

Baccalauréat Technologique

Sciences et Technologies du Management et de la Gestion Mercatique

Session 2019

Épreuve de Spécialité Partie écrite

Durée : 4 heures Coefficient : 6

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Ce dossier comporte 12 pages annexes comprises

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet

Le sujet se présente sous la forme de 2 sous-parties indépendantes.

Page de garde		Page 1
Sommaire		Page 2
Sous-partie 1 : Sujet de gestion « Perle du Nord »	90 points	Page 3
Premier dossier : <i>L'offre globale de Perle du Nord</i>		Page 3
Deuxième dossier : <i>Les actions mercatiques de Perle du Nord</i>		Page 4
Troisième dossier : <i>L'analyse des actions mercatiques mises en place</i>		Page 4
Annexe 1	Perle du Nord, producteur d'endives	Page 5
Annexe 2	Trois bonnes raisons de manger de l'endive	Page 5
Annexe 3	Changement de conditionnement	Pages 5 et 6
Annexe 4	Extrait du site Internet Perle du Nord	Page 6
Annexe 5	La gamme de produits Perle du Nord	Page 7
Annexe 6	Perle du Nord travaille avec les distributeurs	Page 8
Annexe 7	Participation aux salons pour Perle du Nord	Page 8
Annexe 8	Perle du Nord à la rencontre des consommateurs	Page 9
Annexe 9	« SOS Cantine » remet l'endive au menu des petits	Page 9
Annexe 10	Perle du Nord sur les réseaux sociaux	Page 10
Annexe 11	Le Club fidélité Perle du Nord	Page 10
Annexe 12	Chiffres d'affaires de Perle du Nord	Page 11
Annexe 13	Perle du Nord renoue avec la croissance	Page 11
Annexe 14	Les consommateurs d'endives en 2018 – Extraits de commentaires	Page 11
Sous-partie 2 : Question relative à une problématique de gestion	30 points	Page 12

Sous-partie 1 : Sujet de gestion

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.

Il est demandé au candidat de se situer dans le contexte des données présentées et d'exposer ses solutions avec concision et rigueur en prenant soin de justifier ses démarches.



Dirigée par Patrick Petitpas, Perle du Nord est née en 1983 du regroupement de maraîchers des Hauts de France¹. Aujourd'hui, Perle du Nord regroupe 140 producteurs qui cultivent des endives de qualité.

Depuis quelques années, le marché est en difficulté. L'endive n'a plus la cote. Si 75 % des Français consomment régulièrement ce légume, il séduit essentiellement les plus de 40 ans. Il est difficile de conquérir les jeunes auprès desquels l'endive souffre de sa réputation de légume amer.

La solution pour Perle du Nord ? Miser sur la qualité et valoriser ses produits. Pour le groupe, l'avenir passe aussi par la fidélisation et la conquête de nouveaux clients. Il a décidé d'agir autour de trois axes, en développant son offre, en investissant dans la communication et en renforçant ses relations avec ses distributeurs, afin d'accroître ses ventes.

Premier dossier : **L'OFFRE GLOBALE DE PERLE DU NORD**

En partant d'un produit « basique » boudé par les consommateurs, Perle du Nord fait le pari de la qualité et de la diversité. Elle s'appuie notamment sur les composantes de son offre pour valoriser l'endive.

Travail à faire (annexes 1 à 5) :

- 1.1 Identifiez les composantes de l'offre globale de Perle du Nord et justifiez leur intérêt.
- 1.2 Caractérisez les dimensions de la gamme de produits Perle du Nord.
- 1.3 Montrez que le nouveau conditionnement renforce la valorisation du produit, en le comparant à l'ancien.
- 1.4 Appréciez la pertinence de l'offre actuelle au regard du positionnement de Perle du Nord.

¹ Hauts de France : région administrative du nord de la France.

Deuxième dossier : LES ACTIONS MERCATIQUES DE PERLE DU NORD

La réflexion sur l'offre est essentielle. Cette dernière doit être valorisée par les distributeurs et par une communication susceptible de créer et maintenir une relation avec la clientèle. Perle du Nord met en place diverses actions en ce sens.

