



Exemples de projets en Marketing

publié le 29/02/2008 - mis à jour le 11/08/2016

Descriptif :

8 exemples de projets pour l'épreuve orale de spécialité du baccalauréat STG mercatique

Sommaire :

- Projet N° 1 Service à domicile pour bébé
 - Projet N° 2 La Maison des abeilles
 - Projet N° 3 Gardiennage d'animaux à domicile
 - Projet N° 4 Saintes Bowling
 - Projet N° 5 Brasserie La Bercloise
 - Projet N° 6 Livraison des courses à domicile
 - Projet N° 7 Galettes de Beurlay
 - Projet N° 8 Faïencerie Jean Alexiu
-

Ces **exemples de projets** s'appuient sur le contexte commercial local.

Les objectifs commerciaux fixés dans chaque projet sont totalement **fictifs mais cohérents avec le contexte commercial local**.

On attend des élèves qu'ils mettent en oeuvre des actions ou propositions de démarche d'actions qui permettent de répondre au problème commercial évoqué dans le projet.

Les objectifs intermédiaires préconisés dans les sujets ont pour but de donner des grandes orientations dans la démarche de résolution du projet. On attend des élèves qu'ils recherchent les informations utiles pour cerner le problème dans son contexte local, qu'ils définissent les actions à entreprendre pour atteindre ces objectifs intermédiaires et qu'ils se répartissent clairement les tâches à réaliser.

Pour structurer leur démarche, les élèves peuvent s'aider du [guide méthodologique pour le projet](#)  présenté dans cette même rubrique de ressources.

Il convient de rappeler aux élèves qu'ils sont évalués sur la démarche qu'ils auront mis en oeuvre pour analyser le problème commercial et pour faire des préconisations d'action, et non sur la finalisation concrète du projet.

Les préconisations qui seront faites seront totalement fictives et seront jugées par le jury au regard des informations dont ont pu disposer les élèves, par rapport à la cohérence de leur démarche et leur capacité à avoir un regard critique sur leur travail.

● Projet N° 1 Service à domicile pour bébé

Description du contexte :

Couches : arrêtons de jeter, lavons !

Les couches lavables font leur grand retour sur les fesses de nos bébés. Natiloo a fait le point pour vous donner quelques éléments de comparaison entre tous les types de couches, les classiques, les lavables en coton bio ou couches bio jetables...

Les couches lavables, certains vous diront que c'est un retour en arrière complètement ridicule. Or c'est avant tout une prise de conscience que les couches jetables sont un énorme gâchis environnemental et un risque bien trop

élevé pour la santé de nos bébés.

Environ 5500 couches de la naissance à la propreté, c'est environ une tonne de déchets non biodégradables par enfant. En France, ces déchets ne sont pas retraités, ils ne peuvent donc qu'être enfouis ou incinérés. Quant aux produits utilisés pour rendre les couches toujours plus absorbantes, ils ne sont soumis à aucun contrôle. Par exemple, en 2000, Greenpeace a trouvé des composés hautement toxiques dans certaines couches. Ces composés ont été retirés depuis, mais elles contiennent encore aujourd'hui du polyacrylate de sodium qui a été supprimé des tampons hygiéniques aux Etats-Unis dès 1985 car il était associé au syndrome du choc toxique. Enfin, le plastique extérieur rend les couches tellement imperméables qu'il entraîne un phénomène de « surchauffe » à l'intérieur de la couche, aggravé lors d'épisodes de fièvre, et qui pourrait être à l'origine de problèmes de stérilité masculine. Voilà pourquoi des parents de plus en plus nombreux décident de passer aux couches lavables. L'entretien qu'elles demandent représente le frein majeur pour passer le pas cependant tous les témoignages vont dans le même sens : cela prend un peu plus de temps mais c'est bien plus agréable de mettre une couche en tissu sur les jolies fesses de son bébé. Et quand on est sensible à l'environnement, étendre des couches au soleil est un moment bien plus plaisant que d'aller acheter un carton de couches jetables au supermarché.

Plus convaincant pour les parents rationnels avant tout, en plus d'être écologiques, elles sont extrêmement économiques ! Comparons tout simplement les budgets : à raison de 6 couches par jour pendant 2 ans et demi en moyenne, les couches jetables coûtent environ 1600 euros par enfant. Les couches lavables demandent un investissement d'environ 400 euros pour 20 couches et un budget de 200 euros d'entretien. On peut réutiliser les couches pour un deuxième enfant ou bien les revendre d'occasion ce qui permet à d'autres parents de démarrer à moindre coût. Source : Magali Lavallière - www.planete-terra.fr 

Identification du problème :

Clotilde, diplômée d'une école de commerce, souhaite créer son entreprise. L'article précédent a retenu toute son attention. Elle se dit qu'il y a peut-être une vraie opportunité commerciale dans la distribution et le service après-vente des couches lavables (ramassage des couches usagées, nettoyage, réapprovisionnement des clientes).

