

Evaluation des compétences en Economie-Droit

Thème : La politique commerciale de l'entreprise

Prénom : Nom :

Compétence : Identifier et décrire les éléments de la politique commerciale Niveau de maîtrise	Maximal	Suffisant	Partiel	Aucun
Pertinence des réponses (pas de hors sujet, bon repérage des indices, bonne justification)				
Utilisation correcte des outils <ul style="list-style-type: none"> • connaissance des éléments de la politique commerciale, • démarche de calcul du coût de revient 				
Qualité de la communication écrite (présentation, soin, respect de l'orthographe/grammaire)				
Critère de perfectionnement : les éléments de détermination du prix de vente.				

Propositions de remédiation :

- Revoir le cours concernant.....
- Apprendre le cours ou les définitions portant sur
- Revoir la méthode de/pour

Autres/Commentaires :

Situation :

Vous êtes commercial chez Triballat Noyal, entreprise familiale basée en Bretagne spécialisée dans la fabrication de gammes de produits innovantes ou traditionnelles telles que des desserts au soja, des produits diététiques ou de complémentation nutritionnelle, des produits BIO ou des fromages.

Un article paru dans LSA et concernant votre concurrence retient votre attention.

The screenshot shows the Triballat Noyal website with a navigation bar and three main product categories:

- Le Végétal:** Focuses on natural and unique production processes. It mentions Triballat Noyal's first range of soy desserts since 1988 under the Sojasun brand.
- La Bio:** Triballat Noyal has been committed to Organic Agriculture since 1975. It lists brands like Vrai, Sojade, La Chèvrerie, La Bergerie, and Annie Lagarrigue.
- Fromages et crèmerie:** Focuses on cow, goat, and sheep milk, AOP, terroir, or innovative products. It lists brands like Petit Billy, Petit Breton, Merzer, and Fromages de tradition.

There is also a section for **La nutrition** mentioning NutriSun.

1. Prenez connaissance du document 1 et décrivez de façon structurée la politique commerciale concernant cette nouvelle gamme de produits du groupe Lactalis.
2. Calculer ensuite le coût de revient d'une bouteille de Sporteus au chocolat pour LACTEL à partir des informations présentées dans le document 2. Vous détaillez vos calculs et les arrondissez au dix millième (1/10 000).
3. Indiquez quels éléments autres que le coût de revient Lactel a du prendre en compte pour établir son prix de vente aux distributeurs sachant que celui-ci est de 1,20 € HT.

Document 1. Source : à partir de Lsa Jeudi 16 octobre 2014 N°2338 p56.

Sportéus, la solution de Lactel pour récupérer après l'effort

En partenariat avec l'INSEP, Lactel innove avec Sportéus, une boisson lactée, qui, grâce à un complexe breveté Prolacta, aide à la récupération musculaire après une activité physique.



Le point de départ a été simple : le lait bénéficie de vertus pour récupérer après un effort physique. Partant de ce constat, l'Institut national du sport, de l'expertise et de la performance (Insep) est venu trouver Lactel afin que la marque développe une boisson lactée dédiée à la consommation après l'effort.

Et après deux ans de R & D, Sportéus est né. Décliné en trois parfums (vanille, chocolat et fraise), il s'adresse aux consommateurs qui pratiquent environ trois heures de sport par semaine, soit 10 millions de Français.

« Nous avons décidé d'inventer un nouveau geste de consommation et de donner une nouvelle image du rayon laits UHT », explique Étienne Verdier, directeur des ventes chez Lactel. Sportéus est enrichie en vitamines et en glucides. Avec 35 % de protéines, notre boisson est élaborée à partir d'un complexe protéique breveté, Prolacta, qui favorise la reconstitution des fibres musculaires et la résistance à la fatigue. En effet, « lors d'un effort physique, les muscles sont sollicités et les fibres musculaires peuvent se casser ». Elle contient aussi moins de 0,5 % de lactose pour une meilleure digestion.

Notre boisson riche en protéines, va donc participer à la reconstruction et au maintien de la masse musculaire lors de la phase de récupération », détaille Étienne Verdier. Outre la caution de l'Insep et du champion du monde d'athlétisme Stéphane Diagana, Lactel va devoir séduire les consommateurs en magasins. Et la marque va mettre les moyens en théâtralisation. Sportéus organisera également des campagnes de distribution dans les clubs sportifs, sans pour autant envisager de les vendre via ce canal.

Les plus

- Une innovation qui va créer de la valeur en linéaire avec une bouteille à 1,50 € les 275 ml.
- Un positionnement qui élargit la cible au-delà des clients habituels du rayon.

Les moins

- Un produit qui demande un effort de pédagogie.
- Un nouveau geste qui va peut-être prendre du temps avant d'être adopté.

De lourds investissements

« Nous préconisons une implantation au rayon des laits UHT, à côté des références faciles à digérer. Mais grâce à PLV spécifique métallique, on va tester les doubles implantations dans d'autres univers afin d'être plus visibles. Nous allons également mettre en place des animations afin de faire connaître le produit », indique Étienne Verdier.

Par ailleurs, la marque va lancer un vaste plan de communication, avec une publicité télé et un site internet alimenté par Stéphane Diagana, qui délivrera des informations sur les fréquences de consommation et les quantités. Produit à Vitré, Sportéus a nécessité un investissement de plusieurs dizaines de millions d'euros et la construction d'une nouvelle ligne de fabrication spécialement dédiée. La gamme en cours d'implantation et uniquement vendue en France pour le moment, devrait arriver dans d'autres pays européens d'ici à fin 2014.

C. H.

Document 2. Éléments de calcul du coût de revient d'une bouteille de Lactalis.

Disponible en 3 parfums (chocolat, vanille et fraise), **Sportéus sera vendue en bouteille de 275ml, pour un prix de vente conseillé de 1,50 €.**

Ingrédients et charges :

- Lait : 0,30 €/litre
- Poudre chocolatée : 1€/kg sachant qu'une bouteille contient 15 g de poudre.
- Ligne de fabrication : 0,10 € / bouteille
- Frais d'embouteillage : 0,05 € /bouteille
- Frais de publicité : 0,15 € / bouteille
- Charges commerciales, y compris la coopération commerciale : 0,25 € /bouteille