

Baccalauréat Technologique

Sciences et Technologies du Management et de la Gestion Mercatique

Session 2020

Épreuve de Spécialité Partie écrite

Durée : 4 heures Coefficient : 6

*L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.*

Ce dossier comporte 14 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 « Graine de Pastel »		90 points
Premier dossier : <i>L'analyse du marché de Graine de Pastel</i>		Page 3
Deuxième dossier : <i>L'offre de Graine de Pastel</i>		Page 4
Troisième dossier : <i>La communication de Graine de Pastel</i>		Page 4
Annexe 1	Le marché de la cosmétique	Page 5
Annexe 2	Les Françaises et les produits de cosmétique	Pages 5 et 6
Annexe 3	Les chiffres d'affaires de Graine de Pastel	Page 6
Annexe 4	Le succès de Graine de Pastel	Page 6
Annexe 5	Le label « Cosmos Natural »	Page 7
Annexe 6	Carte perceptuelle des acteurs du marché de la cosmétique	Page 7
Annexe 7	L'offre cosmétique de Graine de Pastel	Page 8
Annexe 8	La « Pâte démaquillante » de Graine de Pastel	Page 9
Annexe 9	Entretien avec Carole Garcia, directrice de Graine de Pastel	Pages 9 et 10
Annexe 10	Données chiffrées de la « Pâte démaquillante »	Page 10
Annexe 11	Extrait des relevés de prix des principaux produits concurrents	Page 10
Annexe 12	Avis de clientes	Page 11
Annexe 13	L'émission « Des racines et des ailes » sur France 3	Page 11
Annexe 14	Graine de Pastel et les réseaux sociaux	Page 12
Annexe 15	Extrait d'un article de Clémence, une blogueuse	Page 13
Annexe 16	La bannière publicitaire de la « Pâte démaquillante »	Page 13
Sous-partie 2 : Question relative à une problématique de gestion		30 points
		Page 14

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.



Fortes d'un parcours professionnel dans l'industrie pharmaceutique et cosmétique, Carole Garcia et Nathalie Juin ont fondé leur entreprise il y a une dizaine d'années, une PME spécialisée dans les produits cosmétiques naturels à base d'huile de pastel¹, sous la marque Graine de Pastel.

Persuadées du potentiel inexploité du pastel dans le domaine de la cosmétique, les cofondatrices ont pour objectif de s'imposer sur le marché des soins naturels du visage et du corps. Pour démontrer l'efficacité de cet actif végétal issu d'une plante cultivée localement, aux propriétés anti-oxydantes² et anti-âge reconnus, l'entreprise travaille en partenariat avec le CRITT³ de Toulouse. L'entreprise a déposé quatre brevets.

Carole Garcia, la Présidente de Graine de Pastel, souhaite développer son offre, tout en préservant les valeurs de sa marque.

Premier dossier : **L'ANALYSE DU MARCHÉ DE GRAINE DE PASTEL**

Les Français, de plus en plus séduits par les cosmétiques naturels, changent leur comportement de consommation. De nombreuses entreprises se sont lancées sur ce segment. Carole Garcia souhaite effectuer une analyse de sa situation sur le marché et vérifier la pertinence de son positionnement.

Travail à faire (annexes 1 à 6) :

- 1.1 Présentez les tendances de l'offre du marché de la cosmétique.
- 1.2 Identifiez les facteurs explicatifs du comportement du consommateur de cosmétiques naturels.
- 1.3 Analysez l'évolution du chiffre d'affaires de Graine de Pastel.
- 1.4 Caractérissez le positionnement adopté par Graine de Pastel sur son marché.
- 1.5 Appréciez la pertinence du positionnement de Graine de Pastel.

¹ Le pastel : plante médicinale et colorante (couleur « bleu pastel ») connue depuis l'Antiquité.

² Antioxydant : qui a pour effet de protéger les cellules de la peau.

³ CRITT : Centre régional d'innovation et de transfert de technologie : institut de recherche.

Deuxième dossier : L'OFFRE DE GRAINE DE PASTEL

Convaincue des opportunités du développement de son entreprise, Carole Garcia a décidé d'étoffer sa gamme grâce au lancement d'un nouveau produit : la « Pâte démaquillante », élaborée à partir d'ingrédients naturels et respectueux de l'environnement. Après 6 mois de commercialisation, elle souhaite faire un premier bilan.

