

**BACCALAUREAT PROFESSIONNEL**

**CULTURES MARINES**

**SESSION 2007**

**Durée : 2 heures**

**Coefficient : 3**

**EPREUVE E1 : EPREUVE TECHNOLOGIQUE**

**Sous-épreuve E12 : Economie et commerce**

**L'usage de documents personnels et de calculatrices est  
strictement interdit**

**Dès que le sujet est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Ce sujet comporte 6 pages numérotées de 1/6 à 6/6**

## BAREME DE NOTATION

<b>1. Le produit moules "prêtes à consommer" et son marché</b>	<b>14 points</b>
1.1	3
1.2	2
1.3	2
1.4	3
1.5	2
1.6	2
<b>2. La distribution du produit "moules PAC"</b>	<b>6 points</b>
2.1	2
2.2	4
<b>Total</b>	<b>20 points</b>

## → Cadre professionnel

Statut juridique	SARL BERNARD
Siège social	4, rue de l'Etier 85 000 L'AIGUILLON
Chiffre d'affaires	850 000 €
Gérant	Monsieur BERNARD
Effectif salarié	10 personnes
Activités	<ul style="list-style-type: none"><li>• production de moules de bouchot</li><li>• Commercialisation de moules d'importation</li></ul>
Commercialisation	G.M.S. et Poissonneries

## → Contexte

Monsieur BERNARD veut développer sa gamme de produits et diversifier sa distribution.

Pour cela, il souhaite :

- commercialiser le produit « moules prêtes à cuire » en investissant dans une chaîne de conditionnement sous vide. Cette activité de conditionnement sera conduite avec d'autres mytiliculteurs, sous le statut de Groupement d'Intérêt Economique (G.I.E.) ;
- Elargir la distribution de ses produits à d'autres canaux.

## → Mission

Vous êtes technico-commercial de l'entreprise et Monsieur BERNARD vous charge de mener à bien ces deux projets.

Pour préparer ce dossier , vous répondrez aux questions ci-dessous en vous appuyant sur vos connaissances personnelles et sur la documentation mise en annexes 1 et 2.

→ **Sujet :**

**1. Le produit moules "prêtes à consommer" et son marché (14 points)**

- 1.1. Présenter les principales tendances du marché français des coquillages en barquettes.
- 1.2. Citer les avantages, pour un mytilculteur, de développer des produits moules « prêtes à consommer ».
- 1.3. Présenter, sous forme de tableau, les avantages et inconvénients de la création du GIE.
- 1.4. Elaborer le concept produit pour les moules « prêtes à consommer » en respectant les étapes suivantes :
  - 1.4.1 Définir les caractéristiques techniques des moules de bouchots.
  - 1.4.2. Justifier la nécessité du recours aux importations de moules.
  - 1.4.3. Définir les caractéristiques commerciales du produit.
- 1.5. Identifier le profil des consommateurs des moules « prêtes à consommer » et leurs motivations d'achat.
- 1.6. Citer trois freins à l'achat pour le consommateur et proposer pour chacun un argument permettant de lever ce frein.

**2. La distribution du produit "moules PAC" (6 points)**

- 2.1. Sélectionner le circuit de distribution le plus adapté au produit « moules PAC » et justifier votre choix.
- 2.2. Proposer et justifier 4 actions de communication commerciale de la SARL BERNARD en direction de la clientèle de votre distributeur.

# Le plus est dans la barquette

**L**a tendance est à la barquette et les coquillages n'y échappent pas. Au contraire, ce conditionnement pratique et sûr dynamise les ventes du rayon frais libre service. La demande de moule PAC (prêtes à cuire) explose : + 56 % en 2003 pour un segment qui représente déjà 11 % des ventes à domicile. Les ventes ont été multipliées par 2,5 en 2003 auprès des moins de 35 ans. De quoi donner un coup de jeune au rayon et fidéliser une clientèle qui se détourne des produits bruts. Les fournisseurs ont trouvé avec ce mode de présentation une source de valorisation pour des espèces de faible valeur marchande comme le bulot. Cuit, le mollusque séduit. Les transformateurs savent aussi surfer sur la vague traiteur et les plats cuisinés. Le tout est de s'adapter au mode de consommation d'une population conquise par les produits de la mer mais peu au fait de préparations sophistiquées. Moules, bulots, bigorneaux PAC ou cuits trônent désormais sur les linéaires.

## DES LIGNES COMPLÈTES

Entre la production locale, l'importation et la congélation, les opérateurs assurent leurs approvisionnements toute l'année. Un impératif pour pouvoir amortir les investissements en équipements. L'offre existe : matériels de cuisson, cellules de refroidissement, peseuses, machines de conditionnement. Tous ces outils fonctionnent déjà dans d'autres filières et dans les cuisines centrales de la restauration collective. Depuis quelques années, elles essaient le long du littoral, dans tous les bassins de production. «La demande croît et les entreprises de la filière cherchent à faire plus de marge avec un produit peu cher, confirme Patrice Mulot, directeur général de la société éponyme, spécialiste du matériel de conchyliculture. Et les enseignes de la GMS apprécient d'avoir des interlocuteurs ciblés dans chaque bassin de production, susceptibles de leur fournir des gammes diversifiées.»