Formulation du besoin :

Clotilde souhaite que vous l'éclairiez sur l'opportunité commerciale de son projet. Elle souhaite notamment que vous lui donniez d'autres idées pour étoffer son offre, tout en restant sur le créneau des produits naturels respectant l'environnement.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez le marché local pour savoir s'il y a une réelle demande.
- Elaborez l'assortiment qui pourrait composer l'offre.
- Proposez une stratégie de communication pour le lancement et le développement de son activité.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● **Projet N° 2 La Maison des abeilles**

Description du contexte :

Située à Corme-Royal, l'exploitation de Fabienne GABORIT vous accueille depuis trois générations. Vous pouvez découvrir la récolte de miel, du pollen et de la gelée royale.

Un guide vous explique la vie de l'abeille, l'univers de sa colonie que vous pourrez observer grâce au vivarium. Lors

de votre visite vous traversez le rucher, la miellerie et vous finissez votre découverte par la dégustation des différents miels produits sur l'exploitation.

Identification du problème :

Cette exploitation familiale doit continuer à prospérer pour garder sa place sur le marché. Cependant, son développement ne doit pas remettre en question l'aspect artisanal de sa fabrication qui constitue l'identité profonde de son activité. L'enjeu est de savoir comment l'exploitation peut accroître son chiffre d'affaires sans remettre en question son positionnement sur le marché.

Formulation du besoin :

Fabienne GABORIT pense qu'en fidélisant davantage ses clients elle pourrait accroître son chiffre d'affaires. Elle vous sollicite pour l'aider à mettre en place une politique de fidélisation efficace.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez la typologie de la clientèle de l'exploitation
- Recherchez les moyens de fidélisation possibles dans ce contexte
- Faites des propositions concrètes en présentant des concepts de maquette de support ou de simulation sur logiciel informatique présentant une action de marketing direct (publipostage par exemple).

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● **Projet N° 3 Gardiennage d'animaux à domicile**

Description du contexte :

Patrice aimerait créer sa micro-entreprise sur un concept assez original : le soin des animaux à domicile.

Fidèles et fascinants, les animaux domestiques accompagnent plus de la moitié des foyers français. Il pense donc qu'il existe un vrai besoin sur le marché pour s'occuper des chiens, chats, chevaux... pour les personnes qui doivent s'absenter de leur domicile.

Patrice imagine qu'il pourrait proposer ses services pour assurer les soins quotidiens, nourriture, promenade, pansage... tout au long de l'année, pendant les vacances et pendant les week-ends.

L'originalité de son concept est qu'il garderait les animaux dans leur environnement naturel, ce qui sécuriserait aussi la maison des personnes absentes.

Patrice qui a travaillé pendant 8 ans dans une société de sécurité pour locaux professionnels (magasin, entrepôt ...), a fait un stage chez un vétérinaire de la région (spécialiste de la race équine) pour acquérir des connaissances supplémentaires dans les soins quotidiens des animaux. Cavalier dans ces moments de loisirs, il connaît bien les chevaux et peut donc assurer leur pansage quotidien.

Identification du problème :

Il s'agit de savoir s'il existe réellement une demande sur le marché et si une offre commerciale peut être rentable.

Formulation du besoin :

Avant de se lancer dans les procédures concrètes de création d'entreprise, Patrice fait appel à vos compétences pour mener une pré-étude afin de vérifier l'existence réelle d'une demande sur une zone de chalandise de Saintes et ses alentours.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Essayez d'estimer la demande en volume et en valeur
- Analysez les solutions existantes de gardiennage d'animaux domestiques sur la zone de chalandise
- En fonction de vos analyses, faites des propositions pour affiner le projet de Patrice concernant la zone de chalandise, la cible, la nature des prestations qu'il pourrait offrir.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● **Projet N° 4 Saintes Bowling**

Description du contexte :

Au cœur de la Saintonge Romane, SAINTES BOWLING propose depuis 1990 un lieu pour une détente totale, dans une immense structure climatisée et un cadre chaleureux.

SAINTES BOWLING, c'est tout d'abord une équipe toujours à votre écoute afin de vous satisfaire au mieux, mais c'est aussi :

- ▶ 10 pistes de bowling, 20 billards
- ▶ Un espace jeux avec des machines d'arcade
- ▶ Un complexe climatisé avec 1500 m² de détente avec un bar panoramique
- ▶ Un snack disponible à toute heure
- ▶ Des formules repas (repas de fin d'année d'entreprise, repas d'affaires, anniversaires...)