Travail à faire (annexes 7 à 12) :

- 2.1 Caractérissez l'offre globale de Graine de Pastel et montrez son intérêt pour l'entreprise.
- 2.2 Identifiez le type d'approche mercatique utilisée par Graine de Pastel pour l'élaboration de la « Pâte démaquillante ».
- 2.3 Présentez les composantes matérielles et immatérielles du produit « Pâte démaquillante » et montrez en quoi elles contribuent à créer de la valeur perçue.
- 2.4 Calculez et comparez le prix de vente public du nouveau produit « Pâte démaquillante » de Graine de Pastel, par rapport aux prix des produits concurrents.
- 2.5 Appréciez la satisfaction des clients pour le produit « Pâte démaquillante ».

Troisième dossier : LA COMMUNICATION DE GRAINE DE PASTEL

Depuis 2018, Graine de Pastel a intensifié sa communication en diversifiant les moyens utilisés, y compris pour son nouveau produit la « Pâte démaquillante ». Pour la première fois, elle met en place une bannière visant à soutenir la commercialisation de ce produit, tout en développant sa notoriété.

Travail à faire (annexes 13 à 16) :

- 3.1 Caractérissez les moyens de communication utilisés par Graine de Pastel.
- 3.2 Montrez la complémentarité de ces moyens de communication en termes d'objets et d'objectifs.
- 3.3 Analysez le message de la bannière publicitaire du produit « Pâte démaquillante » en termes d'argumentation commerciale.
- 3.4 Analysez la rentabilité de la promotion. Concluez sur l'efficacité de la bannière publicitaire.

ANNEXE 1 : Le marché de la cosmétique

Le marché de la cosmétique conventionnelle⁴, commercialisant des produits comprenant des ingrédients synthétiques, voit ses ventes chuter (- 2,6 % entre 2018 et 2019). À l'inverse, le marché de la cosmétique naturelle progresse fortement (+ 27,5 % sur la même période).

Certes, le marché de la cosmétique naturelle ne représente que 1,5 % du chiffre d'affaires du secteur. Toutefois, cette part a augmenté ces dernières années, poussée par les consommateurs qui sont 80 % à vouloir des produits naturels, composés de plantes ayant un principe actif⁵ reconnu, plus efficaces et plus sains.

Plusieurs concurrents se partagent le marché de la cosmétique. Le leader est le groupe « L'Oréal », dont la marque « Gemey » réalise une part de marché de 47,3 %, suivi par le groupe « Nivea » avec 10,9 %. Loin derrière, une multitude de petites marques tentent de se créer une place sur ce marché.

C'est un marché complexe car trois segments occupent ce marché : les soins visage et corps, les produits de maquillage et les produits d'hygiène.

Sur le marché de la cosmétique conventionnelle en 2019, deux segments restent en tête : le maquillage et les soins visage et corps. Le maquillage, bien qu'en baisse de 1,4 %, représente 427 milliards d'euros de chiffre d'affaires tandis que les soins visage et corps sont en stagnation avec 295 milliards d'euros de vente cette année.

En ce qui concerne le marché de la cosmétique naturelle, les segments les plus porteurs sont les soins du visage et du corps et les produits d'hygiène avec une progression des ventes respectivement de +29,6 % et +12,3 %.

Source : d'après isa-conso.fr

ANNEXE 2 : Les Françaises et les produits de cosmétique

Une étude de l'IFOP⁶ confirme l'engouement des femmes, et surtout des plus de 30 ans, pour les produits cosmétiques naturels ou bio. Près de six Françaises sur dix ont acheté au moins un produit d'hygiène naturel ou bio l'an dernier, soit une proportion qui a quasiment doublé en quatre ans : 58 % en 2018, contre 33 % en 2014.

Le profil des consommatrices se distingue toujours par un niveau social supérieur à la moyenne. Les cadres et professions intellectuelles supérieures sont nettement plus nombreuses (69 %) que les ouvrières (33 %) à avoir acheté un produit bio ou naturel au cours de l'an passé.

Elles sont généralement mieux informées des effets que peuvent avoir les produits d'hygiène-beauté conventionnels qui utilisent souvent des ingrédients (parabènes, sulfates, silicones, conservateurs...), réputés néfastes pour la santé.

Les consommatrices de cosmétiques s'avèrent surreprésentées dans des régions connues pour leur sensibilité à l'environnement (66 % en Bretagne) ou leur forte exposition au soleil (70 % en PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur)).

