**EXERCICES CHAPITRE 1 (partie A) :**

**LA REPONSE DES ORGANISATIONS A UN BESOIN**

# exercice 1 (rappel de première)

Vous travaillez dans l’entreprise « Les fournils de Briancé », boulangerie artisanale du village de Briancé qui fabrique du pain et des pâtisseries traditionnelles à base d’ingrédients naturels. La boulangerie propose une large gamme de pains spéciaux.

Voici des affirmations. Vous allez les replacer dans le diagnostic ci-dessous

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Il existe deux autres boulangeries dans le village de Briancé |
| 2 | Le chiffre d’affaires sur le marché du pain a augmenté de 2,5 % l’année dernière |
| 3 | Pour obtenir un label de qualité Bio, il faut engager de nombreuses démarches longues et coûteuses |
| 4 | Le four de l’entreprise est neuf et performant |
| 5 | Le chef pâtissier a eu le prix du meilleur ouvrier de France |
| 6 | Les français consomment moins de pain au petit déjeuner |
| 7 | Le magasin ne dispose pas d’un parking à proximité, beaucoup de clients ne peuvent s’arrêter. |
| 8 | L’entreprise est fortement endettée et ne peut envisager un prochain investissement |
| 9 | Les français recherchent de plus en plus du pain de fabrication artisanale |
| 10 | La baisse du pouvoir d’achat a un impact sur les quantités de pain consommé |
| 11 | La décoration du magasin vient d’être refaite. |
| 12 | Les français recherchent de plus en plus du pain original et bon pour la santé. |
| 13 | L’une des vendeuses vient de démissionner et il est difficile de la remplacer |
| 14 | Les français consomment moins de pain mais de meilleure qualité. Ils sont prêts à payer le prix |
| 15 | Le chiffre d’affaires de la boulangerie ne cesse d’augmenter depuis ces 5 dernières années. |

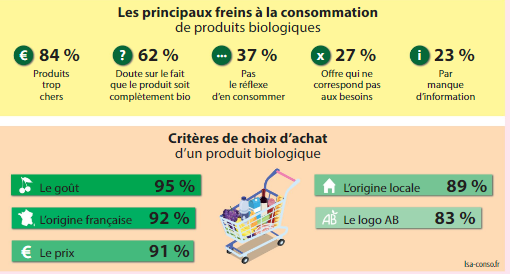
|  |  |
| --- | --- |
| **Diagnostic interne** | |
|  |  |
|  |  |
| **Diagnostic externe** | |
|  |  |
|  |  |

# Exercice 2

Vous travaillez au service marketing d’une entreprise produisant des produits laitiers (LactoBreiz). Vous devez visualiser la démarche mercatique de cette entreprise

Retrouvez à quelle étape de la démarche mercatique correspondent les extraits suivants et complétez le tableau en dessous.

Document 2



Document 1 :

Adriana, la cheffe de produit, présente à la direction le nouveau yaourt au soja bio qui sera commercialisé à la rentrée

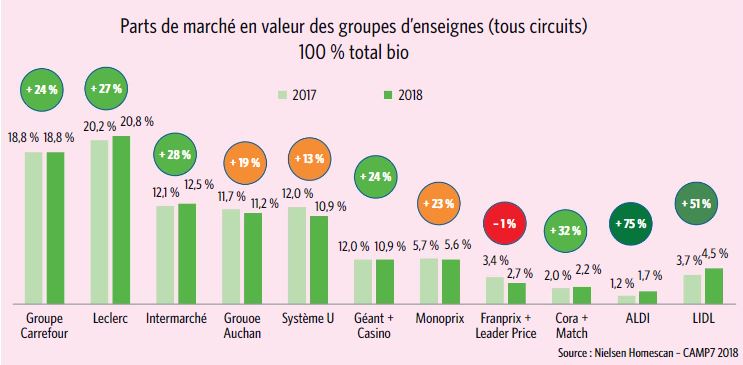
Document 3 :

Le service financier de l’entreprise envoie le montant des ventes réalisées par le nouveau yaourt soja Bio

Document 4

Document 5 :

Le service marketing a décidé d’interroger une dizaine de consommateurs afin d’avoir leur impression sur le yaourt bio avant son lancement



Document 6 :

L’entreprise dispose de nombreuses machines high tech pour la production ainsi que de salariés très bien formés.

