

Baccalauréat technologique

Sciences et Technologies de la Gestion Mercatique

SESSION 2009

Épreuve de Spécialité Partie écrite

Durée : 4 heures Coefficient : 7

L'usage de la calculatrice est autorisé

Ce dossier comporte 15 pages, annexes comprises

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

L'usage d'une calculatrice de poche de fonctionnement autonome, sans imprimante et sans moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire, est autorisé conformément à la circulaire n°99-186 du 16 novembre 1999 ; BOEN n°42.

Le sujet proposé s'appuie sur une ou plusieurs situations réelles d'organisations, simplifiées et adaptées pour les besoins de l'épreuve. Pour des raisons évidentes de confidentialité, les données chiffrées et les éléments de la politique commerciale de l'organisation ont pu être modifiés.

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

Le sujet se présente sous la forme de 2 dossiers indépendants.

Page de garde		Page 1
Sommaire		Page 2
Première partie : BOUTICYCLE		65 points
Annexe 1 :	Bouticycle, l'organisation du réseau clef de voûte de votre satisfaction	Page 4
Annexe 2 :	Entreprendre en réseau	Page 4
Annexe 3 :	La carte des points de vente Bouticycle	Page 5
Annexe 4 :	Label Atelier CYCLIS : vérifier la différence !	Page 5
Annexe 5 :	Extrait de la charte Bouticycl'Or	Page 6
Annexe 6 :	Marché du cycle en 2008	Page 6 - 7
Annexe 7 :	Brad Pitt, porte-parole du Vélib	Page 8
Annexe 8 :	Les français et le sport	Page 8
Annexe 9 :	Des médailles aux jeux olympiques de Pékin	Page 8
Annexe 10 :	Les adeptes du vélo - boulot - dodo	Page 9
Annexe 11 :	Projet de publipostage électronique Bouticycle	Page 10
Deuxième partie : SOLEIL RÉUNION		75 points
Annexe 12 :	Page d'accueil du site Soleil Réunion	Page 12
Annexe 13 :	Lien contact entreprise du site Soleil Réunion	Page 12
Annexe 14 :	La gamme de produits Soleil Réunion	Page 13
Annexe 15 :	Soleil Réunion rayonne à la Foire de Paris	Page 14
Annexe 16 :	Coûts prévisionnels Foire de Paris 2010	Page 14
Annexe 17 :	En manque de piment	Page 15
Annexe 18 :	Les plats cuisinés ont meilleure mine	Page 15
Annexe 19 :	Recette du rougail de morue et données chiffrées	Page 15

Le sujet comporte 15 pages numérotées de 1 à 15. Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à votre disposition

PREMIÈRE PARTIE : BOUTICYCLE

Créé en 1995, le réseau Bouticycle compte maintenant 58 magasins indépendants, unis pour pouvoir proposer les meilleurs produits dans les meilleures conditions. Le point de vente Bouticycle de Fréjus, station balnéaire du sud de la France, est adhérent à ce réseau.

Bouticycle propose à tous les amoureux du vélo un professionnalisme digne d'un maillot jaune : des conseils de spécialistes disponibles et compétents, un suivi efficace et dynamique.

Le responsable du point de vente Bouticycle de Fréjus, monsieur Lanotte, commercialise des cycles pour les professionnels, les amateurs éclairés, mais également pour les pratiquants occasionnels.



Travail à faire (annexes 1 à 5) :

- 1.1 Précisez à quel type de réseau appartient l'enseigne Bouticycle.
- 1.2 Donnez les avantages à adhérer au réseau Bouticycle.
- 1.3 Présentez l'intérêt d'instaurer un label et une charte pour les enseignes du réseau Bouticycle.

Malgré sa spécialisation, monsieur Lanotte aimerait savoir si il y a une opportunité de développement de son activité dans le domaine du vélo urbain (vélos de ville, vélos pliants).

Travail à faire (annexes 6 à 10) :

- 1.4 Analysez le marché français du cycle en précisant l'offre, la demande et les facteurs environnementaux qui l'influencent.
- 1.5 Déterminez la part représentée par chaque segment de produit sur le marché français du cycle. Précisez les critères de segmentation retenus par les offreurs sur ce marché.
- 1.6 Justifiez l'intérêt pour Bouticycle de commercialiser des vélos urbains.

Avant de proposer des vélos urbains à la vente, monsieur Lanotte veut tester le marché local en les proposant à la location. Il envisage de mettre en place une opération de mercatique directe en septembre 2009 afin de sensibiliser ses clients actuels à ce nouveau service.

