

# BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE STG – SPÉCIALITÉ MERCATIQUE

## SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2010

### ÉPREUVE ORALE DE MERCATIQUE

#### CORRIGÉ N°07

Première partie :

**1. Définissez la notion de marque et de marque de distributeur (MDD).**

- Marque : Signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou service d'une entreprise de ceux proposés par les entreprises concurrentes.
- Marque de distributeurs (MDD) : Marque possédée par un distributeur et utilisée pour des produits fabriqués sur demande pour le distributeur. La marque de distributeur peut reprendre la marque de l'enseigne (Marque Carrefour) ou être créée spécifiquement (Marques Repères).

**2. Expliquez les intérêts pour une enseigne comme « Système U » de distribuer des produits de marque de distributeur.**

Les principaux intérêts pour un distributeur d'utiliser des MDD sont de :

- fidéliser la clientèle avec des produits moins chers que les produits de marque de producteur
- diversifier l'offre
- lutter contre la concurrence des autres distributeurs
- participer au développement de l'image de l'enseigne...

**3. Identifiez la cible des MDD sous licences vendues par Système U. Montrez l'adéquation entre la cible et la licence choisie.**

La cible de Système U, avec ses MDD sous licences, est celle des enfants. La licence est bien choisie puisque ce sont les Looney Tunes, des personnages de dessins animés destinés aux enfants. Ceux-ci pourront donc facilement les identifier et jouer leur rôle de prescripteurs auprès de leurs parents.

L'objectif de Système U est de « créer une connivence entre la marque et l'enfant ».

#### **4. Appréciez le choix de Système U de commercialiser ses produits de marque de distributeur sous licence.**

Les avantages :

- A permis une hausse des ventes de l'ordre de 30 % pour les céréales
- A renforcé la communication de la marque
- Peut permettre d'impulser le premier achat
- Peut fidéliser le client
- Permet de lutter contre la concurrence des autres enseignes qui utilisent elles aussi les licences pour leur produit de marque de distributeur.

Les risques :

- La banalisation de ce type de stratégie car les concurrents utilisent la même.
- La concurrence importante : La licence Looney Tunes peut être moins accrocheuse que celle de Disney utilisée par Carrefour.
- La commercialisation sous licence Looney Tunes ne s'adapte pas à tous les produits de l'assortiment alimentaire de Système U.

### **Deuxième partie**

#### **1. Calculez le coefficient multiplicateur appliqué à ce produit.**

$$\begin{aligned}\text{Coefficient multiplicateur} &= \text{Prix Vente ttc} / \text{Prix d'achat} \\ &= 1,45/0,88 = 1,65\end{aligned}$$

#### **2. Calculez le taux de marque appliqué par le distributeur, et commentez, sachant que le taux de marque moyen pour un produit MDD est de 23 %.**

$$\begin{aligned}\text{PVHT} &= 1,45/1,055 = 1,37 \\ \text{Taux de marque} &= (\text{PVHT} - \text{CA})/\text{PVHT} * 100 \\ &= (1,37 - 0,88)/1,37 * 100 = 35,76 \%\end{aligned}$$

Le taux de marque est bien supérieur au taux de marque moyen. Les produits sous licence semblent permettre de dégager des marges importantes pour le distributeur.

#### **3. Indiquez les autres éléments à prendre en compte par Système U pour fixer le prix de vente de ce produit.**

Les autres éléments :

- Les prix des produits MDD sous licence des autres distributeurs
- Les prix des produits de l'assortiment
- Le positionnement de l'enseigne en termes de prix
- Les prix souhaités par les clients
- Les contraintes juridiques en termes de prix (ex : l'interdiction de revente à perte)