Parmi les catégories de produits cosmétiques naturels les plus consommés se trouvent les soins du visage et du corps et d'hygiène. Les consommatrices ont conscience que ces produits, dont l'application est quotidienne, sont absorbés par la peau et pénètrent donc dans leur corps. [. / ...]

⁴ Cosmétique conventionnelle : produits cosmétiques ni bio ni naturels.

⁵ Principe actif : substance ayant des effets bénéfiques sur la santé.

⁶ IFOP : Institut français d'opinion publique, institut d'études quantitatives.

ANNEXE 2 (suite) :

Ainsi, elles sont, pour 64 %, plus sensibles à la naturalité des ingrédients et exigeantes dans ce type de produits, préférant se fier à des ingrédients naturels ou bio ayant une bonne innocuité⁷. Selon elles, préserver son corps et sa santé s'inscrit dans une consommation durable et responsable visant aussi à préserver l'environnement.

Certes, elles recherchent de la naturalité, mais aussi des produits agréables en termes de texture et de parfum. Prendre soin de soi doit rester un plaisir lié à l'efficacité des ingrédients naturels utilisés dans les produits (pour 60 % des sondées).

Le prix reste le principal frein à l'utilisation de produits cosmétiques naturels. Toutes les consommatrices ne sont pas prêtes à payer plus cher. Pour le reste, leur consommation semble encore freinée par un manque de confiance dans la naturalité réelle des produits. Les appellations, très nombreuses, sont davantage perçues comme des cautions marketing que comme des gages de qualité.

Source : d'après ifop.com

ANNEXE 3 : Les chiffres d'affaires de Graine de Pastel

Années	2016	2017	2018	2019
CA (en Millions d'euros)	1,1	1,2	1,35	1,6

Source interne

ANNEXE 4 : Le succès de Graine de Pastel

Travaillant jusqu'alors pour le groupe pharmaceutique Fabre, Carole Garcia et Nathalie Juin se sont penchées avec intérêt sur les vertus cosmétiques du pastel avant de décider de créer l'entreprise Graine de Pastel, exclusivement consacrée à l'huile de pastel, obtenue par pression à froid des graines. Pour démontrer l'efficacité de cette plante naturelle, riche en omégas⁸ 3, 6 et 9, l'entreprise a travaillé main dans la main, pendant trois ans, avec des chercheurs toulousains. Avec leur soutien, ils sont parvenus à affirmer scientifiquement que l'huile de pastel possède des vertus nutritives pour la peau, retardant son vieillissement. En 2015, l'entreprise a récemment pu obtenir pour ses produits le label « Cosmos Natural ». Il ne manquait plus que ce label à Graine de Pastel pour concrétiser son image de spécialiste de la naturalité et conforter ses clientes. Pour preuve, la forte progression de son chiffre d'affaires l'année suivante.

Source : d'après latribune.fr

⁷ Innocuité : fait de ne pas nuire (à la santé, par exemple).

⁸ Omégas : acides gras aux effets bénéfiques pour la santé.

ANNEXE 5 : Le label « Cosmos Natural »