Travail à faire :

- 1.7 Appréciez l'utilité de développer ce service de location pour Bouticycle.
- 1.8 Analysez la structure et le contenu du publipostage électronique (annexe 11).
- 1.9 Montrez comment monsieur Lanotte reprend les trois composantes de l'attitude dans la rédaction de son publipostage (annexe 11).

ANNEXE 1 : Bouticycle, l'organisation du réseau clef de voûte de votre satisfaction.

Les 58 magasins répartis sur la France métropolitaine et les DOM-TOM représentent une force significative sur le marché du cycle.

Grâce aux instances mises en place, le réseau est structuré sous forme de groupement d'achats pour être en phase avec l'offre des fabricants, voire être précurseur quand c'est nécessaire. Un Comité de Pilotage du Réseau Bouticycle (CPRB), avec un représentant par région, prend les grandes décisions d'orientation sur tous les aspects touchant à l'activité de notre commerce. Des Groupement d'Intérêts Régionaux (GIR), qui génèrent des réunions trimestrielles par région, apportent des réponses plus appropriées aux spécificités de chaque zone géographique. Des réunions nationales thématiques du réseau se tiennent deux fois par an.

Source interne

ANNEXE 2 : Entreprendre en réseau.

Entreprendre en réseau est-ce une bonne formule lorsque l'on a un projet d'entreprise ?

Tout dépend du porteur de projet ! Devenir chef d'entreprise suppose non seulement de connaître son métier mais aussi d'avoir de bonnes notions en matière de gestion, de marketing et de management. Tout le monde n'a pas la chance de les avoir acquises dans son parcours scolaire et/ou professionnel ! La notion de "réseau" prend alors toute son importance : le réseau relationnel tout d'abord, qui peut être très utile, mais qui n'est pas forcément disponible au moment souhaité ; les réseaux publics et institutionnels d'accompagnement qui apportent une aide précieuse aux porteurs de projets au niveau du montage de leur projet ; les réseaux de commerce organisé qui, enfin, permettent de gagner du temps et surtout de bénéficier de l'expérience acquise non seulement par la tête de réseau mais aussi par ses membres.

Les enseignes se sont développées à partir de concepts qui ont été testés et ajustés au fil du temps. Des fournisseurs sont déjà référencés et bien souvent des conditions favorables de paiement sont déjà négociées. C'est un avantage considérable ! Rejoindre un réseau de commerce organisé permet donc de générer du trafic dès l'ouverture, de mieux gérer son besoin en fonds de roulement et ainsi de monter en puissance plus rapidement.

Source : <http://www.apce.com/>

ANNEXE 3 : La carte des points de vente Bouticycle.



Source interne

ANNEXE 4 : Label Atelier CYCLIS : vérifiez la différence !

Quand vous poussez la porte d'un magasin Bouticycle qui arbore le label Atelier CYCLIS, soyez certain de bénéficier des conseils et de la compétence de détaillants disposant d'un atelier hyper professionnel. Les réparations ainsi que les produits montés sur votre vélo répondent à un cahier des charges très précis. Le label Cyclis est là pour vous assurer que toutes les opérations ont été faites en parfaite conformité avec ce cahier des charges. Le mécanicien, diplômé et reconnu par la profession, utilise toujours l'outillage adéquat. Par exemple, pour exercer le serrage idéal, l'assemblage du cintre, de la potence ou de la tige de selle se font à l'aide de clés de qualité professionnelle.

Le mécanicien bénéficie d'une formation continue qui vous garantit la réactualisation permanente de ses connaissances techniques. Le montage de votre vélo fait toujours l'objet d'une attention toute particulière.

Les pièces détachées utilisées sont également de qualité supérieure. Votre magasin Bouticycle a une obligation de résultats.

Le vélo que vous achetez est toujours livré avec son éclairage, son certificat de garantie et les notices d'entretien et de réglage en langue française. Le coût horaire de la main d'œuvre et les tarifs des différentes opérations sont affichés clairement en atelier : pas de mauvaise surprise à la clef !

Source interne

ANNEXE 5 : Extrait de la charte Bouticycl'Or.

