|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mission 01 - Étudier et évaluer des marchés | | |  |
| Durée : 1 h 20 | **Homme avec un remplissage uniou Deux hommes avec un remplissage uni** | Source |Source Excel | |

**Contexte professionnelle**

La société Cadrien, créée en 1999 par M. SOLLIET (PDG), est implantée à Annecy en Haute-Savoie. Elle achète et commercialise des encadrements et des accessoires pour tableaux et œuvres d'arts.

Elle possède cinq points de ventes sur la région Auvergnes-Rhône Alpes. Elle vend également ses articles par un réseau de revendeurs exclusifs spécialisés dans ce type de marché et réalise des ventes directes par catalogue et par Internet.

Ses clients sont principalement des amateurs d’art, qui recherchent des articles de qualité qui restent cependant à des prix raisonnables.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Catalogue articles** | | | |
| **Libellé** | **Prix achat HT** | **Coefficient** | **Photo** |
| Cadre Riviera 30X45 | 30 € | 2 | cordoue |
| Cadre Riviera 40X60 | 35 € |
| Cadre Riviera 50X70 | 40 € |
| Cadre Star 30X45 | 35 € | 2 | star |
| Cadre Star 40X60 | 40 € |
| Cadre Star 50X70 | 45 € |
| Cadre Cardou 30X45 | 40 € | 2 | riviera |
| Cadre Cardou 40X60 | 45 € |
| Cadre Cardou 50X70 | 50 € |
| Cadre Etoril 30X45 | 40 € | 2 | estoril |
| Cadre Etoril 40X60 | 45 € |
| Cadre Etoril 50X70 | 50 € |
| Barre accrochage | 20 € | 2.5 | accrochage |
| Lampe éclairage 1 | 30 € | 2.5 |  |
| Lampe éclairage 2 | 36 € | 2.5 |  |

M. Solliet, vous remet le tableau des ventes des 5 dernières années. Il apparaît que les ventes stagnent depuis deux ans. M. Solliet cherche des solutions pour développer et perenniser l’entreprise. Il envisage d’ores et déjà plusieurs solutions de développement.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Années** | **Familles d’articles** | |
| **Cadres** | **Accessoires** |
| 2018 | 275 260 € | 44 650 € |
| 2019 | 266 400 € | 48 220 € |
| 2020 | 282 000 € | 49 340 € |
| 2021 | 282 300 € | 55 420 € |
| 2022 | 281 280 € | 61 763 € |

**Solution 1 :** **démarcher de nouveaux clients.**

|  |  |
| --- | --- |
| M. Solliet rentre d’un voyage en Inde au cours duquel il a rencontré un intermédiaire qui commercialise des encadrements artisanaux de qualité en provenance du Tibet et qui offrent un rapport qualité/prix très interessant (Prix d’achat entre 5 et 10 € l’unité). | ***Source image : http://ametibetaine.com/*** |

Cependant, pour compenser les coûts induits par le transport, les quantités commandées doivent être relativement importantes. Malheureusement, ces quantités ne peuvent pas être absorbées par nos magasins et le réseau de revendeurs actuels. Cette solution impose donc de devoir trouver de nouveaux débouchés.

M. Solliet pense que ces cadres pourraient être commercilisés entre 15 et 25 euros l’unité (prix public), ce qui permettrait de toucher un nouveau public.

Dans ce contexte, il envisage de devenir l’importateur exclusif de ces encadrements qui répondent bien à l’engouement actuelle pour l’artisanat Indien. Il envisage de les diffuser auprès des grands magasins de bricolage et décoration (Leroy Merlin, Castorama, Bricorama), dont les surfaces de ventes et la clientèle sont en adéquation avec les produits et les quantités à écouler.

**Solution 2 : diversifier le catalogue d’articles**

Lors du dernier Salon des arts asiatiques de Genève, il a rencontré un agent artistique qui se propose de vendre en Europe des œuvres d’artistes népalais.

Lors de cette rencontre, il a pu voir des bronzes animaliers d’excellente facture qui pourraient être vendus en France à des prix relativement raisonnables pour cette qualité (entre 300 € et 600 €, avec un prix moyen de 400 €).

|  |  |
| --- | --- |
| *Ces articles sont créés et fondus dans de*  *petites forges locales à des prix qui défient*  *toute concurrence.* |  |

Cette solution permettrait de toucher un nouvelle clientèle, que l’entreprise ne connait pas très bien, car elle est spécialisée en accessoires d’œuvres d’art et non en œuvre d’art à proprement parler.

**Étude de marché**

M. Solliet a réalisé rapidement une étude concernant le marché des objets en bronze qu’il vous en remet.

Le nombre de ménages de la catégorie CSP supérieure (CSP = Catégorie Sociaux Professionnelle) en France s’éléve à 3 000 000. L’entreprise commencerait par distribuer ces produits sur la région Sud/Est dans laquelle vivent 7 % des CSP Plus.

Une étude publiée dans une revue d’art et d’objets de brocante indique que le pourcentage de familles de cette catégorie, interessées par l’investissement dans des objets d’art est de 10 % et que la répartition des budgets qu’ils sont prêts à y consacrer est la suivante : moins de 100 € = 70 % ; de 100 à 500 € = 20 % ; plus de 500 € = 10 %.

M. Solliet se donne comme ambition de prendre 10 % de parts de marché de ce type d’objet sur la région Auvergne-Rhônes-Alpes.

**Travail à faire**

**15 sept**

1. Analysez l’évolution du chiffre d’affaires de la société (total, par famille d’articles et en part de chiffre d’affaires par catégorie d’articlesà (source Excel)
2. Rédigez le courrier qui sera envoyé au magasin de bricolage en vu de présenter notre nouvelle gamme de cadres pour essayer d’être référencé.
3. Évaluez le chiffre d’affaires en quantité et en valeur qui pourrait être celui de l’entreprise quant aux ventes de bronzes animaliers.
4. Indiquez les implications de ces différentes solutions en terme de segmentation de la clientèle de la société.