



SERVICES CULTURE ÉDITIONS  
RESSOURCES POUR  
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la  
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

**BACCALAUREAT PROFESSIONNEL**

**CULTURES MARINES**

**SESSION 2010**

Durée : 2 heures

Coefficient : 3

**EPREUVE E1 : EPREUVE TECHNOLOGIQUE**

**Sous épreuve E12 : Economie et commerce**

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

**CORRIGE**

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative.  
Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques,  
chaque jury est souverain

# LE LABEL ROUGE EN AQUACULTURE

## PREMIERE PARTIE : Les produits Label Rouge

1.1. Définir l'appellation Label Rouge pour un produit.

(1 point)

*Signe officiel garantissant au consommateur une qualité supérieure par rapport à un produit standard.*

1.2. Citer une des différences principales entre un produit Label Rouge et un produit bio.

(2 points)

*Pour le produit bio, le cahier des charges est orienté vers la culture, les techniques d'élevage, pour les produits Label rouge la qualité organoleptique se rajoute.*

1.3. Donner au moins deux produits marins élevés en France et bénéficiant du Label rouge.

(1 point)

*Bar, turbot, huître, etc.*

1.4. Enumérer 3 conditions pour obtenir ou renouveler l'agrément Label rouge ?

(cf. annexe 3)

(2 points)

*Chaque année :*

- *Maintenir la qualité supérieure par des tests effectués par un panel d'experts ;*
- *tests consommateurs ;*
- *respect du cahier des charges, etc.*

1.5. D'après l'annexe 1, si l'entreprise « La pinasse » obtient l'appellation Label rouge pour un de ses produits marins, quelle marge de progression de son chiffre d'affaires peut-elle espérer ?

(2 points)

- *C.A = 780 000 €*
- *Augmentation minimum 15 %*
- *Augmentation du C.A =  $80\,000 \times 15/100 = 117\,000$  €*
- *Nouveau CA prévisionnel :  $780\,000 + 117\,000 = 897\,000$  €*

1.6. Citer trois inconvénients en production, du Label Rouge

(2 points)

- *coût supplémentaire sur le produit*
- *respect du cahier des charges*
- *contrôles fréquents*
- *lourdeur administrative*
- *.....*

## DEUXIEME PARTIE : Stratégie et commercialisation des produits Label rouge

2.1. Donner deux avantages pour une entreprise « La Pinasse » de commercialiser un produit Label Rouge ?

(2 points)

- *Se démarquer sur le marché ;*
- *Faire face à la concurrence ;*
- *Image et notoriété positive de l'entreprise etc.*

2.2. Citer trois éléments qui influencent la fixation du prix de vente d'un produit Label Rouge

(2 points)

- *la demande ;*
- *la concurrence ;*
- *la réglementation et le cahier des charges ;*
- *le circuit de distribution ;*
- *.....*

2.3. Décrire la politique de distribution appliquée pour la crevette Label Rouge par la société Unima.

(1 point)

- *ventes dans les G.M.S. depuis 2007 (toutes les enseignes) : en rayon frais et en rayon marée ;*
- *ventes en traditionnel : grossistes, poissonneries et écaillers ;*
- *vente en restauration : par grossistes sur M.I.N. et par distributeurs surgelés.*

2.4. Proposer deux réponses à l'objection suivante :

« Mais ce produit est très cher, qu'est ce qui me garantit sa qualité ? »

(2 points)

- *reproduction contrôlée ;*
- *fabrication d'aliments contrôlée ;*
- *savoir-faire zootechnique ;*
- *tests consommateurs répétés ;*
- *respect d'un cahier des charges ;*
- *...*

2.5. Quels sont les trois principaux mobiles d'achats de ces crevettes labellisées pour le client final ? Répondre en expliquant la méthode SONCAS et en précisant pour chaque mobile un argument de vente

(3 points)

- *Sécurité : garantie de qualité ;*
- *Orgueil : produit haut de gamme ;*
- *Nouveauté : peu de concurrence ;*
- *Confort : traçabilité du produit ;*
- *Avidité (argent) : prix élevé ;*
- *Sympathie : sûreté (certitude) de la qualité gustative.*