CHARTRE Bouticycl'Or	Les 14 points de contrôle de Bouticycle
Des vélos rigoureusement sélectionnés et contrôlés : <ul style="list-style-type: none">▪ Des vélos ayant fait l'objet de 14 points de contrôle.	<ul style="list-style-type: none">▪ Contrôle de l'état du cadre▪ Contrôle du système de freinage▪ Contrôle du système de transmission▪ Contrôle de la fourche▪ Contrôle de l'amortisseur▪ Contrôle de la chaîne▪ Contrôle des pignons▪ Contrôle des plateaux▪ Contrôle de pneumatiques▪ Contrôle des roues▪ Contrôle du jeu de direction▪ Contrôle du boîtier de pédalier▪ Contrôle de la guidoline▪ Contrôle de la visserie de l'ensemble cintre/potence
Des vélos garantis : <ul style="list-style-type: none">▪ Des vélos réglés, révisés, prêts à l'utilisation.▪ Garantie 3 mois, pièces et main d'œuvre.	
Des vélos suivis : <ul style="list-style-type: none">▪ Contrôle gratuit dans les trois mois suivant l'achat.	

ANNEXE 6 : Marché du cycle en 2008.

• En terme de consommation, l'année 2008 est une année stable au niveau du volume de ventes et une bonne année en terme de chiffre d'affaires. Le marché du cycle français est le deuxième au niveau européen après l'Allemagne.

En terme économique, la consommation française 2008 du secteur cycle «vélos et périphériques» représente 1,430 milliard d'euros, soit une augmentation de 5,5 % par rapport à 2007.

La consommation 2008, c'est donc plus de 3,5 millions de vélos. Un volume identique à celui de 2007, à 100 unités près.

- Selon les familles de cycles, l'évolution des volumes de ventes est contrastée :
 - Les vélos de ville et les vélos enfants hors VTT¹ sont les deux familles bénéficiaires de cette année 2008 avec des volumes en forte progression, + 35 % pour les vélos ville et + 15 % pour les vélos enfant hors VTT.
 - La famille course voit aussi son volume de vente progresser de + 8 %.

¹ Vélos Tout Terrain

ANNEXE 6 (suite) : Marché du cycle en 2008.

- Les spécialistes indépendants sous enseigne restent les «leaders». Ils constituent un poids économique important dans l'activité cycle nationale. Ce circuit représente plus de la moitié du montant total du chiffre d'affaires (52 %) pour seulement un quart du volume des ventes.

Il se renforce grâce à son évolution qualitative notamment par le développement des enseignes spécialisées.

- Il ne faut pas oublier, ni négliger le deuxième acteur du marché en valeur : les Grandes Surfaces Spécialisées, avec 38 % des ventes, qui continuent leur progression.

- Les Grandes Surfaces Alimentaires représentent 10 % de l'ensemble du chiffre d'affaires pour 26,5 % du volume.

- Un vélo sur deux est acheté en GSS (Grandes Surfaces Spécialisées), 1 sur 4 chez les spécialistes indépendants.

- Hausse des ventes en volume en GSS (+ 4 %), chez les spécialistes indépendants (+ 3,5 %).

- Plus de 51 % des VTT et 56 % des VTC (Vélos Tous Chemins) sont vendus en Grandes Surfaces Spécialisées.

- La course reste le domaine des spécialistes avec près de 73 % du volume.

- Le volume des ventes de vélos urbains a été réalisé à près de 53 % par les GSS, 28 % par les spécialistes indépendants. Les Grandes Surfaces Alimentaires enregistrent la diminution la plus sensible liée certainement à un moindre engagement pour le produit vélo (- 7,5 %).

- A quel prix a-t-on acheté son vélo en 2008 ?

- Le prix moyen chez les spécialistes indépendants va de 517 € à 576 € selon leur appartenance ou pas à une enseigne.

- Le prix moyen en surface multisports n'a cessé de baisser au cours des 4 dernières années mais repart cette année à la hausse avec 188 €, soit + 8,7 % par rapport à 2007.

- Le prix moyen en Grandes Surfaces Alimentaires marque une très légère tendance à la hausse (+ 0,4 %), mais reste au dessous de la barre des 100 € pour atteindre 95 €.

Quels sont les gagnants et les perdants en part de marché ?

Segments	Ventes en volume en 2008
BMX et Bicross	122 700
VTT junior	493 900
VTT adultes	1 047 200
VTT 20 et 24"	620 100
Vélos de course	199 400
Vélos urbains	232 500
Vélos enfants	668 300
Vélos jouets	143 500

Source : www.tousavelo.info

ANNEXE 7 : Brad Pitt, Porte-parole du Vélib'.

