

**BACCALAUREAT PROFESSIONNEL,
Spécialité CULTURES MARINES**

Session 2016

E22 ECONOMIE ET COMMERCIALISATION

(Durée : 2 heures)

La clarté des raisonnements et la qualité de la rédaction interviendront pour une part importante dans l'appréciation des copies.

CONTEXTE

Entreprise Médithau S.A. , crée en 1996 par Florent Tarbouriech.

Lieu : Marseillan, au bord de l'étang de Thau.

48 salariés.

Chiffre d'affaires : 8 millions d'euros.

production : 4800 tonnes de coquillages :

- 10% provenant de l'étang de Thau
- 90% provenant de l'Union européenne : Espagne, Grèce, Italie.

marque commerciale : « Les Huîtres Tarbouriech ».

Projet de label Rouge pour les huîtres .

MISSION :

Vous venez d'être embauché par Médithau S.A. en qualité de commercial.

Votre travail consistera à développer les ventes d'huîtres spéciales Tarbouriech.

Tournez la page SVP

PREMIERE PARTIE : l'environnement de l'entreprise.

Lire le document en Annexe 1 et répondre aux questions suivantes:

1^{re} QUESTION (valeur = 0,5)

Donner les chiffres de production d'huîtres par les producteurs de l'étang de Thau.

2^e QUESTION (valeur = 0,5)

Décrire la politique de distribution de ces professionnels.

3^e QUESTION (valeur = 1)

Décrire les caractéristiques techniques de l'huître spéciale Tarbouriech.

4^e QUESTION (valeur = 1)

Expliquer en quoi l'entreprise Médithau se distingue de ses concurrentes.

5^e QUESTION (valeur = 1,5)

Expliquer quelles sont les conséquences de l'utilisation de technologies innovantes sur l'image de marque de l'entreprise.

6^e QUESTION (valeur = 0,5)

Citer les partenaires du projet de filière haut de gamme.

7^e QUESTION (valeur = 1)

L'entreprise envisage de labelliser ses huîtres ; expliquer ce qu'est le Label Rouge.

8^e QUESTION (valeur = 2)

Exposer les avantages d'un label pour les consommateurs et pour l'entreprise.

DEUXIEME PARTIE : la commercialisation des produits.

9^e QUESTION (valeur = 1)

Citer les quatre composantes de la démarche mercatique (les 4 P).

10^e QUESTION (valeur = 1)

Décrire la politique de prix de Médithau.

11^e QUESTION (valeur= 1,5)

Justifier cette politique de prix en proposant trois réponses.

12^e QUESTION (valeur = 2)

L'entreprise vous demande d'élaborer une politique de distribution : expliquer quels types de clients vous allez démarcher en justifiant vos choix.

13^e QUESTION (valeur = 1,5)

Vous devez mettre au point un argumentaire de vente. Pour le préparer, citer trois « avantages produit ».

14^e QUESTION (valeur = 3)

Citer trois objections qui pourraient être faites par des prospects, et proposer une contre-argumentation pour chaque objection.

15^e QUESTION (valeur = 2)

Proposer deux slogans (petites phrases) qui représentent au mieux les qualités du produit, de son environnement et/ou de l'entreprise Médithau.

Nota :

1. *Aucun document n'est autorisé.*

2. *Délits de fraude : "Tout candidat pris en flagrant délit de fraude ou convaincu de tentative de fraude sera immédiatement exclu de la salle d'examen et risque l'exclusion temporaire ou définitive de toute école et d'une ou plusieurs sessions d'examens sans préjudice de l'application des sanctions prévues par les lois et règlements en vigueur réprimant les fraudes dans les examens et concours publics".*

ANNEXE 1

(Produits de la mer 2012)

LA SPECIALE TARBOURIECH INSPIRE

Médithau, via des partenariats avec d'autres producteurs, pose les premiers jalons d'une filière ostréicole haut de gamme en Méditerranée.

La méthode n'a pas changé depuis des lustres. Dans l'étang de Thau, les huîtres sont élevées sur des cordes suspendues aux perches des tables d'élevage. Autrefois, certains ostréiculteurs remontaient les huîtres hors de l'eau une ou deux fois par an pour faire sécher les algues qui les recouvraient.

Au milieu des années 2000, Florent Tarbouriech a l'idée de les exonder (= sortir de l'eau) quotidiennement et, ainsi, reproduire le rythme des marées de l'Atlantique. « *L'objectif était de leur donner des caractéristiques organoleptiques différentes* », explique le Pdg de Médithau.

Et les résultats sont au rendez-vous. Stressée par les sorties hors de l'eau, l'huître fait des réserves, devenant plus charnue et plus savoureuse. Les rayons du soleil éliminent de la coquille algues et parasites et lui apportent des reflets roses. « *Il restait à rendre le procédé mécanisable, fiable et économiquement viable.* »

Médithau se rapproche alors d'un bureau d'étude, aboutissant à une solution astucieuse : utiliser l'énergie fournie par des panneaux photovoltaïques installés au-dessus des tables d'élevage pour faire tourner les perches supportant les cordes. Et exonder ainsi les huîtres.

En 2009-2010, la spéciale Tarbouriech arrive sur le marché. Aujourd'hui quelques quarante tables représentant un investissement unitaire de 60 000 Euros concourent à sa production, qui pourrait atteindre une centaine de tonnes en 2013. Le système, breveté, a aussi évolué. « *Toutes les nouvelles tables sont équipées d'un panneau photovoltaïque et d'une éolienne. Cela permet d'exploiter les variations des conditions météorologiques pour un résultat encore supérieur* », note Florent Tarbouriech.

L'entreprise a aussi adapté ses nouvelles recettes culturelles en fonction des paramètres naturels et biologiques et du stade de maturité des huîtres, améliorant au fil du temps leur qualité organoleptique et esthétique. L'exondation a lieu une fois par jour en moyenne.

Ce mode d'élevage multiplie par trois la durée du cycle de production, mais fait toute la différence. La spéciale Tarbouriech est vendue deux à trois fois plus cher que la Bouzigues. Une belle valorisation.

Et son inventeur veut aller plus loin en suscitant la création d'une filière d'huîtres haut de gamme en Méditerranée. « *L'idée est de permettre à d'autres ostréiculteurs de maîtriser l'exondation pour qu'elle profite durablement à tous* », précise le dirigeant. Soutenu par la région et porté par le comité régional conchylicole Méditerranée, un projet d'obtention du Label Rouge pour l'huître exondée est sur les rails.

Anne-caroline Renard

Repères :

- 5700 tonnes d'huîtres creuses produites sur le bassin de Thau en 2011 (contre près de 12000 tonnes avant la crise de surmortalité).
- Cela représente 80 % environ de la production ostréicole de la Méditerranée.
- 500 entreprises ostréicoles, pour la plupart également mytilicoles.
- 49 % de la production est destinée à la vente au détail (marchés, restaurants), 33 % aux mareyeurs, 13 % à d'autres conchyliculteurs, 8 % aux grandes surfaces. (source CRC de Méditerranée).