

DIRECTION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR (DGES)

DIRECTION DE L'ORIENTATION ET DES EXAMENS (DOREX)

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR / SESSION 2013

FILIERE TERTIAIRE : FINANCES - COMPTABILITE ET GESTION D'ENTREPRISES

EPREUVE :

MARKETING

Durée de l'épreuve : 2 Heures

Coefficient de l'épreuve : 2

CAS : DISLAIT

Créée en 2002 à Abidjan, l'Entreprise DISLAIT (Distribution Laitière) est une Entreprise Ivoirienne Spécialisée dans la production et la commercialisation de Lait Caillé sur tout le territoire national. Son Directeur Commercial, dans le cadre de votre stage, vous sollicite afin de travailler sur deux (2) dossiers.

DOSSIER I : LE MARCHÉ DU « LAIT CAILLE »

Le Lait Caillé est commercialisé sur un Marché théorique estimé à 45 000 000 F. Trois Entreprises se partagent ce marché (Annexe). Afin d'apprécier les indicateurs du Marché, on vous demande de calculer pour 2013.

TRAVAIL A FAIRE N° 1:

A partir de l'ANNEXE :

- 1°) Calculez le chiffre d'affaires du secteur et en déduire le taux de saturation.
- 2°) La part de Marché, la part de Marché relative et le taux de pénétration de l'Entreprise DisLait.
- 3°) Le chiffre d'affaires de la concurrence.

DOSSIER II : LES ACTIVITES COMMERCIALES DE DISLAIT.

Pour maintenir sa remarquable place sur le Marché du Lait Caillé, DisLait a opté pour une Politique commerciale où la qualité et la rentabilité sont au rendez-vous. En effet, ses produits sont vendus aux Distributeurs (supermarchés et hypermarchés) :

- Pot de 0,25 litres sous la Marque « Délice » à 200 F
- Pot de 0,75 litres sous la Marque « Excellence » à 300 F
- Pot de 1 litre sous la Marque « Super » à 500 F.

DisLait effectue souvent la vente directe aux consommateurs lorsqu'il s'agit de commandes importantes. La Politique de communication se résume à la publicité à la Télévision et par des actions de Promotion des Ventes. La matière première c'est-à-dire le Lait en Poudre est commandée de Marseille (en France) par voie Maritime sous l'Incoterm FOB.

TRAVAIL A FAIRE N° 2 : (Pour DisLait)

- 1°) Schématisez et nommez les différents circuits de distribution utilisés par l'Entreprise.
- 2°) Définissez les notions de publicité et promotion des ventes.
- 3°) Calculez les différents prix de vente (P.V) au consommateur des pots (0,25 l ; 0,75 l et 1 l) pratiqués par les intermédiaires sachant que ces derniers appliquent un taux de marque de 25 %.
- 4°) Qu'est ce qu'un Incoterm et Quelle est son utilité pour DisLait le client importateur ?

N.B. : PV. au consommateur = $\frac{\text{Prix d'achat}}{(1 - \text{Taux de marque})}$

ANNEXE

Données relatives aux Entreprises de Vente de « Lait Caillé ».

	2010	2011	2012	2013
BONLAIT	6 500 000	7 000 000	9 000 000	10 000 000
DISLAIT	9 000 000	10 000 000	12 000 000	15 000 000
ORIA	2 500 000	3 000 000	4 000 000	5 000 000