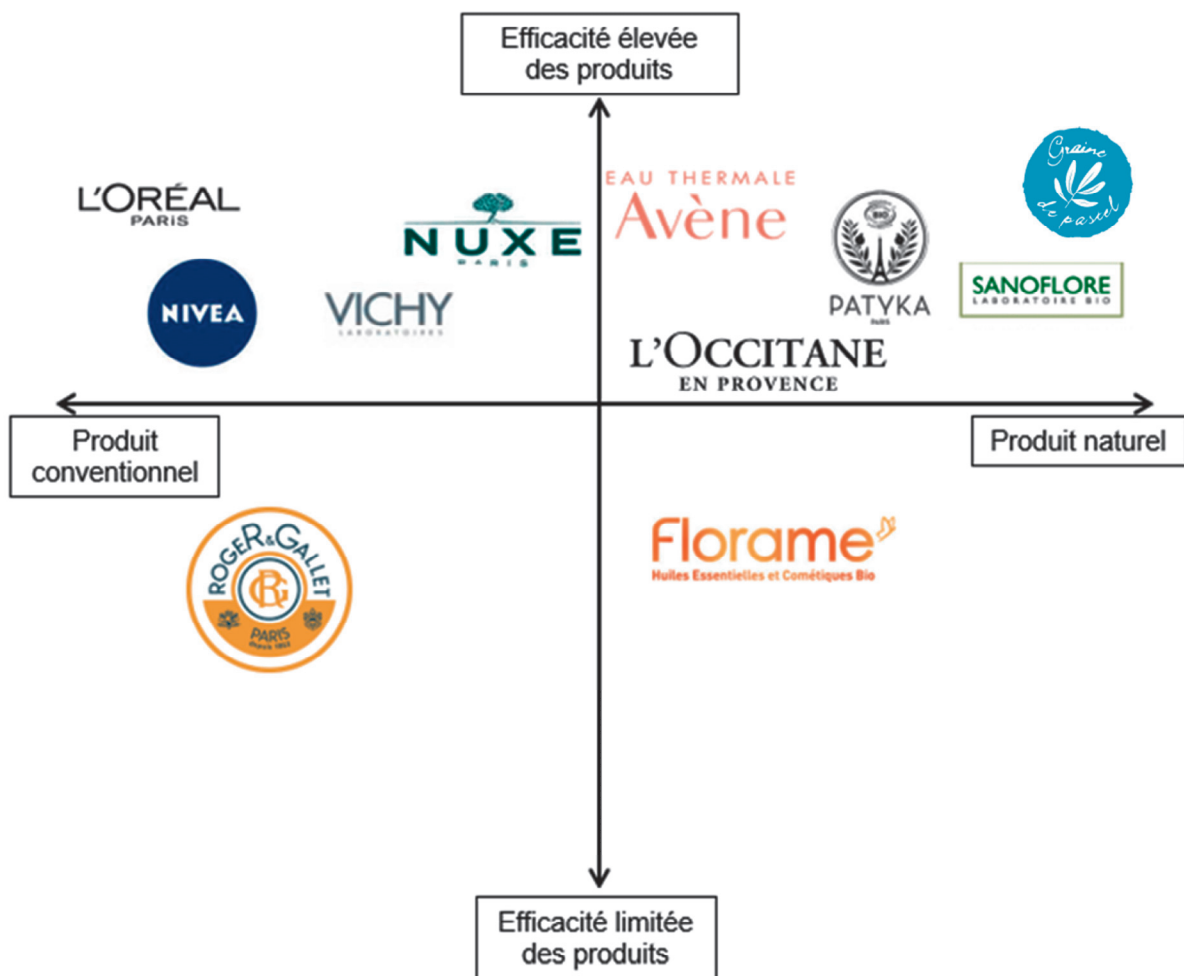
Pour apposer le label « Cosmos Natural », un cosmétique doit remplir deux conditions en matière de composition :

- sur le total du produit, utilisation de 95 % minimum d'ingrédients d'origine naturelle ;
- une liste fixe les ingrédients d'origine pétrochimique⁹ autorisés et le dosage maximal à ne pas dépasser.

3 500 produits ont déjà obtenu ce label.

Source : cosmebio.org

ANNEXE 6 : Carte perceptuelle des acteurs du marché de la cosmétique



Source interne

⁹ Pétrochimie : méthode industrielle de fabrication de produits à partir du pétrole.

ANNEXE 7 : L'offre cosmétique de Graine de Pastel






L'offre de produits

Les produits sont élaborés à partir de l'huile de pastel protectrice et d'huiles essentielles : des ingrédients naturels reconnus pour leurs vertus bienfaitantes. Ils ont tous été labellisés « Cosmos Natural ».

Les pots et tubes de crème ont été confectionnés à partir de matières 100 % recyclées, respectueuses de l'environnement. Les étiquettes des conditionnements ont été imprimées à l'encre végétale.

