

COMPOSITION D'ETUDE DE CAS

DUREE : 06 Heures

Année académique : 2023-2024

FILIERE : GEC

CAS MODE

Créée en 2015, avec un capital de 30 000 000 FCFA, l'entreprise MODE est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation des produits de beauté. Elle est située à Guiglo dans l'ouest de la cote d'Ivoire. Elle a été créée par M. MOISE et DEMISSA deux experts dans le domaine. Elle commercialise ses produits sous la marque « **BEAUTE SPLENDIDE** ». Ces produits sont fabriqués à base de coco de qualité du terroir.

LE PRODUIT

Cette marque connaît du succès auprès de ses consommateurs. Le produit renferme des qualités exceptionnelles qui nourrissent la peau, lutte contre les graisses de visage et exalte la beauté. Malheureusement, avec le COVID-19 et le vieillissement du conditionnement, les ventes connaissent des baisses de manière considérable. Les produits sont conditionnés dans des pots de 100 ml, 200 ml et 500 ml.

LE PRIX

MODE applique un rapport qualité/prix sur ses produits en fonction du conditionnement. Lors du lancement de son produit beauté d'ange, elle a opté pour la stratégie d'écrémage rapide. Les prix suivants sont appliqués : 1000 F pour 500 ml, 700F pour 200 ml et 500 F pour 100 ml. Pour fixer le prix de Angélique, MODE fait une étude sur un échantillon de consommatrice potentielle (**voir annexe 2**)

LA DISTRIBUTION

Elle utilise la stratégie de distribution sélective et les canaux suivants : les GMS, les grossistes, les détaillants et le canal direct pour les produits sauf les produits qui se vendent uniquement dans les grandes surfaces. Son réseau externe était performant par contre sa force de vente n'a aucune formation en commerce. Il y a quinze vendeurs permanents. Cinq vendeurs ont un niveau d'étude du second cycle des lycées et un salaire mensuel de 60 000 F chacun. Les autres vendeurs ont une commission de 5% par carton vendu

LA COMMUNICATION

La télévision RTI1 est le support principal utilisé pour faire connaître les différents produits. Mais elle utilise aussi les radios de proximités telles que Radio Jam FM, Radio Guiglo FM, Radio PHENIX. Au niveau de la télévision, trois passages de spots publicitaires par semaine chaque trois mois, généralement pendant l'émission « C'midi » ; mais aussi pour amoindrir les dépenses publicitaires, il y a des spots avant le journal de dernière heure. Les participations aux foires et salons sont rares.

LE MARCHÉ

Le marché est saturé avec l'apparition de deux nouvelles entreprises HEMO et DIAMO qui vendent des produits de qualité avec de meilleur conditionnement. La CAN en côte d'Ivoire et la période de la fraîcheur sont très favorable au développement des activités et des produits de beauté. Pendant la fête de paquinou la vente des produits de beauté est à leur maximum.

Ces produits et leurs chiffres d'affaires en millions sont consignés dans le tableau ci-dessous.

ANNEXE 1

ENTREPRISE / PRODUITS	DEMO	HEMO	DIAMO
Beauté d'ange	60	24	40
Belle dame	14	25	35
Angélique	30	28	20
Teint clair	15	24	22

ANNEES / PRODUITS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Beauté d'ange	9	10	13	18	24	28
Belle dame	8	9,5	13	19	25	26
Angélique	7	9	12	18,5	25	30
Teint clair	8	8,5	12,5	19,3	31	34

POSITION CONCURRENTIELLE

CRITERES ET PRODUITS	Beauté d'ange	Belle dame	Angélique	Teint clair	Poids
Part de marché	8	6	5	5	4
Image	5	7	4	3	2
Qualité	7	9	8	6	1
Profondeur de la gamme	3	4	6	7	2
Efficacité	7	5	4	2	1

ATTRAIT DU MARCHÉ

CRITERES ET PRODUITS	Beauté d'ange	Belle dame	Angélique	Teint clair	Poids
Taille du marché	4	6	2		2
Taux de croissance	9	4	8		3
Rentabilité	6	6	6		2
Concurrence	4	3	3		2
Solvabilité	5	6	7		1