BRAD PITT, PORTE-PAROLE DU VÉLIB'



Pour les besoins d'un court-métrage consacré aux initiatives écologiques mises en place par les grandes villes du monde, la chaîne américaine PBS a décidé de mettre Brad Pitt à contribution pour parler... du Vélib' ! C'est le quotidien « Le Parisien » qui l'a annoncé aujourd'hui. Et si pour la version française, c'est l'élu parisien en charge du Plan Climat, Denis Baupin qui se chargera de raconter l'histoire du Vélib', pour la version américaine, c'est Brad Pitt qui s'occupera de vanter les mérites de notre système de vélos en libre service. La rencontre aura lieu le 6 novembre prochain dans la capitale. Alors toutes à vos Vélib'! K.M.

31/10/2008

© Starface

Voter pour cet article : ★★★★★

Source : <http://www.elle.fr/elle/people/la-vie-des-people>

ANNEXE 8 : Les français et le sport.

Après Roland Garros et l'Euro 2008 de foot, l'été se poursuit sous le signe du sport, avec le départ du Tour de France et les Jeux Olympiques de Pékin, rendez-vous incontournable du mois d'août..., autant de grands événements qui influent souvent sur les comportements sportifs des Français.

Selon une étude « Acxiom », expert en connaissance client et ciblage marketing, près des deux tiers des foyers français pratiquent au moins une activité sportive. Même si ce chiffre marque une légère baisse depuis 2006, certains sports conservent leur attrait traditionnel, quand d'autres ont tendance à évoluer en fonction de la médiatisation sportive, des chances de médailles ou des résultats.

Le départ du Tour de France 2008 remet de nouveau cette année le cyclisme sur le devant de la scène. Activité familiale, la pratique du vélo est régulière pour 30 % des foyers français. Le plus souvent, le vélo attire de jeunes couples avec enfants entre 10 et 14 ans pour 15 % d'entre eux, souhaitant allier sport et découverte de la nature.

Source : <http://www.communiqués-de-presse.fr/les-français-et-le-sport.htm>

ANNEXE 9 : Des médailles aux jeux olympiques de Pékin.



JO de Pékin : beau bilan sur les épreuves cyclistes ! 6 Médailles : 2 d'Or, 3 d'argent et 1 de bronze... Belle contribution des cyclistes, pistards, VTTistes ou Racers (BMX) à la moisson française pékinoise. Toutes nos félicitations à nos athlètes sur roues, au fabuleux double doublé Or/Argent : Anne-Caroline et Laetitia en BMX et Julien + Jean-Christophe en VTT, super pour les pistards de Mickael au trio par équipe en vitesse et mention pour notre inoxydable Jeannie qui sur ces 7^{ème} JO finit à 1 seconde du bronze en contre la montre, tout simplement admirable. Merci pour ces belles émotions... Vivement Londres 2012 ! Nul doute que des vocations vont naître chez nos plus jeunes concitoyens et concitoyennes !

Source : Newsletter Boutycycle

ANNEXE 10 : Les adeptes du vélo - boulot – dodo.

Les trois cent cinquante places de stationnement actuelles sont insuffisantes, il faudra bientôt en rajouter d'autres. Pourtant, le site grenoblois du fabricant de semi-conducteurs ST Microelectronics ne se prépare pas à accueillir un nouveau parking mais bien des abris à vélo supplémentaires. La société, qui compte 2 200 salariés à Grenoble, est l'une des premières à avoir développé l'usage de la petite reine pour se rendre sur son lieu de travail. Lancée fin 1999 par des salariés, l'idée visait à limiter les arrivées en voiture individuelle sur le site. À l'époque, une centaine de personnes pédalaient pour arriver sur le site. Depuis, l'idée a été intégrée dans un plan de déplacement d'entreprise (PDE). Au programme, incitations à utiliser les transports en commun ou le covoiturage et, bien sûr, développement du vélo. « Les salariés qui se signalent et s'engagent à effectuer 80 % de leurs déplacements annuels à vélo se voient remettre un kit vélo », explique Pascale Poblet, responsable du programme PDE.

Ce sac aux couleurs de la société contient notamment un poncho, un casque, un éclairage, des surchaussures et un gilet réfléchissant. Deux fois par an, un entretien des cycles est proposé sur place. Aujourd'hui, pas moins de 320 personnes sont inscrites sans compter les usagers occasionnels. « C'est devenu un besoin pour bien des gens, cela fait partie de leur bien-être », estime Pascale Poblet. Rien n'est laissé au hasard : quatre douches pour les hommes et trois pour les femmes sont prévues pour les cyclistes qui arriveraient en sueur. Les cyclistes traditionnels pourront quant à eux bénéficier d'ici à quelques mois d'une formation à la sécurité pour optimiser leur comportement. Actuellement 53 % des salariés ont délaissé leur voiture individuelle et la société vise le chiffre de 60 % à l'horizon 2010.