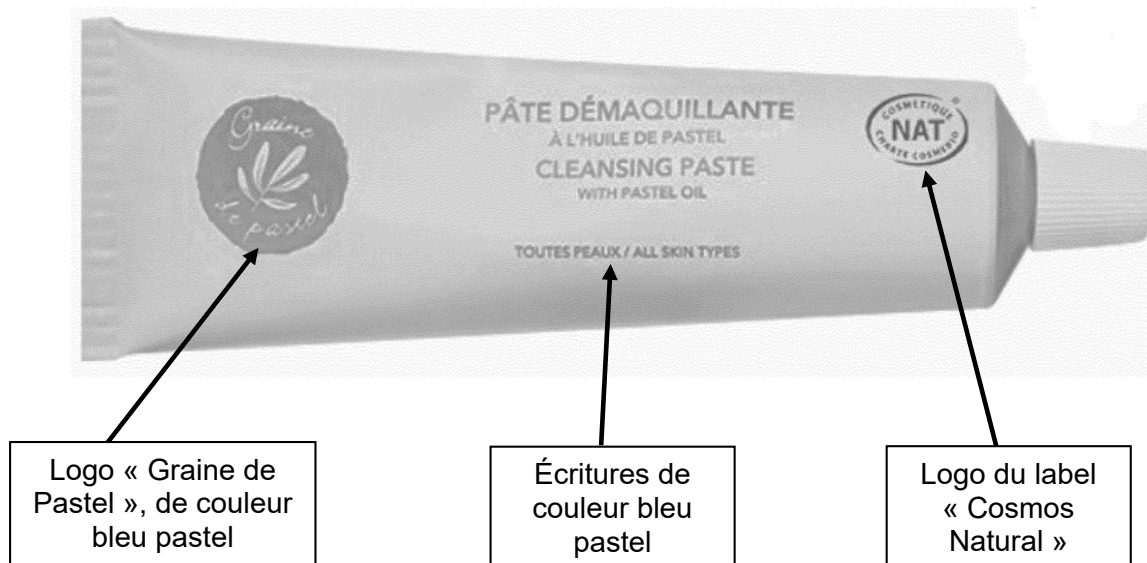
 <p>Crème pour les mains</p>	 <p>Crème hydratante</p>	 <p>Huile protectrice</p>	 <p>Masque gommage clarifiant</p>
 <p>Savon surgras</p>	 <p>Crème nutritive</p>	 <p>NOUVEAUTÉ : Pâte démaquillante</p>	

Les autres produits et services

 <p>Doses d'essai offertes à chaque commande</p>	 <p>Livraison gratuite dès 60 € d'achat</p>	 <p>Emballage cadeau à la demande</p>
 <p>A VOTRE ÉCOUTE Possibilité de joindre une dermo-consultante par téléphone</p>	 <p>After-work Beauté sur réservation (entretien avec une dermo-consultante dans les locaux de Graine de Pastel, à Toulouse)</p>	

Source : www.grainedepastel.com

ANNEXE 8 : La « Pâte démaquillante » de Graine de Pastel



Au dos du tube : « Ingrédients : huile de pastel protectrice et argile blanche. Contenance : 120 ml ».

L'impression des écritures et logos a été réalisée à partir d'encre végétale, directement sur les tubes de couleur blanche.

Source : www.grainedepastel.com

ANNEXE 9 : Entretien avec Carole Garcia, directrice de Graine de Pastel

Pourquoi avoir développé une gamme à base de pastel ?

Carole Garcia : « Notre mission est de rendre accessible à tous les vertus médicinales de l'un des remèdes de beauté naturel, le pastel, au travers des produits de soins visage et corps. Plus que les labels « Cosmos Natural » ou « Cosmébio », les femmes réclament une obligation de transparence dans la composition et la fabrication de leurs cosmétiques, c'est pourquoi nous souhaitons offrir à tous une cosmétique sincère, écologique et efficace.

Plusieurs années de recherche nous ont permis de mettre en avant les secrets de beauté du pastel, plante cultivée sur un territoire préservé du Sud-Ouest de la France. Notre nom « Graine de Pastel » est dédié à cette plante naturelle, ingrédient principal de nos produits. Nous refusons les huiles minérales, sulfates¹⁰, parabènes¹¹, silicones et ingrédients d'origine animale. Depuis quelques années, nos remèdes de beauté révèlent le pouvoir unique du pastel.

Nous avons obtenu le label « Cosmos Natural », qui certifie le fait que 95 % des ingrédients que nous utilisons pour fabriquer nos produits sont d'origine naturelle ».

[/ ...]

¹⁰ Sulfate : produit détergent présent dans de nombreux produits cosmétiques.

¹¹ Parabène : conservateur qui peut perturber le système hormonal.

ANNEXE 9 (suite) :

Comment est né le nouveau produit « Pâte démaquillante » ?