Travail à faire (annexes 6 à 11) :

- 2.1 Identifiez les axes de coopération entre Perle du Nord et les GMS² et montrez qu'ils relèvent d'une démarche de réponse optimale au client (ECR³).
- 2.2 Caractériser les différents moyens de communication utilisés par Perle du Nord.
- 2.3 Analysez la pertinence de ces moyens au regard des objectifs de communication.
- 2.4 Montrez comment, grâce aux différentes actions de communication, Perle du Nord agit sur la fidélité attitudinale des consommateurs.

Troisième dossier : L'ANALYSE DES ACTIONS MERCATIQUES MISES EN PLACE

Suite aux différentes actions mercatiques menées par Perle du Nord, Patrick Petitpas, directeur général, s'interroge sur leur efficacité. Il souhaite vérifier que les résultats sont en cohérence avec les objectifs fixés au départ : valoriser l'endive et fidéliser la clientèle pour accroître les ventes. L'heure est venue de dresser un bilan.

Travail à faire (annexes 12 à 14) :

- 3.1 Analysez l'évolution des ventes de Perle du Nord entre 2015 et 2018.
- 3.2 Prévoyez les ventes de Perle du Nord pour 2019 et relativisez votre résultat.
- 3.3 Montrez que les actions menées par Perle du Nord ont permis d'améliorer la valeur perçue de l'endive par les consommateurs.
- 3.4 Concluez en justifiant l'intérêt pour Perle du Nord de mener à la fois une stratégie de fidélisation et une stratégie de conquête.

² GMS : Grandes et Moyennes Surfaces.

³ ECR : Efficient Consumer Response.

ANNEXE 1 : Perle du Nord, producteur d'endives

Les producteurs d'endives Perle du Nord, basés dans les Hauts de France, ont un objectif commun : s'associer pour mutualiser leurs forces autour d'une marque de renommée internationale et s'adapter aux besoins des consommateurs.

Ces agriculteurs s'engagent au quotidien pour une qualité supérieure de leurs produits grâce à différents outils :

- la traçabilité, qui permet une sécurité alimentaire totale des produits ;
- le respect d'un cahier des charges plus exigeant que les normes en vigueur ;
- les contrôles quotidiens réalisés par une équipe qualité dédiée.

Source : perledunord.com

ANNEXE 2 : Trois bonnes raisons de manger de l'endive

On dit « oui » à son faible apport calorique !

Essentiellement constituée de fibres et d'eau (90 %), l'endive favorise le transit intestinal. Son apport calorique (15 kilocalories pour 100 grammes) fait d'elle un légume idéal à consommer dans le cadre d'un régime équilibré. Et ce n'est pas tout : bourrée de vitamine B, de minéraux, de magnésium, d'oligo-éléments et de fer, elle a tout pour plaire !

On dit « oui » à ses bienfaits pour le corps. Manger de l'endive permet au corps d'éliminer les mauvaises toxines⁴. L'endive purifie le sang et possède des propriétés anti-inflammatoires notamment au niveau de l'estomac. La teneur en vitamine A et E de l'endive aide à la croissance des cheveux en stimulant la circulation sanguine du cuir chevelu et rend les ongles plus solides. Tout en vous régaland, vous faites également du bien à votre corps !

Après les fêtes, on adopte le réflexe « endive ».

On continue de la consommer pour se remettre des repas souvent trop copieux des fêtes de fin d'année. Pour bien profiter de ses bienfaits, choisissez des endives avec des feuilles bien blanches et bien serrées et une base de bourgeon la plus blanche possible.

Source : d'après perledunord.com

ANNEXE 3 : Changement de conditionnement

Pour continuer à gagner des consommateurs, Perle du Nord a décidé de revoir ses packagings⁵ et l'information qui y figure. Plusieurs changements sont à noter (voir visuels page suivante) :

- le mot « endive » disparaît au profit de « perle ». « *Des études (notamment une réalisée aux États-Unis dans un restaurant universitaire) ont montré qu'en changeant le nom des légumes, ils étaient plus consommés. Il fallait rendre l'endive plus séduisante. Désormais, pour nous, l'endive, c'est une perle* », développe Caroline Basset, responsable marketing ;
- les conditionnements suggèrent maintenant deux usages. Ainsi, dans la ligne « Les Tendances » qui arbore désormais des couleurs pastel, on trouve les « Perles salade et apéritif » ;
- au dos des conditionnements, une initiative intéressante : la liste des ingrédients à acheter pour deux recettes. « *Le consommateur peut ainsi acheter les ingrédients en même temps que les endives* », commente Vincent Decool, directeur commercial ;
- fait assez rare pour les fruits et légumes, Perle du Nord a choisi d'indiquer sur son conditionnement les valeurs nutritionnelles et de mettre en avant l'origine du produit.

