



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux - BTSA TC (Technico-Commercial) - Session 2013

1. Rappel du contexte du sujet

Ce sujet d'examen porte sur l'étude du marché de l'alimentation animale, la stratégie de l'entreprise Mars Petcare & Food, ainsi que la gestion commerciale au sein de Royal Canin. Les étudiants doivent démontrer leur capacité à analyser des données de marché, à appliquer des outils stratégiques comme le SWOT, et à réaliser des calculs financiers liés à la rentabilité des produits.

2. Correction question par question

1.1 Présenter, dans une note de synthèse structurée, le marché de l'alimentation animale (Pet Food), et notamment la place de l'alimentaire du chien dans celui-ci.

Cette question demande une synthèse structurée sur le marché du Pet Food, avec un accent sur l'alimentation canine.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Une introduction sur le marché global du Pet Food.
- Les tendances actuelles (croissance, segmentation, etc.).
- La part de l'alimentation canine dans ce marché.
- Des données chiffrées pour étayer les propos.

Réponse modèle :

Le marché de l'alimentation animale, estimé à 45 milliards d'euros au niveau mondial, connaît une croissance continue, notamment en France où il représente environ 1,5 milliard d'euros. L'alimentation pour chiens, qui constitue près de 80% du marché canin, est dominée par les aliments secs, représentant 79% des ventes. Les tendances actuelles montrent une montée en gamme avec une demande accrue pour les produits premium, notamment ceux à visée thérapeutique. En 2011, le marché des aliments pour chiens a progressé de 2,25%, principalement grâce à la vente d'aliments secs et de friandises.

1.2 Faire le diagnostic selon la méthode SWOT (forces/faiblesses, opportunités/menaces) de Royal Canin sur ce marché.

Cette question nécessite l'application de la méthode SWOT pour analyser la position de Royal Canin sur le marché.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Identification des forces et faiblesses internes de Royal Canin.
- Identification des opportunités et menaces externes.

Réponse modèle :

Forces : Marque bien établie, produits premium, forte notoriété.

Faiblesses : Prix élevés, dépendance à un segment de marché spécifique.

Opportunités : Croissance du marché des aliments premium, augmentation de la sensibilisation à la santé animale.

Menaces : Concurrence accrue, fluctuations des prix des matières premières.

2.1 Analyser la stratégie d'entreprise du groupe Mars Petcare & food.

Cette question demande une analyse de la stratégie globale de Mars Petcare.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Les éléments clés de la stratégie (acquisitions, innovations, développement international).
- Les résultats obtenus grâce à cette stratégie.

Réponse modèle :

La stratégie de Mars Petcare repose sur l'innovation constante et l'expansion internationale. En diversifiant ses produits et en acquérant de nouvelles marques, Mars a su se positionner comme un leader sur le marché. La croissance des ventes a été soutenue par des investissements dans le marketing et la recherche, permettant de répondre aux attentes des consommateurs en matière de qualité et de santé animale.

2.2 Présenter les avantages et inconvénients de la stratégie de « marque gamme » utilisée par Mars Petcare & food.

Cette question demande de discuter des implications de la stratégie de marque gamme.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Les bénéfices d'une large gamme de produits.
- Les risques associés à cette stratégie.

Réponse modèle :

Avantages : Large choix pour les consommateurs, possibilité de répondre à des segments de marché variés.

Inconvénients : Risque de dilution de la marque, complexité de gestion des différentes lignes de produits.

2.3 Analyser la stratégie de segmentation produit mise en place par Royal Canin sur ce marché.

Cette question demande une évaluation de la segmentation des produits de Royal Canin.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Les critères de segmentation utilisés (race, âge, besoins spécifiques).
- Les impacts de cette stratégie sur les ventes.

Réponse modèle :

Royal Canin utilise une segmentation fine basée sur la race, l'âge et les besoins nutritionnels spécifiques des animaux. Cette approche permet de proposer des produits adaptés, augmentant ainsi la satisfaction des clients et la fidélité à la marque. En se concentrant sur des segments de niche, Royal Canin a réussi à se démarquer sur le marché très concurrentiel du Pet Food.

2.4 Analyser la stratégie de distribution adoptée par Royal Canin pour cette gamme.

Cette question nécessite une analyse des canaux de distribution.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Les types de circuits de distribution utilisés (spécialisés, grandes surfaces, vétérinaires).

- Les avantages et inconvénients de ces choix.

