

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 CCF : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

SUJET CCF Décembre 2008 N°4

Thème : S422-1 La clientèle et l'évaluation de a zone de chalandise

Question 1

Définissez la notion de zone de chalandise et précisez les méthodes d'évaluation .

Question 2

Dans le cadre de sa restructuration le Centre Leclerc de Montauban Sapiac (82) envisage de créer un rayon « Produits Biologiques » d'une surface de 10 m²

Le Directeur vous demande d'évaluer la pertinence de ce projet.

Objet : Les produits issus de l'agriculture biologique sont de plus en plus présents dans les assiettes des Français. Tel est le constat de la deuxième édition du « Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France » mis en place l'an dernier par l'Agence BIO**.*

Il ressort de ce Baromètre que :

44% des Français ont consommé au moins un produit bio au moins une fois par mois en 2004, contre 37% en 2003.

42% des Français ont acheté des aliments biologiques au cours des 4 dernières semaines, contre 33% l'an passé (à la même période).

les produits bio phares sont les fruits et légumes, les oeufs et le pain, suivis des produits laitiers et des volailles :

** généralement, 40% des consommateurs de ces produits sont fidèles,*

** environ 1/4 des consommateurs de ces produits sont nouveaux.*

et, toujours, 84% des Français qui ont une image positive des produits biologiques.

Source : Agence bio 2007

Vous disposez en outre des informations en annexe1 et 2

Question 2-1 Évaluez le marché potentiel théorique, le marché potentiel réel et le chiffre d'affaires potentiel de ce nouveau rayon sur la zone primaire et secondaire (qui représentent 95% de notre clientèle).

Question 2-2 Détaillez les points forts et les points faibles liés à ce projet

Question 2-3 Proposez au moins quatre actions à mener pour que votre unité commerciale développe l'attractivité de ce nouveau rayon

Question 3

- A partir de votre expérience, montrez l'intérêt pour une unité commerciale de bien connaître les caractéristiques sociodémographiques de sa clientèle potentielle

Annexe 1

l'offre de produits biologiques ne suit pas la demande, ce qui oblige la France à importer massivement. Flairant le bon coup, les grands de la distribution ont diversifié leur gamme de produits biologiques. Aujourd'hui, 40 à 50 % d'entre eux sont vendus en grandes et moyennes surfaces (GMS) généralistes, 35 % le sont dans des supérettes spécialisées.

Source : L'Entreprise 2007

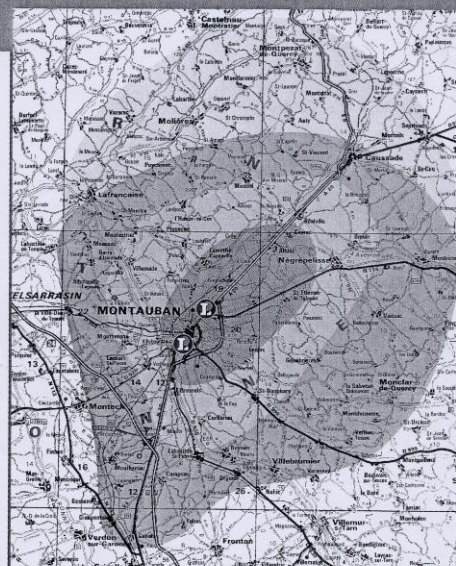
Annexe 2

La zone de chalandise de Leclerc Sapiac se compose essentiellement de 2 sous-zones :



CAMPAGNE FINANCÉE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPÉENNE ET DE L'AGENCE BIO

Part de marché : 62,30 % Taux de fidélisation : 78,29 %
Taux de fréquentation : 74,90 % Taux de notoriété : 99,21 %



Données démographiques :

Commune de Montauban : 1982 : 50 682 hab
1990 : 51 224 hab (+1,07%)
Agglomération de Montauban : 1982 : 52 140 hab
1990 : 53 010 hab (+1,67%)
Arrondissement de Montauban : 1982 : 125 407 hab
(16 cantons) 1990 : 131 808 hab (+5,10%)

	Communes	Nombre d'habitants
Zone 1 (70%)	Montauban	51 800
Zone 2 (25%)	Bressols	3 300
	Labastide-saint-pierre	3 500
	Montech	4 300
	Négrepelisse	3 800
	Saint Etienne de Tulmont	3 000
	Verdun sur garonne	3 500
	Grisolles	3 000
	Beaumont de Iomagne	3 650
	Autres petites villes < 3000 h	26 500
Zone 3 (5%)		25 000

(Insee 2007 et Proscop 2007)

- Revenu annuel moyen d'un ménage du Tarn-et-Garonne : 12 500 €/an (INSEE)
- Un ménage est constitué de 2,2 personnes (INSEE)
- Le coefficient budgétaire des dépenses alimentaires en 2007 est de 14% du revenu total et 3% de ces dépenses alimentaires sont consacrés aux produits biologiques (INSEE 2007)
- L'IDC est de 1,25 dans la zone primaire, 0,75 dans la zone secondaire et 0,90 dans la zone tertiaire (CECOD 2007)
- L'évasion pour les produits biologiques s'élève à 45% dans la zone primaire, 58% dans la zone secondaire et 42% dans la zone tertiaire (achats effectués dans des superettes spécialisées) (Chambre agriculture du 82 en 2007)
- L'objectif est de capturer 5% de la demande potentielle réelle
- Le CA moyen / m2 / an des produits biologiques en GSA est de 9 600 € / m2 / an (source interne Centre Leclerc)