

**Baccalauréat technologique**  
**Sciences et technologies du management et de la gestion**  
**(STMG)**

**Spécialité mercatique**

**SESSION 2015**

**Épreuve de second groupe**

**Sujet n° 13**

*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.



*Implantée en Savoie, l'entreprise les Siphonés est en activité depuis deux ans. Cette société propose un concept nouveau et original, une mousse au chocolat et des mousses fromagères en bombe aérosol (un siphon), comme la chantilly. Faciles à manipuler et à conserver, elles sont très pratiques pour réaliser verrines ou toasts en quelques secondes.*

*L'entreprise souhaite étendre ce concept à d'autres types de produits pour conquérir le marché français. Pour l'heure, les créateurs souhaitent faire le point sur leur positionnement, leur marchéage et leur prix de vente notamment.*

- 1.1- Identifiez le positionnement des Siphonés et présentez les éléments qui contribuent à celui-ci.**
- 1.2- Déterminez la cible des Siphonés.**
- 1.3- Analysez le marchéage des Siphonés.**
- 1.4- Montrez la cohérence du marchéage avec le positionnement des Siphonés.**
- 1.5- Conseillez les Siphonés sur l'opération de promotion à mettre en place au regard des chiffres d'affaires générés en volume et en valeur.**
- 1.6- Le prix de vente dépend-il uniquement des attentes du consommateur ?**

## **Annexe 1 : Le fromage des Siphonés, c'est de la bombe !**

Il n'y a pas que de la crème chantilly en aérosol. Les créations des Siphonés en sont la preuve. Des spécialités fromagères, et même de la mousse au chocolat, existent maintenant dans ce packaging<sup>1</sup>. « *On connaît tous la crème chantilly en aérosol. Notre idée, c'était d'adapter cet aérosol à autre chose* » expliquent Julien Bernard et Jean-Claude Deux, les dirigeants de l'entreprise.

- **Aérosol au fromage**

Il y a trois ans, ils se sont lancés dans une nouvelle aventure : conditionner des mousses fromagères dans un siphon, l'autre nom de l'aérosol. « *Nous sommes convaincus qu'il y a un marché.* » Un esprit d'entrepreneur, une dose d'innovation, ont conduit le duo à lancer leur marque : les Siphonés.

Moment visé : l'apéro. Un moment en famille ou entre amis qui prend de plus en plus d'importance. « *Il a d'abord fallu trouver un fromager. Il est basé dans l'Est de la France* », explique Julien Bernard. Quatre recettes de mousses fromagères sont créées mi-2012. « *C'est du vrai fromage* », insiste le jeune dirigeant. Et pour accueillir ces recettes, un siphon « *prêt à l'emploi, en aluminium et recyclable. Nous avons fait appel à un graphiste pour le dessin.* » Résultat : de petits aérosols ludiques et rigolos, pratiques à utiliser avec des verrines ou sur des toasts.

- **Pas de gaspillage**

« *On prend la dose dont on a besoin, il n'y a pas de gaspillage* », poursuit Julien Bernard pour qui ses produits s'adressent « *aux curieux culinaires pressés, à ceux qui ont envie de découvrir.* » Ajoutez à ça un conditionnement à l'abri de la lumière, oxygéné et avec une longue conservation, et voilà un produit sain qui va trouver sa place dans le frigo.

D'ailleurs, depuis le lancement, un million de flacons a été produit. On trouve les Siphonés chez Auchan, Carrefour, Simply market, Franprix, Cora... « *Le retour est favorable, on a des consommateurs qui adhèrent.* » La dernière innovation, c'est la mousse au chocolat, lancée en juillet. « *Une vraie mousse au chocolat avec des œufs, de la crème, du cacao* », explique Julien Bernard. Et surtout, la recette est signée Norbert, cuisinier rendu célèbre par le concours Top Chef 2012. Le personnage colle au concept. « *Nous l'avons rencontré. Il a tout de suite aimé.* » Le dynamique chef se met en scène avec les siphons dans plusieurs vidéos et des recettes sur le site internet des Siphonés et Youtube, qui créent le buzz<sup>2</sup> autour des produits.



Source : Kiosque - l'édition du soir, décembre 2014

<sup>1</sup> Packaging : conditionnement.

<sup>2</sup> Buzz : bouche à oreille.

**Annexe 2 : Siphons pratiques et ludiques**



Les Siphonés existent en quatre variétés de fromages frais : ail et fines herbes, chèvre, nature et tomate-basilic. Ils sont vendus au prix de vente public de 3,70 €.

Les plus :

- le produit est prêt à l'emploi et la quantité est facile à doser ;
- le conditionnement est ludique et convient bien à la réalisation de verrines, toasts ou cuillères gourmandes ;
- Le conditionnement en aérosol permet une longue durée de vie du produit. Le flacon en aluminium est recyclable ;
- Les mousses s'inscrivent tout à fait dans les tendances culinaires actuelles (créativité, fait-maison, repas informels) ;
- Le concept se veut moderne, chic et urbain.

Source : LSA

**Annexe 3 : Opérations de promotion**

Les Siphonés envisagent de mettre en place une opération de promotion sur 15 jours afin de soutenir la campagne des « recettes de Norbert ». L'entreprise hésite entre un jeu-concours « Norbert vient préparer l'apéro chez toi » et une réduction de prix de 0,50 € par produit acheté. Elle vous communique les informations suivantes :

Hors promotion	Jeu-concours	Réduction de prix
<ul style="list-style-type: none"><li>• Quantités vendues : 80 000</li><li>• Prix de vente au distributeur : 2,60 €</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impact sur le volume des ventes : + 25 %</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impact sur le volume des ventes : + 45 %</li><li>• Montant de la réduction : 0,50 € (supportés entièrement par les Siphonés)</li></ul>

Source interne