Source : reussir.fr

⁴ Toxines : substances toxiques élaborées par un organisme vivant.

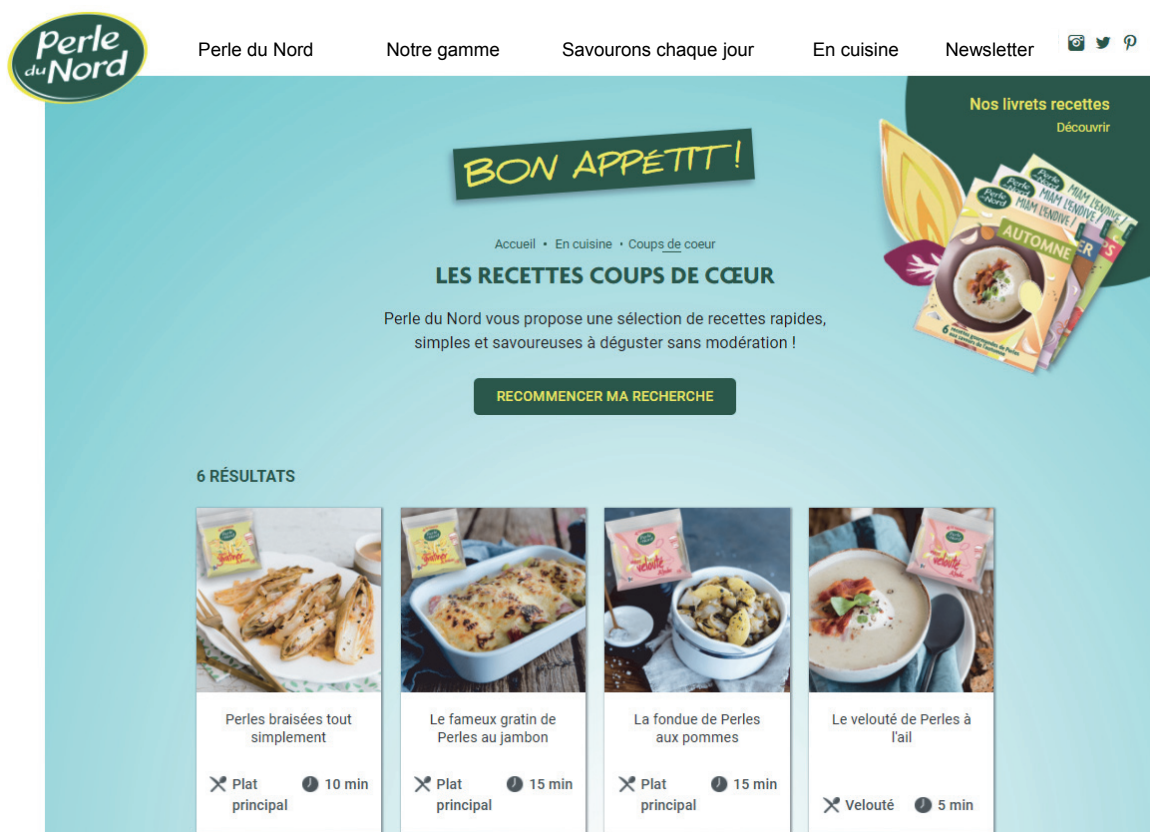
⁵ Packaging : conditionnement.