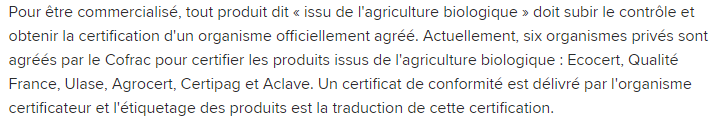
Doc 7 :

LactoBreiz a décidé de fixer le prix de ce nouveau yaourt bio : 2,60 € le pack de 4 yaourts

Doc 8 :

L’entreprise a décidé de réaliser un questionnaire afin de connaitre le degré de satisfaction des consommateurs de yaourts bio LactoBreiz

Document 9



Doc 10 :

LactoBreiz commercialisera ses yaourts bio dans les magasins bio

Doc 11 :

Le local de production de l’entreprise devient trop petit et cela freine la productivité

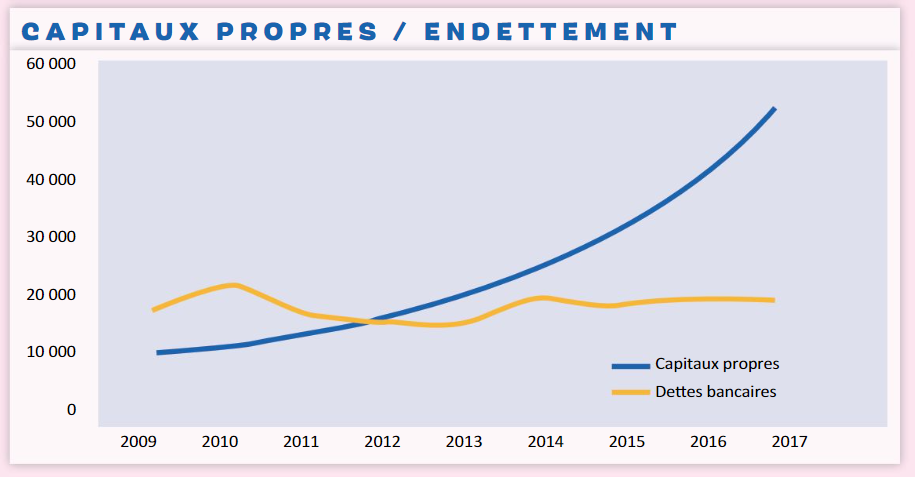
Doc 12 :

Les clients visés par le nouveau yaourt Bio sont les personnes soucieuses de leur santé qui recherchent des produits sains et sans additifs ni conservateurs

Doc 13 :

Le marché du Bio n’a cessé d’augmenter depuis une dizaine d’année (+ 4,5 % depuis 1 an)

Doc 14 :



Doc 16 :

Le prix de 2,10 s’étant avéré un peu trop élevé, l’entreprise a décidé de le baisser de 10 %

Doc 15 :

Le service marketing vient d’annoncer la sortie du nouveau yaourt soja Bio sur le site LactoBreiz

Document fourni par le service financier

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Les différentes étapes | | N° document + justification |
| 1 | Collecte d’informations sur le marché et son environnement (veille mercatique, enquêtes, |  |
| 2 | Définition d’une stratégie (diagnostic, détermination de la cible, du positionnement…) |  |
| 3 | Conception de mise en œuvre du plan de marchéage (4 P : produit, prix, communication, distribution) |  |
| 4 | Evaluation, contrôle des résultats et mise en place d’actions correctrices éventuelles |  |

# exercice 3



1. **De quelles les informations dispose Ikéa sur les tendances du marché (attentes, besoins des consommateurs) ?**
2. **Comment Ikéa s’adapte-t-il à ces tendances ?**
3. **Ikéa a-t-il suivi une démarche mercatique ?**

# eXERCICE 4

Indiquez pour chaque exemple, a quel type d’approche mercatique il appartient

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Approche | Justification |
| 1 | Le petit basque lance le premier yaourt au lait de brebis en 1932 |  |  |
| 2 | Danone avant le lancement de son nouveau parfum de Danette met en ligne un questionnaire permettant aux consommateurs de choisir celui qu’ils préfèrent parmi trois possibilités. |  |  |
| 3 | Après avoir constaté la croissance de magasins spécialisés dans le bio, Carrefour décide de produire et de commercialiser des produits bio |  |  |
| 4 | Le chimiste James Schlatter découvre par hasard dans son laboratoire le pouvoir sucrant de deux composés chimiques : l’aspartame. Il est commercialisé pour la première fois dans l’alimentaire en 1981 par la société Searle |  |  |
| 5 | L’AMAP (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne) Les Deschamps propose aux consommateurs de cultiver leurs propres produits et de composer leur propre panier sur leur verger. |  |  |
| 6 | Face à la montée des ventes sur le marché du skyr par le pionnier Siggi’s, Danone lance lui aussi son Skyr. |  |  |
| 7 | En 1960, Jean Marc Gouedard, agriculteur, cultive des pommes en utilisant des pesticides. Peu à peu, il prend conscience des risques liés à leur utilisation intensive, et décide de produire le premier produit bio en France : le cidre bio |  |  |
| 8 | Les tendances du marché laissent apparaitre une recrudescence du fait maison. Michel et Augustin lance leur nouvelle gamme de cookies au noisettes fabriqués avec des ingrédients traditionnels |  |  |
| 9 | Michel Ferrand, scientifique, crée une nouvelle variété de café à partir de procédés biologiques : un café ayant l’amertume du chocolat, mais l’acidité et la sucrosité de l’orange |  |  |
| 10 | Suite à la découverte du processus de déshydratation, Liebig lance en 1946 la première soupe déshydratée (poule aux vermicelles) |  |  |