Le confort de cet établissement en fait un lieu propice aux rencontres, idéal pour discuter entre amis et partager un agréable moment.

Identification du problème :

L'entreprise cherche en permanence de nouvelles activités pour continuer à prospérer. Sa croissance est plus contrainte par la taille de sa zone de chalandise que par la concurrence.

Formulation du besoin :

Le dirigeant de l'entreprise s'interroge sur les moyens d'action qu'il pourrait mettre en œuvre pour développer son chiffre d'affaires.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez la situation commerciale de l'entreprise sur le marché.
- Analysez les actions commerciales envisageables dans le cadre des activités actuelles du bowling.
- Analysez les nouvelles activités commerciales que vous pourriez préconiser au dirigeant.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques

- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● Projet N° 5 Brasserie La Bercloise

Description du contexte :

Créée en l'an 2002, la Brasserie de Bercloux a la grande ambition de faire renaître l'activité bière dans le Pays Saintongeais. Renaître, parce qu'il y a seulement 50 ans, il existait encore une brasserie dans la Ville de Saintes. La brasserie de Bercloux repose sur un procédé unique au monde : l'utilisation de l'alambic charentais pour la cuisson du moût. L'entreprise brasse uniquement des bières pur malt (malts d'orge et de blé). Elle produit 5 types de bière différents dont la fameuse bercloise au cognac..

Identification du problème :

L'entreprise doit faire face à une concurrence importante.

En France, le marché de la bière brasse plus de deux milliards d'euros de chiffre d'affaires. Trois grands groupes étrangers - Kronenbourg, Heineken et InBev - se partagent 85 % du marché face à quelques 200 micro-brasseries. Ce sont en effet les seuls qui résistent, en France, face à une consommation qui baisse sensiblement.

Formulation du besoin :

La Brasserie de Bercloux cherche à développer son chiffre d'affaires sans remettre en cause son indépendance et son positionnement sur le marché. Elle fait appel à votre capacité d'analyse du marché pour lui faire des propositions d'actions commerciales pour développer les ventes de sa gamme de produit existant.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez le segment du marché sur lequel se situe l'entreprise.
- Analysez les éléments qui peuvent permettre à l'entreprise de valoriser son offre.
- Préconisez des moyens d'actions pour développer son chiffre d'affaires.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● Projet N° 6 Livraison des courses à domicile

Description du contexte :

"Un an après la loi sur les services à la personne de juillet 2005, le nombre d'entreprises de services à la personne agréées par l'ANSP a été multiplié par six : 3 800 entreprises étaient agréées fin 2006, représentant 35 % des structures.

C'est dire si les besoins dans le domaine sont grands et les perspectives de développement prometteuses.

Travaux ménagers, assistance aux personnes âgées et aux personnes handicapées, garde d'enfants, jardinage, bricolage, soutien scolaire, assistance informatique et administrative, etc., sont autant de métiers qui constituent l'éventail des services à la personne.

Cependant, de par la diversité de ses métiers, et de ses modes d'intervention, le secteur est atomisé laissant le champ libre aux plus grosses structures ou la porte ouverte à des pratiques abusives de la part de structures non agréées.

Les entreprises et organismes de plus petite taille sont livrés à eux-mêmes, alors qu'ils ont plus que jamais besoin

d'être soutenus dans leur activité et leur développement.

Diffusé largement depuis janvier 2006, le chèque emploi service universel (Cesu) permet aux particuliers de payer le salarié ou l'organisme agréé, qui effectuent ces services à domicile ou hors du domicile. Facile d'utilisation et sécurisé, le Cesu peut être cofinancé par l'employeur, et offre des avantages fiscaux et sociaux.

Identification du problème :

Marc est titulaire du BTS Management des Unités Commerciales. Il pense qu'il y a un réel marché à prendre sur la ville de Saintes concernant la livraison des courses à domicile.

L'activité de livraison de courses à domicile s'entend dans le but de faciliter la vie quotidienne des familles. Il peut donc s'agir de la livraison de courses, de médicaments, de livres, de journaux, de documents administratifs....