ANNEXE 3 (suite) : Changement de conditionnement

Ancien conditionnement	Nouveau conditionnement
	
Couleurs dominantes : vert et jaune	Couleurs dominantes : bleu ciel et blanc

Source interne

ANNEXE 4 : Extrait du site Internet Perle du Nord



Source : perledunord.com

ANNEXE 5 : La gamme de produits Perle du Nord

LES TENDANCES

Grâce à la ligne « Les Tendances », découvrez toutes les possibilités culinaires qu'offre l'endive Perle du Nord :



Perles à gratiner & braiser



Perles salade & apéritif



Perles velouté & fondue

LA SÉLECTION

Les producteurs Perle du Nord s'engagent pour proposer un produit d'exception, issu d'une sélection rigoureuse pour garantir une qualité constante et inégalée :



La Perle des Perles

LES SPÉCIALITÉS

Variez les goûts et les couleurs avec les spécialités de Perle du Nord :



Perles rouges



Jeunes pousses de perles



Carmine pour repas festifs



Endives BIO



Endives de Pleine Terre Label Rouge



Barbucine : endive croquante

LES CLASSIQUES

La ligne familiale qui convient pour tout type d'usage :



La Perle des Grandes Faims



Vrac de 3,5 kg d'endives



Vrac de 5 kg d'endives



Plateau de 5 kg d'endives

Source : perledunord.com

ANNEXE 6 : Perle du Nord travaille avec les distributeurs

Perle du Nord participe à la mise en valeur de ses produits dans les points de vente des distributeurs grâce à son expertise du marché et aux informations des distributeurs. La grande distribution a été choisie pour toucher un maximum de consommateurs. Ainsi, on retrouve une gestion de l'espace de vente par catégories ou univers de produits afin de mieux répondre aux besoins des consommateurs. Les distributeurs travaillant avec Perle du Nord savent exactement quelle surface allouer à la marque pour chaque catégorie de produits car ils ont analysé les critères, habitudes et logiques d'achat des consommateurs.

Par ailleurs, les distributeurs réfléchissent à leurs assortiments, sur les conseils de Perle du Nord, afin de valoriser l'origine française de leur offre d'endives. Quant à Perle du Nord, elle n'hésite pas, en fonction des informations transmises par ses distributeurs, à communiquer sur la traçabilité de sa production afin de rassurer le client, de lui donner confiance et de garantir l'origine des endives Perle du Nord.

Perle du Nord anime régulièrement les rayons fruits et légumes des distributeurs avec des présentations de recettes et leur dégustation sur place pour satisfaire petits et grands. Ainsi, les parents et les enfants sont informés des bienfaits de l'endive et rassurés sur des sujets comme l'amertume du produit ou la variété des recettes possibles avec ce produit. Ces animations bénéficient d'une importante communication sur le lieu de vente avec des affiches, PLV⁶ ou promotions diverses. Ce sont d'excellentes opportunités pour les distributeurs d'affirmer leur soutien à la production locale. Le producteur d'endives s'engage lui à animer le point de vente pour valoriser son métier et prouver la qualité et l'authenticité de sa production. Quant au consommateur, il découvre l'endive, comprend bien mieux ses apports nutritionnels et peut soutenir la filière agricole locale.

Source interne

ANNEXE 7 : Participation aux salons pour Perle du Nord

Le Salon Fruit Logistica à Berlin

Le Salon Fruit Logistica (SFL) regroupe plus de 2 500 exposants dont de nombreux acteurs mondiaux du secteur des produits frais. On y découvre les dernières innovations qui portent sur les produits et services de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement. Chaque année, le SFL accueille 70 000 visiteurs professionnels venus de plus de 100 pays différents. C'est l'occasion pour Perle du Nord de s'offrir une bonne visibilité et de nombreuses opportunités auprès des acteurs du secteur, notamment la grande distribution.

Le SIAL⁷ à Paris

Vous ne connaissez peut-être pas le SIAL, le salon international dédié à l'innovation alimentaire, mais sachez que Perle du Nord y était avec un stand plein de surprises culinaires.

Le Chef Luc Dreger accompagnait notre équipe et a donc préparé de délicieuses recettes, simples et gourmandes, à base d'endive :

- saucisse de volaille, pomme de terre Ratte, endive et sauce épicée ;
- poulet Thaï aux endives.

Les visiteurs ont visiblement apprécié !