Carole Garcia : « Nous avons constaté que les enjeux climatiques actuels poussent nos consommatrices de cosmétiques à se poser des questions sur leur consommation et cherchent notamment à limiter au maximum les déchets dans leur usage quotidien. Nombre d'entre elles utilisent déjà des carrés démaquillants lavables. L'utilisation de ce nouveau produit, la « Pâte démaquillante » ne nécessite aucune utilisation de coton ou de carrés démaquillants, comme l'ont bien compris certains de nos concurrents.

Il suffit juste d'appliquer, le soir, la « Pâte démaquillante » sur l'ensemble du visage. Ensuite, il faut masser délicatement puis, rincer abondamment avec de l'eau afin d'éliminer les impuretés tout en préservant du dessèchement de la peau.

Le principe d'utilisation est donc très simple et permet d'avoir une vraie sensation de fraîcheur et de bien-être sur la peau, qui est purifiée. Cela est rendu possible grâce à l'utilisation de l'huile de pastel locale qui a des vertus antioxydantes.

Pour renforcer notre volonté de concevoir des conditionnements respectueux de l'environnement, nous n'avons utilisé que des matières recyclées ou d'origine végétale, y compris pour le bouchon d'ouverture ».

Source interne

ANNEXE 10 : Données chiffrées de la « Pâte démaquillante »

Le coût de revient d'une « Pâte démaquillante » est de 7,95 €.

Le taux de marge de Graine de Pastel est de 69 %.

La marge du distributeur (parapharmacie) est de 4 €.

Le taux de TVA appliqué est de 20 %.

Source interne

ANNEXE 11 : Extrait des relevés de prix des principaux produits concurrents

Concurrents	Prix TTC en € d'une « Pâte démaquillante » vendue en parapharmacie
Sanoflore	19,80 €
Patyka	16,40 €
L'Occitane	17,20 €

Source interne

ANNEXE 12 : Avis de clientes

Agnès C., 29 ans : « Avec un seul produit, je peux démaquiller et purifier ma peau. On rince à l'eau et hop, la peau est douce et propre. Mon entourage a trouvé mon visage plus lumineux. J'ai l'impression d'avoir retrouvé ma peau de bébé ! En plus, le tube est pratique pour l'emporter en voyage. En revanche, je le trouve très cher par rapport aux autres marques. »

Anne-Claire P., 42 ans : « J'ai toujours la flemme de me démaquiller mais maintenant c'est bon avec ma routine du soir. Ce produit donne une vraie sensation de bien-être. En plus, il est composé de produits naturels certifiés par un label « Cosmos Natural », ça me rassure ! Je sais que je n'utiliserai pas un produit contenant des produits chimiques, mauvais pour ma peau et ma santé en général. Petit bémol tout de même : j'ai mis du temps à me procurer cette pâte démaquillante car elle est principalement disponible en parapharmacie. J'avais pu la tester chez une amie qui avait reçu une dose d'essai avec sa commande. J'ai adoré et j'ai tout fait pour l'acheter. Au final, l'essayer c'est l'adopter ! »

Marie M., 38 ans : « Je fais très attention à mes achats et ce produit correspond tout à fait à mes attentes. Il respecte mes convictions en matière de développement durable puisque les ingrédients sont naturels, et les conditionnements sont issus de matières recyclées et végétales ! Même si le prix est un peu élevé, je trouve que cela vaut largement le coup de l'acheter. Je recommande. »