En 2005, les ventes de cycles progressaient pour la quatrième année consécutive pour atteindre le niveau record de 3,76 millions d'unités. « Il y a un développement du vélo comme objet de loisirs mais nous observons aussi une forte croissance dans le secteur des vélos urbains », note Didier Huré, délégué général de Tous à vélo (Conseil National des Professions du Cycle). Si les ventes de 2006 s'annoncent moins bonnes, le développement des zones cyclables en ville et les préoccupations écologiques croissantes devraient permettre de soutenir l'usage du vélo comme moyen de déplacement.

Les entreprises restent encore un peu frileuses pour l'instant et se contentent souvent de démonstrations avant d'envisager cette solution à plus long terme. Une agence parisienne de la banque HSBC vient pourtant de se laisser convaincre, à petite échelle. Depuis le mois de juin, la dizaine de commerciaux de cette banque d'affaires dispose de deux vélos à assistance électrique pour leurs déplacements.

L'idée est très bonne mais il faut du temps pour convertir les usagers. Peut-être faudra-t-il regarder du côté de nos voisins belges pour trouver des arguments supplémentaires ? Là-bas, une prime facultative permet de récompenser les travailleurs à vélo. Depuis 1998, l'employeur peut en effet verser à ses salariés une indemnité de 0,15 euro par kilomètre parcouru, net d'impôts.

Source : <http://www.lefigaro.fr>

ANNEXE 11 : Projet de publipostage électronique Bouticycle.

De : contact@bouticycle.com

Envoyé :

A : michelle.X@laposte .net

Objet : C'est la rentrée !! Votre vélo est-il prêt ? Roulez...

Bouticycle, « vers un monde qui roule »

Bonjour Michelle,

Vous êtes détendu(e), bronzé(e) ou requinqué(e)... Alors faites le bon choix : avec Bouticycle, tous les jours ce sera Vélo-Boulot aller retour !

Le saviez-vous ? Rapide, pratique et économique, le vélo est le mode de déplacement le plus adapté en centre-ville.

Terminé les embouteillages matin et soir, Bouticycle vous propose un nouveau service urbain de proximité.

Silencieux, propres et sécurisés nos vélos sont équipés pour tous vos déplacements quotidiens.

Alors n'hésitez pas rendez-vous sur le site de Bouticycle.com ou dans notre point de vente, vous y trouverez toutes les formules de location adaptées à vos besoins.

PS : Venez les premiers, une réduction sur votre première semaine de location vous attend !

Source : Bouticycle

DEUXIEME PARTIE : SOLEIL RÉUNION

Vanter et vendre les confitures, les *rougails bréd mouroug*, *bréd manyok*, le miel,... tout en formant des jeunes garçons et filles, c'est la mission de l'entreprise d'Insertion Promotion Produit Réunion plus connue sous le nom de Soleil Réunion.

Depuis 1996, grâce à l'implication et à la conviction de son président, Gérard RANGAMA, Soleil Réunion est présente à l'entrée et au sein des grandes surfaces de La Réunion. Après des débuts difficiles, de nombreux partenaires adhèrent aujourd'hui à la démarche de cette entreprise.



Le succès rencontré par l'entreprise amène Gérard RANGAMA à envisager un développement de son offre à l'international. Pour cela, il s'interroge sur la possibilité de vendre directement ses produits à partir de son site.

Travail à faire (annexes 12 à 14) :

- 2.1 Identifiez les principales critiques à apporter au site Internet de Soleil Réunion afin de répondre à l'objectif commercial de Gérard RANGAMA.
- 2.2 Proposez des éléments permettant à Soleil Réunion d'évoluer vers un site marchand.

En 2010, Soleil Réunion s'envolera pour la sixième fois à la Foire de Paris. Pour cette nouvelle participation, plusieurs tonnes de produits d'exception seront expédiées. Gérard RANGAMA souhaite mesurer la rentabilité de cette opération.

Travail à faire (annexes 15 et 16) :

- 2.3 Déterminez les avantages pour Soleil Réunion de cette participation à la Foire de Paris.
- 2.4 Calculez le seuil de rentabilité de sa participation à la Foire de Paris. Commentez vos résultats

Gérard RANGAMA et son équipe souhaitent développer une nouvelle offre de plat cuisiné : *le rougail de morue*. Ce produit sera présenté dans un conditionnement en verre de 400 g.