Réponse modèle :

Royal Canin privilégie la distribution spécialisée, notamment à travers les vétérinaires et les animaleries, pour garantir la qualité de ses produits. Cela permet de maintenir une image premium. Cependant, cela limite l'accès aux grandes surfaces, où la concurrence est plus forte.

2.5 Proposer 2 actions pertinentes pour développer les ventes de la gamme « premium » de Royal Canin dans les jardineries. Justifier vos choix.

Cette question demande des propositions concrètes pour augmenter les ventes.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Des actions marketing ciblées.
- Des justifications basées sur le comportement des consommateurs.

Réponse modèle :

1. Mettre en place des démonstrations de produits dans les jardineries pour éduquer les clients sur les bénéfices des aliments premium.
2. Offrir des promotions ou des réductions sur les premiers achats pour inciter les clients à essayer la gamme premium. Ces actions visent à augmenter la visibilité et l'attrait des produits auprès des consommateurs.

3.1 Calculer le coût de revient et la marge unitaire réalisés par Royal Canin.

Cette question nécessite des calculs financiers basés sur les données fournies.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Calcul du coût de revient à partir du prix de vente et des marges.
- Calcul de la marge unitaire.

Réponse modèle :

Prix de vente : 59,80 €

Taux de TVA : 19,6%

Taux de marge du fabricant : 25%

Coût de revient = Prix de vente / (1 + Taux de marge) = 59,80 / 1,25 = 47,84 €

Marge unitaire = Prix de vente - Coût de revient = 59,80 - 47,84 = 11,96 €.

3.2 Compléter le tableau de l'annexe A.

Cette question demande de remplir un tableau en fonction des calculs précédents.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Utilisation des données calculées pour compléter le tableau.

Réponse modèle :

Coût de revient unitaire : 47,84 €

Marge unitaire : 11,96 €

Quantités vendues : 2000

Marge globale dégagée : 11,96 * 2000 = 23 920 €

3.3 Calculer le Prix de vente HT et la marge unitaire que devrait pratiquer Jardiland et en déduire le prix de vente consommateur.

Cette question nécessite des calculs financiers basés sur les données fournies.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Calcul du prix de vente HT à partir du prix d'achat et du taux de marque.
- Calcul de la marge unitaire.

Réponse modèle :

Prix d'achat : 57 € HT

Taux de marque : 25%

Prix de vente HT = Prix d'achat / (1 - Taux de marque) = 57 / (1 - 0,25) = 76 € HT

Prix de vente consommateur = Prix de vente HT * (1 + Taux de TVA) = 76 * 1,196 = 91,03 € TTC.

3.4 Déterminer l'écart hors taxe entre le prix psychologique par le consommateur et le prix envisagé par Jardiland.

Cette question nécessite un calcul d'écart entre deux prix.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Calcul de l'écart entre le prix psychologique et le prix de vente HT.

Réponse modèle :

Prix psychologique : 83,72 € TTC

Prix psychologique HT = 83,72 / 1,196 = 69,94 € HT

Écart = Prix psychologique HT - Prix de vente HT = 69,94 - 76 = -6,06 €.

3.5 Établir la facture que Royal Canin distribution Bretagne va adresser, le 15 juin 2013 au magasin Jardiland pour l'achat de 20 sacs de croquettes de 12 kg Royal Canin Breed Labrador Retriever 33 junior.

Cette question demande de préparer une facture en tenant compte des remises et des frais de port.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Calcul du montant total avec remise et frais de port.

Réponse modèle :

Prix unitaire : 59,80 €

Quantité : 20 sacs

Montant total = 20 * 59,80 = 1196 €

Remise de 5% = 1196 * 0,05 = 59,80 €

Montant après remise = 1196 - 59,80 = 1136,20 €

Frais de port : 50 € HT

Montant total facture = 1136,20 + 50 = 1186,20 € TTC.

3. Petite synthèse finale

Erreurs fréquentes :

- Oublier de justifier les choix stratégiques.
- Ne pas structurer les réponses de manière claire.

- Des erreurs de calculs dans les questions financières.

Points de vigilance :

- Veillez à bien comprendre les documents fournis.
- Utilisez des données chiffrées pour étayer vos réponses.
- Restez concis et précis dans vos réponses.

Conseils pour l'épreuve :

- Organisez votre temps pour répondre à toutes les questions.
- Relisez vos réponses pour éviter les fautes d'inattention.
- Utilisez des schémas ou tableaux si nécessaire pour clarifier vos propos.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.