

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

Spécialité mercatique

SESSION 2015

Épreuve de second groupe

Sujet n° 1

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.



La société de Nicolas Chabanne s'est fait connaître au rayon des fruits et légumes frais en proposant, courant 2014, une offre concurrente à l'opération des fruits et légumes moches d'Intermarché. Avec un principe identique : vendre des produits non standards visuellement mais bons à la consommation, avec un rabais de 30 % par rapport au prix des produits calibrés, sous la marque « Les Gueules Cassées ».

Intégrer la dimension durable dans sa stratégie mercatique lui permet de répondre à une sensibilité croissante des clients envers les produits responsables et le gaspillage alimentaire. Nicolas Chabanne réfléchit désormais à créer sa propre marque pour commercialiser ses produits difformes mais bons.

- 1.1- Montrez sur quelle composante de la valeur perçue le concept « Les Gueules Cassées » agit principalement.**
- 1.2- Analysez le marché des produits « Les Gueules Cassées ».**
- 1.3- Appréciez les enjeux d'une politique de marque ombrelle pour ces produits.**
- 1.4- Caractérisez la dimension de la gamme de céréales « Les Gueules Cassées ».**
- 1.5- Expliquez s'il est pertinent de lancer une gamme de céréales pour « Les Gueules Cassées », compte tenu de l'élasticité de la demande par rapport au prix sur ce type de produit.**
- 1.6- N'y a-t-il que des avantages pour une entreprise à se positionner sur une mercatique de développement durable ?**

Annexe 1 : Les Gueules Cassées arrivent dans tous les rayons

La crise économique et la bio-attitude aidant, les lois de la consommation changent. Face au succès de son concept « Les Gueules Cassées », des fruits et légumes biscornus a priori invendables sur le marché et désormais vendus sous un logo commun 30 % moins cher, un collectif de producteurs français s'apprête à décliner ce concept marketing et conso-responsable à d'autres aliments : boucherie, boulangerie, charcuterie, produits laitiers, épicerie, produits transformés, etc.

Le but : revaloriser ces périssables victimes de délit de faciès, qui sont jetées par milliers chaque année par les producteurs en raison d'un mauvais calibrage, d'imperfections dues à la nature ou aux intempéries, de petits défauts de production, de formes ou de couleurs anormales, alors qu'elles sont parfaitement consommables. Un gaspillage de 17 millions de tonnes d'aliments par an en France, soit plus de 30 % des produits fabriqués ou cultivés qui n'arrivent pas du champ à l'assiette. À l'échelle mondiale, ce serait 1,3 milliard de tonnes de nourriture qui seraient jetées chaque année, selon le collectif des « Gueules Cassées », et seulement 43 % des produits cultivés dans un but alimentaire seraient directement consommés par les humains.

« Faire une bonne affaire et une bonne action en consommant de façon durable des produits de très bonne qualité qui ne méritent plus d'être jetés », vantent les auteurs et les consommateurs de la marque « Les Gueules Cassées ». Économie et qualité, recette gagnante dans une France au pouvoir d'achat sur le déclin.

La réhabilitation des « légumes moches » et bientôt de toute une série de produits alimentaires est aussi un coup favorable pour l'économie de la branche agroalimentaire. Le consommateur pourra ainsi bientôt trouver en rayon spaghetti trop blancs, saucisses trop petites, chocolats écornés, fruits confits cassés et bas morceaux pour la viande.



Dans les supermarchés, ces produits sont reconnaissables grâce à une étiquette décalée : une pomme rouge avec une bosse qui sourit d'une seule dent et interpelle le chaland avec un « Quoi ma gueule ? » provocateur. Dessous, un slogan : « Les gueules cassées : fruits & légumes moins jolis mais exquis ! ».

Source : lefigaro.fr

Annexe 2 : Les céréales moches et anti-gaspi des « Gueules Cassées »



La gamme de céréales « Gueules Cassées » comprendra 3 références pour enfants et adultes :

- nature ; enrobés
- extrudée
- multigrains

Ces références seront conditionnées en étuis de 400 grammes pour des prix compris entre 0,92 € et 1,18 € selon les familles ! Elles seront produites par le fabricant de marques de distributeurs Sevenday, basé en Alsace, qui se déleste chaque année de 15 % de la production pour des défauts d'aspect mineurs (forme, taille, couleur) les excluant automatiquement des cahiers des charges des distributeurs.

Pour financer le projet, le collectif des « Gueules Cassées » a choisi de passer par le financement participatif qui servira à la promotion du produit et se transformera en pré-achat pour 75 % de la somme récoltée puisque les contributeurs recevront chacun une boîte de céréales. « Les consommateurs sont prêts à nous épauler dans ce combat anti-gaspillage pour en finir avec la gabegie¹ de tonnes de produits consommables et jetés, explique Nicolas Chabanne. Notre objectif est de créer un mouvement similaire à Free dans les télécoms en proposant les gammes les moins chères du marché. C'est un nouveau segment que nous allons étendre progressivement à d'autres produits et qui risque de faire bouger les lignes en termes de prix ».

Source : LSA - 19 janvier 2015

Annexe 3 : Éléments chiffrés

Le collectif « Les Gueules Cassées » souhaite s'assurer de la pertinence du lancement d'une gamme de céréales « imparfaites ».

- Prix moyen d'une boîte de corn flakes² de 400 grammes sur le marché : 1,40 € TTC
- Les céréales « Les Gueules Cassées » sont vendues 30 % moins cher
- Élasticité de la demande par rapport au prix : - 0,36

Source interne

¹ Gabegie : gâchis, gaspillage.

² Corn flakes : céréales consommées lors du petit-déjeuner.