Travail à faire (annexes 17 à 19) :

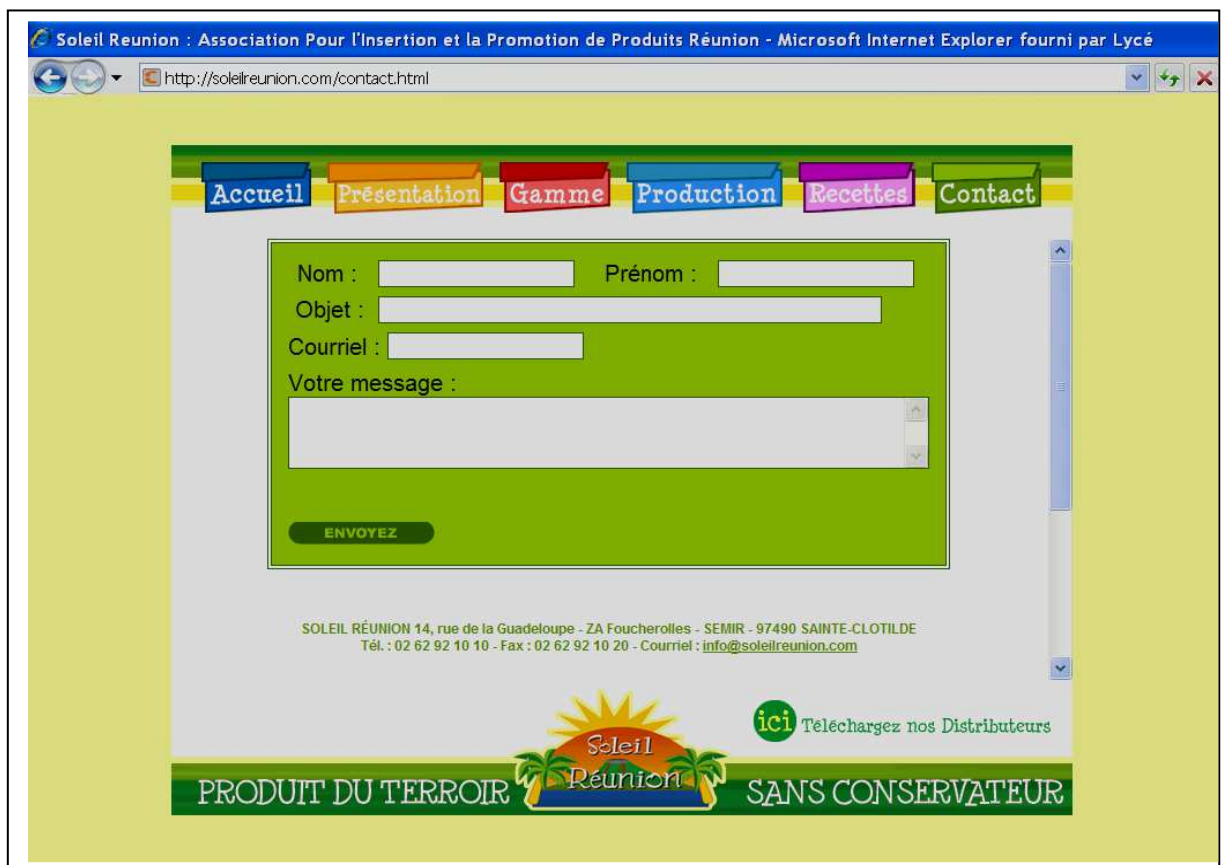
- 2.5 Analysez les tendances sur le marché des plats cuisinés.
- 2.6 Montrez comment la nouvelle offre proposée par Soleil Réunion répond aux tendances sur le marché français des plats cuisinés.
- 2.7 Calculez la marge et le taux de marge susceptibles d'être dégagés par Soleil Réunion en proposant cette nouvelle offre.

ANNEXE 12 : Page d'accueil du site Soleil Réunion



Source : site Internet

ANNEXE 13 : Lien contact entreprise du site Soleil Réunion



Source : site Internet

ANNEXE 14 : La gamme de produits Soleil Réunion

Soleil Reunion : Association Pour l'Insertion et la Promotion de Produits Réunion - Microsoft Internet Explorer fourni par Lycé

http://soleilreunion.com/gamme.html

Accueil Présentation Gamme Production Recettes Contact

Coffret Soleil Reunion

Un Coffret Soleil Réunion à composer soi même avec toutes les produits de la gamme Soleil Réunion.