Source : perledunord.com

⁶ PLV : Publicité sur le Lieu de Vente.

⁷ SIAL : Salon International de l'Alimentation pour les professionnels.

ANNEXE 8 : Perle du Nord à la rencontre des consommateurs



Retrouvez-nous chaque week-end d'octobre ! L'équipe Perle du Nord est présente dans les rues de quatre villes françaises : Lille, Marseille, Lyon et Toulouse.

Pour retrouver nos hôtes et nos triporteurs⁸ remplis de bonnes surprises, suivez-les en direct sur Facebook et Instagram. Nous avons hâte de partager ce moment avec vous !

On vous réserve des défis, des cadeaux à gagner et des dégustations de nouvelles recettes réalisées spécialement pour l'occasion... Et inspirées par nos belles régions !

Le triporteur

Source : perledunord.com

ANNEXE 9 : « SOS Cantine » remet l'endive au menu des petits

L'émission « SOS Cantine » de M6 a réuni quatre grands chefs dans une cantine scolaire avec en vedette... notre perle !

Leur mission est de proposer aux enfants des recettes de légumes originales et de ramener l'endive dans les assiettes des écoliers. Les chefs se sont amusés à cuisiner l'endive : dans des verrines individuelles associant mimolette et raisins secs, puis en soupe, tout simplement. Ainsi l'endive s'affirme comme un ingrédient de la bonne cuisine.

« Le point commun de ces quatre Chefs ? Un amour de la bonne cuisine, une exigence sur le choix des produits, mais avant tout, le fait d'être des parents d'enfants qui mangent à la cantine » précise M6.

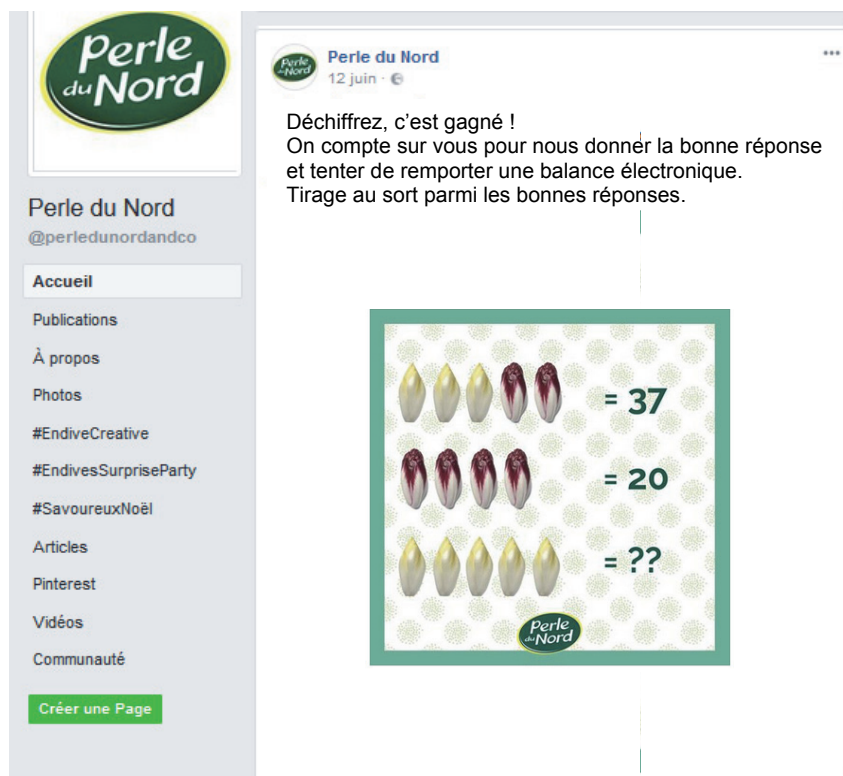
Source : perledunord.com

⁸ Triporteur : vélo à trois roues équipé d'une caisse à l'avant.

ANNEXE 10 : Perle du Nord sur les réseaux sociaux

Perle du Nord est présente sur les réseaux sociaux les plus connus : Twitter, Instagram et Facebook.