ANNEXE 2

Les prix de vente	Personnes trouvant le prix excessif	Personnes trouvant les produits de mauvaise qualité
550	0	180
600	45	150
650	50	90
700	60	30
750	80	24
800	X	14
850	85	8
900	40	3
950	30	1
1000	10	0
1050	0	0

L'étude financière de projet a donné les résultats suivants : Le prix de vente est le prix psychologique trouvé. Elle prévoit produire et vendre 70 000 pots. Les charges fixes de production s'élèvent à 8 000 000 FCFA. Quant aux Charges variables 130 000 000 FCFA

PREMIERE PARTIE

- 1- Déterminez le prix psychologique
- 2- Déterminez le seuil de rentabilité en valeur et en volume
- 3- Définir la date d'obtention du seuil de rentabilité, si l'entreprise reste fermée pendant 60 jours
- 4- Citez et expliquez les stratégies de prix
- 5- Analysez le portefeuille d'activité de cette entreprise selon deux matrices appropriées

Rayon 5 cm **Echelle** : 0 – 3 – 6 – 9

- 6- Faites l'analyse-diagnostic de cette entreprise

DEUXIEME PARTIE

Le responsable commercial confie à votre cabinet l'étude de marché pour la notoriété de son produit « Angélique ». Cette étude portera sur le comportement d'achat des consommatrices de produit de beauté, leur catégorie socioprofessionnelle (CSP) et le nombre estimatif de consommateurs.

Les caractéristiques de cette étude sont : Echantillon de 500 consommatrices, revenu moyen = 25000F avec un écart-type de 2000 F. Au seuil de confiance de 95 %

1- Déterminez l'estimation du revenu moyen de cette population

Pour la phase pratique, l'on décide de tirer systématiquement un échantillon à partir de fichiers qui ont enregistré pour une période de deux mois un total de 5876 consommatrices. D'après ce tirage, la 97^{ème} et la 178^{ème} personne tirées portent respectivement les numéros 2517 et 4623.

2-Déterminez le numéro du 5^e, 10^e, 15^e de la dernière personne du tirage

TROISIEME PARTIE

L'état ivoirien dans le souci de protéger les entreprises locales de produit de beauté a pris des mesures augmentant les taux des taxes sur les produits de beauté importées. Fort de cet avantage la MODE décide de conquérir trois marchés de l'UEMOA.

Elle effectue un test de produit sur les trois pays et obtient les résultats suivants :

ANNEXE

Pays	Effectif du panel (foyers)	Nombre de foyers ayant acheté le produit	Nombre de foyers ayant racheté le produit
A	1450	327	33
B	945	170	26
C	700	72	20

1. Citez quatre raisons ayant motivé le choix des marchés de l'UEMOA ?
2. Calculez pour chaque pays, la part de marché prédictive, commentez et retenez le meilleur marché

QUATRIEME PARTIE

Pour lutter contre la concurrence, le directeur commercial décide de diversifier son secteur d'activité. Pour faire face à la nouvelle clientèle il vous donne les informations suivantes :

- Deux visites par mois aux GMS au nombre de 50
- Deux visites par bimestre aux magasins spécialisés au nombre de 100
- Une visite par trimestre aux Boutiques au nombre de 120.

- une visite dure respectivement deux heures, une heure, une heure et demi

Chaque vendeur devra travailler de 7h à 13h et de 14h à 17h par jour du lundi au vendredi. Au cours de l'année, il participera à des animations commerciales de deux fois deux semaines et bénéficiera de cinq semaines de congé et de deux semaines de visite médicale.

Les lundis seront consacrés aux réunions et tâches administratives.

TRAVAIL A FAIRE

- 1) Quelle sera la taille de la force de vente ?
- 2) Quelles sont les qualités d'un bon système de rémunération ?

CINQUIEME PARTIE

Pour mieux apprécier la gestion de sa matière première (Coco et dérivé), le service approvisionnement de MODE a établi le budget prévisionnel 2025 à partir des données suivantes :

MOIS	J.	F.	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Quantité (en carton)	100	30	40	50	40	50	80	100	80	120	150	150

Le stock initial 200 cartons.

Stock de sécurité évalué à 30 cartons.

Déterminez le calendrier des approvisionnements par lot constant par :

1-La méthode en dent de scie

2-Le tableau de calcul

***NB : la quantité commandée et livrée par le fournisseur est de 250 cartons
Délai de livraison un mois.***