Source : feelunique.com

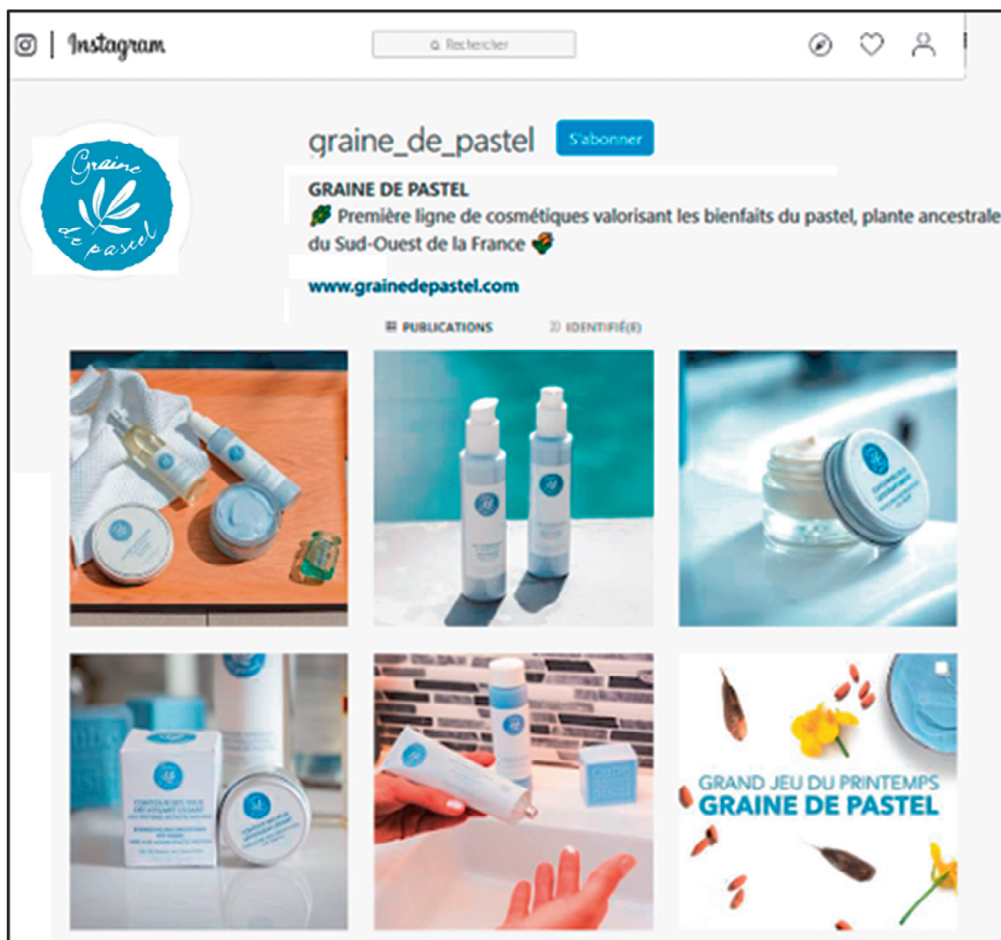
ANNEXE 13 : L'émission « Des racines et des ailes » sur France 3

Lors de cette émission, Carole Garcia présente son entreprise Graine de Pastel, spécialisée dans la fabrication de produits à base d'huile issue de la culture du pastel.



Source : Émission "Des racines et des ailes" diffusée le 14/11/2018 sur France 3

ANNEXE 14 : Graine de Pastel et les réseaux sociaux



Sources : comptes Facebook et Instagram de l'entreprise

ANNEXE 15 : Extrait d'un article de Clémence, une blogueuse



Quelques mots sur la marque Graine de Pastel

Créée par Carole Garcia & Nathalie Juin, Graine de Pastel est issu d'une volonté de **changement de carrière** de la part de ces deux femmes et surtout de faire quelque chose qui correspondait davantage à leurs aspirations. Pour moi, ce sont réellement des modèles à suivre pour toutes les femmes d'aujourd'hui : entrepreneuses, courageuses, à l'écoute de leurs envies, bravo mesdames !

Source : tendanceclémence.fr

ANNEXE 16 : La bannière publicitaire de la « Pâte démaquillante »

Le pastel, un produit naturel pour un démaquillage parfait !

5% de remise sur la pâte démaquillante bio
Exclusivement sur www.grainedepastel.com
avec le code promo : pastel3131

Bannière présente sur des pages web dédiées aux produits cosmétiques - achat d'espace pour 1 600 bannières affichées

Coût de l'opération : (conception de la bannière + achat d'espace publicitaire) : 610 €

Taux de clics : 60 %

Taux de transformation : 5 %

Le prix de la « Pâte démaquillante », pendant la promotion du 9 au 23 décembre 2019, est de 12,76 € hors taxe (après avoir effectué la remise de 5 %).

Source interne

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

S'inscrivant dans un mouvement de fond qui dépasse largement l'univers de la beauté, de l'hygiène et des soins, l'envie est de plus en plus marquée pour les produits naturels. Pour preuve, 60% des Français ont acheté, au cours des 6 derniers mois, au moins un produit naturel (composé d'au moins 95 % d'ingrédients d'origine naturelle), dans les secteurs de la cosmétique, du jardinage ou des produits ménagers.

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

Un positionnement « naturel » contribue-t-il à une meilleure performance commerciale de l'entreprise ?