Extrait de la page Facebook de Perle du Nord :



Source : facebook.com

ANNEXE 11 : Le Club fidélité Perle du Nord

Comment gagner des points Perle du Nord ?

Il faut d'abord vous inscrire au Club fidélité sur le site internet de Perle du Nord. Vous pourrez ensuite commencer à cumuler des points de fidélité en fonction de vos achats et de votre activité sur le site :

- Inscription au club : 50 points
- Publier une recette sur le site : 10 points (limité à une recette par jour)
- Partager des articles sur Facebook : 10 points (limité à un partage par jour)
- Parrainer des amis : 10 points pour chaque personne qui s'inscrit de votre part
- Déclarer l'achat d'un produit Perle du Nord : 20 points par preuve d'achat

Comment commander les cadeaux ?

Dès que vous avez assez de points pour commander le cadeau qui vous fait envie, il faut simplement vous connecter à votre compte et aller dans la rubrique « cadeau ».

Exemples de cadeaux Club fidélité Perle du Nord

- Couverts à salade en bambou : 150 points
- Râpe à fromage : 250 points
- Kit salière et poivrière : 750 points
- Balance de cuisine : 1 100 points
- Saladiers en bambou : 1 750 points
- Wok : 2 000 points

Source : cfid.fr

ANNEXE 12 : Chiffres d'affaires de Perle du Nord

Années	2015	2016	2017	2018
Chiffre d'affaires	1 954 900 €	1 743 700 €	1 395 500 €	1 564 800 €

Source interne

ANNEXE 13 : Perle du Nord renoue avec la croissance

Après des années difficiles, dues à la mauvaise réputation de l'endive, 2018 s'est plutôt bien passée pour Perle du Nord, qui détient 52 % de part de marché. Malgré une production en baisse (- 7 %) liée aux conditions météorologiques, le chiffre d'affaires du groupe nordiste a augmenté. Perle du Nord a conquis de nouveaux acheteurs (+ 14,6 %). De belles performances si on les compare avec celles de la filière endive qui accuse, de manière générale, un léger recul de la consommation (- 1,7 %) mais conquiert aussi des acheteurs (+ 1,1 %).

Source : reussir.fr

ANNEXE 14 : Les consommateurs d'endives en 2018 – Extraits de commentaires

Agnès, 35 ans : « L'endive est un légume extraordinaire que je consomme de plus en plus, pour ses qualités nutritionnelles et son prix raisonnable. J'ai découvert de nouvelles recettes sur les conditionnements. En salade, associée à un fromage de chèvre et des noix, ou encore en velouté, c'est vraiment rapide à préparer et c'est un régal ! ».

Cyril, 9 ans : « Avant, je n'aimais pas les endives. Je trouvais ça amer. Et puis, un jour, M6 est venu à la cantine avec le Chef Norbert qui nous a fait un gratin d'endives. J'ai trouvé que c'était super bon ! Alors maintenant, j'en mange ! ».

Alex, 37 ans : « Sur Facebook, j'ai participé à un jeu-concours organisé par Perle du Nord. Le but était de créer des plats originaux à base d'endives et de poster nos photos. Je me suis pris au jeu. Avec mes enfants, on a créé un « lapin-endive ». Depuis, l'endive a la cote à la maison ! ».

Leyna, 25 ans : « Lors d'une dégustation en magasin, je me suis réconciliée avec l'endive. Depuis, pour garder la ligne, j'intègre des endives dans mon alimentation. C'est un produit très sain, riche en oligo-éléments, qui aide à la digestion. Et en plus, elles sont produites près de chez moi, dans les Hauts de France ! Je soutiens la production locale ! ».

Source interne

Sous-partie 2 : Question relative à une problématique de gestion

La meilleure des publicités, c'est un bon produit !

Un bon produit semble donc être la clé du succès commercial d'une entreprise. Celle-ci doit néanmoins se démarquer pour s'imposer sur le marché et valoriser son offre. Elle peut notamment proposer une offre globale.

En une ou deux pages au maximum, à partir de vos connaissances et en vous inspirant de la situation présentée dans la première sous-partie, vous répondrez à la question suivante :

***La création d'une offre globale est-elle suffisante
pour se différencier sur le marché ?***