DOSSIER 1 : réalisation d'une étude de marché
Annexe 1

Pauline Rivière souhaite réaliser une étude de marché sur le secteur des bières sans alcool afin d'évaluer le potentiel de développement de la nouvelle gamme de bières sans alcool. Elle souhaite tout d'abord comprendre l'évolution des besoins et attentes des consommateurs. Cette étude lui permettra d'identifier précisément l'évolution de la demande, les profils sociodémographiques les plus concernés et leurs motivations.

Un autre enjeu fondamental est d'évaluer l'intensité de la concurrence, la diversité des offres proposées par les acteurs du marché et enfin, les dernières innovations.

Pauline Rivière vous confie donc la réalisation de cette étude de marché en s'appuyant sur la veille commerciale qu'elle a elle-même effectuée.

Vous êtes chargé(e) de :

1.1 Réaliser une étude de marché structurée sur le marché des bières sans alcool en analysant de façon détaillée la demande, l'offre et l'environnement.

DOSSIER 2 : étude de la profitabilité de la nouvelle gamme de bières blondes sans alcool
Annexes 2 et 3

Consciente des opportunités offertes par le marché des bières sans alcool, Pauline Rivière envisage de lancer une gamme innovante de bières blondes sans alcool, déclinée en parfums inédits : fraise, algues et cèpes de Bordeaux.

La fabrication de bières sans alcool nécessite des étapes supplémentaires. En effet, par rapport au processus de fabrication classique, il faut désalcooliser la bière en respectant plusieurs techniques : évaporation de l'alcool de la bière, réintégration de gaz carbonique, etc. Ce processus implique donc un temps de fabrication plus long et des heures de main-d'œuvre directe plus nombreuses.

Par conséquent, Pauline Rivière souhaite évaluer la profitabilité de cette nouvelle gamme et la comparer à celle de la gamme des bières avec alcool.

Pauline Rivière vous précise que la gamme de bières sans alcool sera lancée uniquement si son taux de profitabilité atteint au minimum 5 %.

Pour ce faire, elle a demandé au cabinet comptable de l'entreprise d'identifier les informations de gestion prévisionnelle et de calculer le coût de revient et le résultat de la gamme de bières avec alcool.

À partir des informations fournies, Pauline Rivière vous demande de finaliser cette étude en calculant le coût de revient et le résultat de la gamme de bières blondes sans alcool.

Vous êtes chargé(e) de :

2.1 Présenter les calculs permettant l'analyse de la profitabilité de la nouvelle gamme de bières blondes sans alcool.

2.2 Communiquer à Pauline Rivière votre analyse de la profitabilité de la bière blonde sans alcool en tenant de compte de l'objectif de profitabilité fixé. Conclure sur l'opportunité de lancer la gamme de bières sans alcool.

DOSSIER 3 : communication sur la nouvelle gamme de bières blondes bio sans alcool
Annexes 4 à 6

Dans le cadre du lancement de la nouvelle gamme de bières biologiques sans alcool (aux parfums fraise, algues et cèpes de Bordeaux) proposée par la brasserie Mascaret, Pauline rivière souhaite renforcer la visibilité de l'entreprise et favoriser l'attractivité des nouveaux produits auprès des Cafés, Hôtels et Restaurants (CHR)[2], qui représentent aujourd'hui la majorité de la clientèle de l'entreprise.
Face à un marché brassicole concurrentiel, la mise en place d'actions commerciales apparaît indispensable pour faire connaître cette offre innovante et stimuler les ventes auprès des professionnels du secteur.
Afin de soutenir ce lancement et de positionner efficacement la bière sans alcool sur le marché local, Pauline Rivière vous confie la mission d'élaborer un dispositif de communication adapté auprès de la cible des CHR.

Vous êtes chargé(e) de :

3.1 Comparer les supports presse spécialisés pour toucher la cible régionale des cafés, hôtels et restaurants à l'aide d'un outil.

3.2 Présenter dans un paragraphe argumenté et structuré les supports presse retenus et écartés en prenant en compte les besoins et contraintes de Pauline Rivière.

3.3 Élaborer un encart publicitaire mettant en avant les atouts de la bière blonde bio sans alcool Mascaret, à publier dans un des supports de presse sélectionnés.

[2] Dans cet acronyme sont également compris les bars et discothèques