Formulation du besoin :

Marc souhaite que vous l'éclairiez sur l'opportunité commerciale et les contours que doit prendre son projet.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez le marché local pour savoir s'il y a une réelle demande
- Analysez les moyens qui permettraient de garantir aux yeux des consommateurs potentiels le sérieux et la qualité des services proposés.
- Définissez le périmètre d'activité qui vous semble viable pour une telle activité.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● Projet N° 7 Galettes de Beurley

Description du contexte :

Depuis plus de 150 ans, l'établissement « Galette de Beurley » fabrique des spécialités pâtisseries, dont la fameuse "Galette de Beurley", l'un des fleurons du patrimoine gastronomique charentais.

Le dirigeant, madame Barraud, souhaite développer un nouveau produit correspondant aux évolutions du comportement du consommateur. ?

Identification du problème :

Il est indispensable pour l'entreprise d'innover pour maintenir sa part de marché et rester attractif aux yeux des consommateurs. Le principal problème pour l'entreprise est de savoir quelle nouvelle offre proposer aux consommateurs ?

Formulation du besoin :

Imaginez et proposez à madame Barraud, les caractéristiques d'une nouvelle offre sur le segment du marché de l'entreprise.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Etudiez le marché local sur lequel se positionne l'entreprise Beurley.
- Proposer le concept d'une nouvelle offre. Vous approfondirez plus particulièrement votre analyse sur le packaging.

- Analysez de manière la plus concrètement possible la politique de prix envisageable pour ce nouveau produit.

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h
- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

● **Projet N° 8 Faïencerie Jean Alexiu**

Description du contexte :

Rares sont les cités, dont le nom évoque un art, une passion. La Chapelle Des Pots, village de potiers depuis plus de 8 siècles, blotti au cœur de la Saintonge romane, a la chance de figurer parmi celle-ci. La Chapelle Des Pots est marquée par l'installation des premiers potiers vers 1250. D'abord fabricants de modestes poteries utilitaires et de poteries culinaires, ils deviennent à la Renaissance des artistes de haut rang. Ils produisent des objets décoratifs destinés à l'aristocratie, et exportent déjà vers les pays hanséatiques et l'Angleterre

Dans le courant du 17ème siècle, apparaît en France une nouvelle céramique, en provenance d'Italie : c'est la faïence, qui connaît un engouement extraordinaire dès son arrivée, en raison de la qualité de sa décoration. Pour les poteries de La Chapelle Des Pots, c'est une catastrophe car elles perdent leur riche clientèle. Les potiers s'orientent alors de nouveau vers la fabrication de poteries utilitaires et de poteries culinaires, exportées en grande quantité à partir du port de La Rochelle, principalement vers 2 colonies : le Canada et la Louisiane. En 1763, la France perd le Canada au profit de l'Angleterre, et en 1803 Napoléon vend la Louisiane aux Etats-Unis. Ces 2 événements entraînent la perte, pour les potiers, de leurs principaux débouchés. Ils marquent à jamais leur destin vers une disparition annoncée. C'est ainsi que le dernier atelier de poterie artisanale de La Chapelle Des Pots arrête toute production et ferme ses portes en 1906.

En 1961 - Poussés par leur passion, Jean et Jeanine Alexiu fondent La Poterie De La Chapelle Des Pots et dès 1969, ils vont développer un réseau de boutiques intégrées.

En 1964, à la demande d'un grand marchand rochelais, l'entreprise reproduit un décor 18ème de la faïencerie de la Rochelle : le décor Coq. Grâce à cette opportunité, le style de l'entreprise trouve progressivement ses fondements dans l'alliance unique des formes saintongeaises et des décors rochelais, subtile déclinaison des arts de la table.

Identification du problème :

La dernière boutique a été ouverte en 1999 à la Rochelle. Toutes les boutiques sont localisées sur le littoral atlantique. Seul le magasin situé dans l'atelier de fabrication de la Chapelle des Pots est à l'intérieur des terres saintongeaise. L'entreprise souhaite relancer sa stratégie d'ouverture de magasin.

Formulation du besoin :

Jean Alexiu vous demande de lui faire des propositions pour implanter un nouveau magasin dans la ville de Saintes.

Définition des objectifs intermédiaires :

- Analysez l'activité commerciale saintaise afin de déterminer le meilleur emplacement possible.
- Recherchez un local pour la future boutique
- Proposez une politique de communication pour l'ouverture de ce nouveau magasin

Plages horaires de travail en classe mises à disposition :

- Séance du 3 mars 2008 : 3 h
- Séance du 10 mars 2008 : 4 h

- Séance du 17 mars 2008 : 3 h
- Vacances de Pâques
- Séance du 21 avril 2008 : 3 h
- Séance du 28 avril 2008 : 3 h Remise du dossier pour le jury.

Document joint



guide méthodologique projet (Word de 79.5 ko)

bac STG, épreuve orale



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.