts sont liés aux ventes réalisées auprès des professionnels en hôtellerie et restauration, contre 25 % pour le grand public. Ce dernier pourcentage est en hausse constante depuis le retour de l'entreprise De Buyer sur le marché des particuliers en 2002. Sur son site internet, De Buyer propose des conseils et met en avant ses nouveaux produits pour les particuliers.

L'entreprise de Buyer propose plus de 2 500 produits en évolution perpétuelle, toujours avec la même envie d'innovation et de partage.

L'entreprise familiale, spécialiste des

ustensiles de cuisson haut de gamme, investit 5 millions d'euros dans la modernisation de son usine vosgienne.

L'entreprise, qui utilise déjà l'acier, le cuivre, l'innox, l'aluminium et la silicone pour fabriquer ses quelques 800 références, se lancera cette année dans la coutellerie<sup>2</sup> haut de gamme en fibre de carbone et en composite.

Sources : [maisonapart.com](http://maisonapart.com), [usinenuouvelle.com](http://usinenuouvelle.com)

### Annexe 4 : Tarifs et audience de la presse « cuisine »

Pour accompagner le lancement de sa nouvelle gamme « Choc Resto Induction », De Buyer envisage une campagne publicitaire à destination de son cœur de cible : les femmes aimant cuisiner.

Nom des magazines	Cuisine Actuelle	Marmiton
Diffusion	Mensuelle	Bimestrielle (1 fois tous les 2 mois)
Nombre d'exemplaires imprimés par numéro	136 882	117 461
Prix d'une page de publicité	14 000 €	8 700 €
Spécificités des lecteurs	79 % sont des femmes	70 % sont des femmes

Source : [tarifsdelapresse.com](http://tarifsdelapresse.com)

<sup>2</sup> Coutellerie : fabrication des couteaux et instruments tranchants.