

SESSION 2005

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR

ACTION COMMERCIALE

U5 - STRATEGIE ET GESTION COMMERCIALE

Durée : 6 heures

Coefficient : 5

**Calculatrice et plan comptable autorisés.
Tout autre matériel et document de référence sont interdits.**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet comporte 23 pages, numérotées de 1 à 23.
(sans compter la page de garde)**

Code sujet : ACSTGC

**Brevet de Technicien Supérieur
ACTION COMMERCIALE
SESSION 2005**

STRATEGIE ET GESTION COMMERCIALE

Epreuve 5 - Unité 5

Coefficient : 5

Durée : 6 heures

*Calculatrice et plan comptable autorisés
Ce sujet comporte 23 pages*

LA BRIOCHE DOREE



Née à Brest en 1976, La Brioche Dorée s'est imposée comme le leader de la restauration rapide de tradition française. La Brioche Dorée maintient son avance grâce à une politique ambitieuse de développement en France et à l'international.

L'enseigne appartient au groupe Le Duff, du nom de son fondateur, créateur également des enseignes :

- Del Arte (numéro 1 français de la « cuisine du soleil pizza-pasta »),
- Le Fournil de Pierre (le sens de la boulangerie traditionnelle retrouvée),
- Bridor (leader de la production de viennoiserie fine).

L'ensemble représente plus de 500 restaurants et boulangeries, dégageant en tout environ 540 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec une croissance annuelle de plus de 25% en moyenne. Le groupe est présent dans 15 pays.

La Brioche Dorée propose une offre quotidienne et variée de produits différents tels que des viennoiseries, sandwiches, salades, plats chauds et boissons en fonction des instants de consommation : à emporter ou à consommer sur place.

Forte de son image d'enseigne de restauration rapide à la française, La Brioche Dorée entend aujourd'hui poursuivre son développement en renforçant son positionnement axé sur la tradition. Elle envisage ainsi de lancer une nouvelle brioche familiale.

Monsieur Bertrand, directeur mercatique de l'enseigne, vous demande de l'assister en étudiant successivement les dossiers suivants :

- Le marché de la restauration rapide
- Le lancement d'une nouvelle brioche
- Le développement du réseau de franchisés.

NB : Pour préserver la confidentialité des données, certains chiffres ont été modifiés ou adaptés.

DOSSIER 1 – LE MARCHÉ DE LA RESTAURATION RAPIDE **(Annexes 1 à 11)**

Monsieur Bertrand souhaite améliorer sa connaissance du marché de la sandwicherie-viennoiserie afin de mieux répondre aux attentes de la clientèle.

- 1.1 Énoncez les caractéristiques essentielles de l'offre sur le marché de la restauration rapide.
- 1.2 Déterminez le profil des consommateurs sur le marché de la restauration rapide. Identifiez leurs attentes, leurs motivations et leurs freins.
- 1.3 Repérez les forces et les faiblesses de La Brioche Dorée sur le marché de la sandwicherie-viennoiserie.
- 1.4 Commentez le positionnement de La Brioche Dorée.

DOSSIER 2 – LE LANCEMENT D'UNE NOUVELLE BRIOCHE **(Annexe 12)**

Monsieur Bertrand souhaite lancer une nouvelle brioche à déguster en famille. Pour accompagner ce lancement de la nouvelle brioche, il a décidé de réaliser une opération de promotion des ventes auprès des franchisés (budget de 50 000 €). Vous l'aidez dans cette démarche.

2.1 Monsieur Bertrand hésite entre plusieurs noms :

- La Briochette,
- La Dorée,
- La Bonne Brioche,
- Le Complet,
- La Familiale,
- La Croustillante,
- L'Authentique.

Proposez un nom pour la nouvelle brioche. Justifiez votre choix.

2.2 Présentez les objectifs de l'opération promotionnelle.

2.3 Calculez le résultat prévisionnel du nouveau produit dans les quatre hypothèses suivantes :

- Absence d'action promotionnelle,
- Réduction de prix,
- Augmentation de la taille du produit vendu,
- Jeu.

Présentez les calculs pour les 2 premiers mois suivant le lancement.

2.4 Proposez l'action promotionnelle la plus pertinente. Justifiez votre choix.

<p align="center">DOSSIER 3 – LE DEVELOPPEMENT DU RESEAU DE FRANCHISES (Annexes 13 et 14)</p>
--

M. Bertrand souhaite développer son réseau de distribution en privilégiant le système de franchise.

3.1 Mettez en évidence le profil type d'un franchisé Brioche Dorée .

3.2 Proposez des moyens permettant le recrutement de nouveaux franchisés.

3.3 Calculez le résultat du réseau pour zéro, cinq, huit franchisés recrutés. Que concluez-vous ?

Barème de correction sur 100 points :

DOSSIER 1	35 points
DOSSIER 2	25 points
DOSSIER 3	30 points
FORME	10 points