

COMPOSITION DE MARKETING

DUREE : 02 Heures

Année académique : 2023-2024

FILIERE : FCGE

CAS DISFRUIT (Distribution fruitière)

(L'étudiant utilisera une calculatrice ordinaire et une feuille de papier millimétrée)

L'entreprise DISFRUIT est une SARL au capital de 4.000.000 FCFA et spécialisée dans la commercialisation de jus à base de fruits : orange, ananas et pamplemousse. Située dans la zone industrielle de Yopougon depuis 1998, elle vous sollicite en tant que stagiaire afin de l'aider à traiter les dossiers ci-dessous.

DOSSIER 1 : Le marché de << Jus de Fruit >>

En 2006 DISFRUIT a élaboré un nouveau jus à base de citron. Les ventes réalisées sont les suivantes

Années	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ventes en millions de FCFA	5	5,5	6	9	9,5	9,5

Echelle: 1cm = 1 million

TRAVAIL À FAIRE

1. Représentez graphiquement l'évolution des ventes du jus de citron.
2. Identifiez à l'aide du graphique les différentes phases du cycle de vie du jus de citron et indiquez les actions marketing qui accompagnent la dernière phase du cycle de vie.
3. Calculez le taux de croissance moyen de 2005 à 2010 des ventes de DISFRUIT.

DOSSIER 2: Le prix et le résultat d'exploitation

Une étude effectuée par le service marketing de DISFRUIT pour la détermination du prix psychologique du jus de citron 100 ml a donné les résultats suivants :

Annexe 1

Prix de vente	% excessif	% insuffisant
300	0	63
350	9	19
400	10	11
500	16	7
600	65	0

Annexe 2

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventes : 7.500.000 FCFA ✓ Achat : 1.600.000 FCFA ✓ Quantités vendues : 18.750 unités ✓ Charges variables : 1.500.000 FCFA ✓ Charges fixes : 2.000.000 FCFA
<p>Echelle : 1cm = 20%</p> <p style="padding-left: 100px;"> 2cm = 50 (PV)</p>

TRAVAIL À FAIRE

1. Déterminez le prix psychologique par calcul et par graphique. (**Annexe 1**)

Par ailleurs, les données concernant les activités de fabrication et les ventes du jus de citron en 2010 sont résumées en **Annexe 2** :

2. Déterminez le seuil de rentabilité en valeur et en quantité.
3. Déterminez le point mort en jours et en mois sachant que l'exercice débute le 1^{er} janvier de l'année 2010.
4. Présentez le résultat d'exploitation

DOSSIER 3 : Pour DISFRUIT

Pour assurer la distribution du nouveau jus de citron, DISFRUIT décide d'utiliser les circuits suivants :

- ✓ Vente directe sur le lieu de production
- ✓ Vente aux grossistes

Par ailleurs, la politique de communication de résumé à la publicité à la télévision et par des actions de promotion des ventes.

Les produits de DISFRUIT sont vendus aux distributeurs (supermarchés et hypermarchés).

- Pot de 0,25 litres sous la marque << Délice >> à 300 F
 - Pot de 0,75 litres sous la marque << Excellence >> à 450 F
 - Pot de 1 litre sous la marque >> Super >> à 600 F
1. Schématisez et nommez les différents circuits de distribution utilisés par DISFRUIT.
 2. Définissez la politique de communication, la politique de distribution et la promotion des ventes.
 3. Calculez les différents prix de ventes (PV) au consommateur de pots (0,25 L ; 0,75 L et 1 L) Pratiqués par les intermédiaires sachant que ces derniers appliquent un taux de marque de 25%

Prix d'achat

NB : PV au consommateur = _____

(1- Taux de marque)

4. Quelles sont les techniques de promotion pouvant être utilisées par DISFRUIT ?
5. Quels sont les médias pouvant être utilisés par DISFRUIT ?