Dans la foulée, la concurrence s'intensifie et les fournisseurs regroupent leurs outils et

leurs forces commerciales. «Nous concevons de plus en plus de chaînes complètes avec des budgets en hausse, alors qu'avant, le marché portait plutôt sur de petites machines, vendues à l'unité.» Ce mouvement a commencé chez les mytiliculteurs qui élargissent leurs gammes et leurs débouchés. En plus de la bouchot, ils offrent des produits élaborés avec des moules d'Irlande ou d'Espagne.

PAC ou élaborée, cette nouvelle offre repose sur le potentiel offert par le conditionnement pour le libre service. «Le marché est phénoménal. Il reste encore des machines à commercialiser auprès de nouveaux clients mais surtout des faiseurs qui souhaitent progresser, s'enthousiasme Rodolphe Shiering, responsable régional grand Ouest pour Mécaplastic. Le constructeur de machines de conditionnement s'est doté d'une solide réputation dans le secteur des produits de la mer. «Notre premier client a été Cultimer qui reste un des plus gros producteurs avec deux lignes et des capacités de 5 t à l'heure.»

Fas de perte d'eau, DLC de 8 jours, traçabilité..., les coquillages conditionnés en barquette offrent de nombreux avantages. Mais le marché qui se développe, nécessite du matériel fiable. Le modèle Meca 2003, entièrement en inox (et non avec un châssis aluminium cartérisé en inox) est le modèle le plus répandu en France. «Il s'agit d'une ligne automatique, généralement combinée avec des peseuses associatives, précise Rodolphe Shiering. Certains se satisfont de machines semi-automatiques. Plus rarement, on trouve des thermoformeuses.» Ces outils qui réalisent en direct la barquette à partir d'un film demeurent rares car onéreux. Dans le Nord, Moulexport a choisi ce type d'équipement afin d'adapter les conditionnements à la taille des moules. Idem chez Médi-Thau dans le Sud.

Mais les opérateurs optent généralement pour le couple operculeuse-barquettes. «Nous avons été les premiers à commercialiser la barquette standard pour les moules avec un DLC de 7 jours, explique Nicolas Desbois de ANL. Conçue en polypropylène, elle convient bien aux produits difficiles comme les moules. Elle est adaptable à toutes les machines d'operculeuse. En France, on trouve surtout des Mécaplastic tandis qu'en Hollande d'où est parti le phénomène, Sealpac est le mieux représenté. Les consommateurs profitent d'un conditionnement facile à prendre et qui évite les coulures d'eau. Cela répond surtout à l'évolution du rayon produits de la mer vers le libre-service. Le marché se développe et tous les faiseurs s'y mettent les uns après les autres.

## **ANNEXE 2**

### **Moules de bouchots**

#### **La Moule haut de gamme par excellence.**

Sa saveur et sa texture incomparables la mettent au 1er rang de toutes les moules. Les gastronomes se ravissent de sa chair tendre et charnue de couleur orangée. Elle possède aussi une coquille très solide grâce à l'ensoleillement dont elle bénéficie entre les marées.

Les Moules de Bouchots proviennent de différents bassins de production français (Charente-Maritime, Bretagne Nord et Sud, Normandie, Pas de Calais) pour une commercialisation de Juin à Janvier...

Elles sont cultivées sur des pieux de chêne, dans des eaux de première qualité. Un produit complet tant au niveau de son goût primeur que de sa belle apparence avec une coquille d'un noir profond. Elle mesure généralement autour de 5 cm pour un taux de chair inégalé qui dépasse les 30%.

### **Moules d'import**

Afin d'offrir aux consommateurs un produit de qualité tout au long de l'année, il faut choisir des moules à l'étranger quand la saison se termine en France.

#### **La Moule de Cordes origine Irlande.**

L'Irlande est traditionnellement un pays de culture des moules. L'espèce cultivée dans cette zone est, comme pour tous nos autres produits, *Mytilus edulis*. La Moule d'Irlande arrive sur notre marché à la fin de la saison de la Moule de Bouchots, en Janvier, pour une durée approximative de 3 à 4 mois.

Nous importons en direct depuis des producteurs irlandais qui se distinguent par la qualité de leur produit. Ces moules doivent avoir au minimum un taux de chair de 24 %. Leur coquille est noire avec des reflets et leur chair de couleur jaune crème.

#### **La Moule de Cordes origine Norvège.**

Avec ses 20 000 km de côtes, la Norvège offre un potentiel important pour la culture des moules. La conchyliculture est relativement récente mais c'est le secteur de l'élevage de la moule sur corde qui connaît le plus rapide développement. Il est pratiqué sur des filières doubles d'une centaine de mètre. La température constamment très basse de leurs eaux permet de récolter les moules tout au long de l'année.

Nouvelle sur le marché français, la Moule de Norvège a beaucoup d'atouts communs avec notre Moule de Bouchots. Très noire de coquille et orangée de chair, sa taille varie autour de 5 cm et son taux de chair entre 22 et 25 %.

On peut la proposer aux clients de Janvier à Avril, en même temps que la Moule de Cordes d'Irlande, car ces deux produits sont bien différents.

**Extraits de données du Site internet EDULIS DISTRIBUTION. Juillet 2006**