

UV GE06 – FONDAMENTAUX DU MARKETING – AUTOMNE 2018
CONTROLE FINAL - Lundi 15 janvier 2018 - Durée : 2 h (Seule calculatrice autorisée)

Travail 1 : Restructuration de la gamme de produits

La société Pep'In exploite une pépinière depuis plus d'un siècle. C'est une entreprise familiale avec des méthodes de production traditionnelles. M. Vincent TIM a repris la direction de l'entreprise en novembre dernier suite au départ en retraite de ses parents.

Bien que l'entreprise ait réalisé un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros en 2016, M. TIM a constaté qu'il stagne depuis 6 ans, que la rentabilité se révèle faible avec une marge brute de 25 % environ du chiffre d'affaires et des résultats nets avoisinant 0,5 % du chiffre d'affaires.

La moitié de la production est commercialisée par la société Solvet, spécialisée dans la vente par correspondance. Elle regroupe les productions complémentaires de 6 pépiniéristes régionaux et édite tous les ans un catalogue qu'elle envoie à 30 000 clients.

25 % de la production sont vendus sur place auprès d'une clientèle locale de particuliers, sans qu'une communication précise ait été mise en place.

Le dernier quart est vendu par 3 petites centrales qui alimentent les grainetiers et les libres-services agricoles (LISA).

Distribution	Marge brute par canal (en %)
Solvet	22 %
Vente directe	40 %
Centrales	15 %

M. TIM pense que, pour améliorer la rentabilité, il faudrait examiner la gamme de produits afin de promouvoir ceux qui sont les plus rentables et porteurs d'avenir. En contrepartie, il conviendrait de supprimer ceux qui engendrent des pertes.

N'ayant pas beaucoup de moyens à sa disposition et étant pressé, il a regroupé les 120 références différentes d'arbustes en 20 lignes de produits cohérentes.

Il a élaboré le tableau de l'annexe 1 qui donne le chiffre d'affaires annuel moyen par ligne au cours des trois années précédentes, le taux moyen annuel d'évolution du chiffre d'affaires (sur cette même période) ainsi que la marge brute moyenne annuelle.

En examinant de plus près les ventes par canal de distribution, M. TIM s'est aperçu que la structure des ventes est à peu près la même dans chaque canal. Cela tendrait à signifier que la demande est assez homogène quel que soit le canal de distribution utilisé.

Travail à faire (TAF) : **(justifiez vos réponses lorsque cela est nécessaire)**

- 1.1. Représentez le circuit de distribution de cette entreprise.
- 1.2. La stratégie de distribution de l'entreprise est-elle intensive, sélective ou exclusive ?
- 1.3. Analysez la gamme des produits donnée en annexe et faites des préconisations ?
- 1.4. Quelles actions marketing proposez-vous à M. TIM pour développer ses ventes de façon rentable ?

M. TIM souhaite étendre son activité et réfléchit pour la fonction paysagiste, notamment la taille des haies. Il a réalisé une enquête auprès d'un panel de 400 clients.

Deux questions leur ont été posées concernant ce service (durée de la taille d'une haie : 30 minutes) :

Question 1 : « A quel prix estimez-vous qu'il est mauvaise qualité ? »

Question 2 : « A quel prix estimez-vous que ce service est trop cher ? »

Les réponses sont données dans l'annexe 2.

- 1.5. Déterminez le prix psychologique ou prix d'acceptabilité de ce service.
- 1.6. A partir du prix psychologique, déterminez le nombre d'acheteurs et le chiffre d'affaires potentiels. Ce prix permet-il de réaliser le chiffre d'affaires maximum ?

Travail 2 : Cas Indigo

A partir de vos connaissances et de l'annexe 3, répondez aux questions suivantes :

- 2.1. Dans un tableau, donnez les avantages et les inconvénients de chacune des trois solutions envisagées par la direction du groupe Indigo.
- 2.2. Laquelle parmi ces trois stratégies recommanderiez-vous à M. CLEMENTE, le DG d'Indigo ?
- 2.3. Quelle est la nature du business model d'Indigo ?
- 2.4. Peut-on dire qu'il y a ubérisation du marché français des parkings ?

Annexe 1 : CA annuel moyen, son évolution et la marge brute moyenne annuelle

Types d'arbustes	CA annuel moyen en K €	Evolution du CA en %	Marge brute moyenne annuelle en K €
Persistants			
Bambou	60	-10	7,5
Buis	150	-8	33
Cotonéaster	210	+ 6	60
Fusain	75	-15	12
Genêt	90	-20	30
Laurier-cerise	150	+ 8	39
Laurier	120	-20	25,5
Lavande	405	+ 6	90
Romarin	240	+ 2	64,5
Caducs			
Buddleia	210	+ 20	90
Cerisier fleur	240	+ 6	90
Cytise	120	-6	24
Deutzia	300	+ 20	82,5
Forsythia	390	0	90
Hortensia	690	-4	135
Lilas	330	-6	75
Noisetier	60	-16	7,5
Pommier blanc	180	+ 10	51,5
Prunier	120	-20	42
Tamaris	330	+ 2	75
Total	4 470		1 125

Annexe 2 : réponses des clients

Prix de vente proposé	Réponses qualité insuffisante	Réponses prix excessif
30 €	168	0
50 €	135	0
70 €	58	0
80 €	20	2
90 €	11	15
100 €	7	33
120 €	1	40
150 €	0	66
180 €	0	95
200 et plus	0	149
Totaux	400	400

