

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE STG – SPÉCIALITÉ MERCATIQUE

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2010

ÉPREUVE ORALE DE MERCATIQUE

CORRIGÉ N° 14

Première partie :

1. Définissez la notion de notoriété et précisez comment elle peut être évaluée

La **notoriété** est un facteur qui dépend de la connaissance que fait chaque individu de la marque, du produit, ou de l'entreprise.

Elle s'évalue soit par :

- **La notoriété spontanée** : ce sont les personnes pouvant citer spontanément la marque, l'entreprise... sans aide.
- **La notoriété assistée** : ce sont les personnes choisissant la marque dans une liste comme la connaissant.

2. Identifiez les critères de perception de la valeur de l'offre « sel de Guérande » pour le consommateur.

Les 3 critères de perception de la valeur d'une offre sont :

- La qualité : Le sel de Guérande est 100 % naturel, non raffiné récolté artisanalement. (Certains produits ont un label rouge) ;
- Image : 2^{ème} marque la plus connue et Guérande est perçue comme l'origine la plus authentique et traditionnelle du sel ;
- Le positionnement : sel authentique, porteur d'une éthique et de valeur (ou sel des gastronomes et des chefs cuisiniers).

3. Caractérissez la gamme de l'entreprise.

La gamme est :

- Peu large : seulement 4 lignes de produits : les sels fins moulus, les sels aromatisés, les gros sels et les fleurs de sels
- Peu profonde : seulement de 3 à 5 produits par ligne
- Donc peu étendu : 14 produits seulement

Donc gamme étroite : gamme de spécialiste

4. Précisez la phase du cycle de vie de chacune des familles de produits. Le portefeuille produits vous paraît-il équilibré ?

Les phases du cycle de vie de chacune des familles :

- Sels fin moulu : progression faible des ventes, mais celles-ci sont importantes : produit en phase de maturité

- Sels aromatisé : progression très importante des ventes : produit en phase de croissance
- Gros sels : régression des ventes : produit en phase de déclin
- Fleurs de sels : progression aussi importante : produit en phase de croissance

Appréciation du portefeuille

Portefeuille peu équilibré car pas de produit en phase de lancement alors qu'il y a un produit en phase de déclin. Un seul produit en phase de maturité qui supporte le développement de deux familles. Cependant ce produit est à maturation longue et qui a la plus grosse contribution au CA.

Deuxième partie :

1. Calculez la contribution de chaque famille de produits au chiffre d'affaires. Commentez.

Familles de produits	Chiffre d'affaires	Part
Sel fin moulu	2 900 000	35,80 %
Sels aromatisés	2 100 000	25,93 %
Gros sel	1 500 000	18,52 %
Fleurs de sel	1 600 000	19,75 %
Total	8 100 000	100 %

Commentaire :

- Chaque famille contribue de façon significative au CA de l'entreprise
- C'est le sel fin moulu qui représente la part la plus importante du CA et le gros sel la part la plus faible
- Le sel fin (deux familles de sels fins (moulu et aromatisé) réalise plus de 60 % du CA.
- A noter l'importance des deux familles, les sels aromatisés et les fleurs de sels, qui sont plutôt des produits à consommation d'occasion...

2. Estimez les ventes prévisionnelles en volume pour 2010 de la famille « Fleurs de sel ». Concluez.

Prévision des ventes des produits Fleurs de sel

	x	y	X	Y	XY	X ²
	1	92	-1,5	-48	72	2,25
	2	114	-0,5	-26	13	0,25
	3	142	0,5	2	1	0,25
	4	212	1,5	72	108	2,25
Total	10	560	0	0	194	5
Moyenne	2,5	140				

$$a = 38,8 \quad b = 43$$

$$y = 38,8 x + 43$$

$$y(5) = 237 \text{ millions d'€}$$

Conclusion : la progression des ventes de la famille « Fleurs de sel » devrait se poursuivre en 2009 (mais attention ce n'est qu'une provision)