Remplissez votre coffret à offrir en choisissant trois bocaux de 250 grs dans notre gamme de produits.



Achards, Rougails, Confits et Piments

Condiments à base de fruits verts ou de légumes mélangés à des épices, ils sont indispensables à la cuisine réunionnaise.

LES ACHARDS : de Palmiste, de Chouchou pimenté, de Jacque pimenté, de Bilimbi, de Papaye pimenté, de Banane Verte, de Baba Figue, de Citron, de Vacoas, de Bambou, Mangue Papaye, de Choux de Coco, de Mangue Piment, de Fanjan.

LES ROUGAILS : Brède Manioc, Bringele, Brède Songe, Tamarin, Citron.

LES CONFITS : de Citron Pimenté, de Mangue Citron Pimenté, Petits Chouchou au vinaigre.

LES PIMENTS : Rouge à l'Ananas, Rouge à l'Orange, Pâte de Piment Rouge, Piment Vert et Rouge au Gingembre et à la Mangue, Pâte de Piment Vert à l'Ananas, Vert à la Mangue, Piment Cabris Vert et Rouge.



Confitures et Gelées

Savoureuses et gorgées de soleil, elles sont préparées à l'ancienne au feu de bois et font toujours le délice des petits et des grands.

LES CONFITURES: Banane-Ananas, Mangue-Miel, Letchis, Banane, Papaye, Papaye-Ananas, Goyavier, Coeur de Boeuf, Jacque, Banane-Chocolat, Songe-Geranum, Papaye Combava.

LES GELÉES: Mûrier, Goyavier, Evis, Mangue.



Miels et Sirops

Toute la douceur de La Réunion et le savoir-faire d'anta pour mettre les papilles en éveil.

LES MIELS : Letchis.

LES SIROPS : Tamarin, Gingembre.



ici Téléchargez notre Catalogue

PRODUIT DU TERROIR  SANS CONSERVATEUR

Source : site Internet

ANNEXE 15 : Soleil Réunion rayonne à la Foire de Paris

La Réunion sera une fois de plus présente à la Foire de Paris, du 30 avril au 12 mai 2008. Treize jours intenses où la délégation Réunion devra faire preuve d'originalité pour attirer l'attention des 700 000 visiteurs qui se déplacent chaque année pour l'une des plus grandes foires d'Europe.

Une place de choix est d'ores et déjà assurée aux 19 exposants, entre les 2 principaux halls du Salon Terres de France et Terres des Tropiques. Les 400 m² de l'espace Réunion ne risquent donc pas d'être noyés dans les stands de la Martinique, de la Guadeloupe ou encore de la Guyane. Près de 270 m² seront réservés à la restauration, et le reste de l'espace Réunion destiné à la promotion des produits agro-alimentaires, artisanaux et à l'information touristique. Cet espace entre les 2 halls, réservé cette année à La Réunion, draine habituellement 70 % des visiteurs, soit près de 500 000 personnes. Il revient aux exposants de mettre tout en œuvre pour capter cette clientèle. Les exposants ont fait appel à un artiste pour animer l'espace Réunion. « *Il y aura un parfum réunionnais, des senteurs et des images fortes qui dépassent le papier glacé* ». Une tactique qui a déjà fait ses preuves, puisque La Réunion a reçu le premier Prix du stand il y a 2 ans. Pour Fernand Payet, de la Maison de la Montagne, l'innovation se trouve cette année dans les produits.

Neuf nouveaux exposants s'ajoutent aux 10 qui ont tenu des stands l'année dernière. C'est le cas de Sylphide Création qui a eu l'occasion d'organiser un défilé de mode avec succès, ou de Mélanges du Sud qui prépare des cocktails à base de fruits et des confitures. D'après Victorine Tailou, fondatrice des Samoussa Tailou, la foire est un rendez-vous incontournable pour les artisans réunionnais. Elle en est à sa cinquième année de participation, et espère étendre son activité grâce à de nouveaux contacts. La Foire de Paris lui a permis d'installer 2 points de vente à Paris pour la restauration et pour les particuliers.

Trouver de nouveaux contrats, c'est aussi l'objectif des autres artisans. Mais le pari sera en partie gagné si les exposants arrivent à écouler leurs produits. « *En moyenne, un visiteur dépense entre 600 et 700 euros* », précise-t-il. Pour se faire connaître, les exposants pourront profiter de 2 temps forts : l'inauguration de la foire par le maire et la CCI² de Paris, ainsi que le cocktail créole organisé le 6 mai, offert par le stand Réunion, en présence de personnalités politiques et économiques, des professionnels du tourisme et des associations. Les compagnies aériennes (Air Austral et Air France), les hôtels (Relais des Cimes, Tsilaosa, Océan Maloya, Le Floralys), Avis Réunion se sont associés pour mettre en jeu un séjour. Cerise sur le gâteau, Miss France devrait se joindre à l'équipe de l'IRT³ pour promouvoir notre île.

Source : <http://www.temoignages.re> - 2008

ANNEXE 16 : Coûts prévisionnels - Foire de Paris 2010

- Valeur des marchandises expédiées : 45 % du chiffre d'affaires HT.
- Coût de transport des marchandises expédiées (fret maritime, frais de transport) : 15 % du chiffre d'affaires HT.
- Frais de mise en valeur des produits (nappe, décoration, PLV,...) : 1 600 €
- Frais de transport et de séjours des démonstrateurs :
 - Avion : 2 500 € - Hôtel : 1 500 € - Repas : 954 €
- Loyer emplacement pour la durée de la Foire de Paris : 3 000 €
- Frais fixes divers : dégustation, dons,... : 900 €
- Soleil Réunion prévoit de réaliser un chiffre d'affaires « Foire de Paris » de 36 200 €.

Source : Soleil Réunion- 2008

² Chambre de Commerce et d'Industrie

³ Ile de la Réunion Tourisme

ANNEXE 17 : En manque de piment

Le rayon assaisonnements est à la croisée de plusieurs tendances marquantes : retour des français en cuisine, préoccupation pour la santé, attrait pour les saveurs douces, les produits exotiques et naturels. Les français plébiscitent toujours autant les solutions repas pratiques et rapides au quotidien, mais ils ne rechignent plus, à certains moments privilégiés, à passer du temps derrière leur fourneau.

La cuisine est bien dans l'air du temps. Dans ce contexte, rien d'étonnant à ce que les poivres, herbes, épices et mélanges aient le vent en poupe. Ils enregistrent de loin la plus belle croissance des assaisonnements. La performance des épices et mélanges (+ 10 %) s'explique par un autre engouement du moment, l'exotisme.

En revanche, les autres familles du rayon connaissent des fortunes diverses. L'impact de ce retour en cuisine semble être affecté par d'autres tendances marquantes. De nombreux marchés doivent ainsi composer avec la préoccupation croissante des français pour leur santé.

Source : Lineaire.fr 21/04/2008

ANNEXE 18 : Les plats cuisinés ont meilleure mine

Pendant que Maggi essaie d'enrayer l'érosion de sa part de marché, les MDD poursuivent leur progression. La rénovation des gammes vers « plus de plaisir, plus de santé », sort le rayon de la morosité.

L'écart entre les trois premières marques nationales présentes sur le segment des plats cuisinés s'est une fois de plus réduit ces derniers mois. Si la bataille est âpre, elle a le mérite de réveiller un marché qui n'est plus aussi morose que les années précédentes : les plats cuisinés sont en croissance aussi bien en volume (+ 1,9 %), qu'en valeur (+ 1,7 %). « Si le bi-portion accuse toujours un net recul, les boîtages individuels et les plats cuisinés familiaux portionnables restent très dynamiques » résume Sabine Pelloux-Prayer, chef de produits chez Schwan's.

Pour s'inscrire sur le tandem santé/plaisir, marques et MDD rénovent les produits piliers, diminuent les taux de sel et de matières grasses, ajoutent des produits nobles. C'est la réhabilitation des plats cuisinés « vers le beau, le bon, le sain » résume chez Nestlé Florence Frappa. En signe de ce renouveau, les premiers prix sont en nette diminution : enclenchée en 2006, leur baisse a pris de l'ampleur en 2007 avec une part de marché valeur en chute de 11,5 %. « Le plat cuisiné est passé du produit de dépannage au produit plaisir » conclut Steven Libermann, directeur marketing chez Findus.

Source : Lineaire.fr

ANNEXE 19 : Recette du rougail de morue et données chiffrées

Ingrédients pour la recette du rougail de morue	Données chiffrées
- 400 g de morue salée et séchée - 6 tomates - 4 gros oignons - 3 gousses d'ail - 5 piments - 1 branche de thym - 2 cuillères à soupe d'huile d'olive	- Le coût de revient du pot de 400 gr de la rougail de morue s'élève à 2,90 €. - Il sera proposé en Grandes et Moyennes Surfaces au prix de 5,20 € TTC (TVA à 19,6 %) - La marge du distributeur est de 1,16 €

Source interne