

Brevet de Technicien Supérieur
COMMERCE INTERNATIONAL
à référentiel commun européen

U41 – Analyse diagnostique des marchés étrangers

Éléments de correction – BRIOCHIN

1. Analysez la qualité des sources d'information (annexes 1 à 8). (12 points)

1,5 point (0,5 récence + 0,5 fiabilité + 0,5 pertinence) / source

UC41CP1 mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire), collecter l'information à l'étranger, s'assurer de sa fiabilité et de sa pertinence au regard de la recherche.

Annexes	Critères		
	Récence /0,5	Fiabilité /0,5	Pertinence /0,5
1 : Présentation de la société Ouest France	2019 +++	Quotidien régional ++	Informations indispensables à la connaissance de l'entreprise +++
2 : Extrait site de la société	Non connue -	Données objectives : labels +++	Connaissance des produits +++
3: CA de l'entreprise : source interne	Actualisés +++	+++	Connaissance de l'évolution des ventes +++
4 : Informations économiques Japon Coface	2020 +++	Organisme privé +++	Informations sur le pays +++
5 : Informations générales Japon Ministère affaires étrangères	2019 +++	Site gouvernemental +++	Informations sur le pays +++
6 : Le marché des cosmétiques au japon L'observatoire des cosmétiques	2018 +	Organisme inconnu mais interview d'une source BF +	Informations sur le secteur +++
BusinessFrance	2020 +++	Site officiel CE +++	Informations sur le secteur +++

7 : Image des produits français Imed	2018 + mais données de 2014-15	Partenaire de BF ++	Données marché +++
8 : Procédure d'accès au marché Adocc	Non connue mais données de 2017-18	Organisme régional de soutien à l'export ++	Accessibilité du marché ++

2. Analysez les opportunités et les menaces que représente le Japon (14 points)

UC41CP2 Analyser et sélectionner l'information commerciale et repérer des contraintes réglementaires sur les marchés étrangers

UC41AP2 Etre attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l'environnement

UC41CP5 Analyser l'information collectée et en établir la synthèse

UC41AP3 Adopter un mode de raisonnement commercial

STRUCTURE : 3 points (2 + 1)

Structure obligatoire :

- avec opportunités et menaces (2 points)

- accessibilité, potentialités, risques du marché ou PESTEL ou toute structure pertinente (1 point)

FOND : 11 points

- Accessibilité (2 points)

- Potentialité (6 points) = (2 économie + 2 démographie + 2 commercial), 0,5/idée dans la limite des 2 points/rubrique

- Risques (2 points)

- Conclusion (1 point)

Données générales

	Opportunités	Menaces
Accessibilité	- Existence d'un Accord de Partenariat Economique entré en vigueur en 2019 entre l'UE et le Japon	- Langue officielle : Japonais - Instabilité climatique (Typhon Hagibis)
Potentiel		
➤ Économie	- Situation privilégiée dans une région dynamique - 4 ^{ème} PIB mondial - Taux d'inflation faible (0,6 % en 2019 ; 0.3 % prévu en 2020) - Faible taux de chômage (2,4 % en 2020) - Politique monétaire accommodante de la BoJ - Déficit budgétaire se réduit	- Ralentissement de la croissance économique (-3,5 % prévue pour 2020) - La consommation privée a été brimée par la hausse de la TVA (de 8 % à 10 % en octobre 2019) - Affaiblissement du yen, ce qui va défavoriser les importations - Endettement public très important (270 % du PIB)
➤ Démographie	- 126,4 millions d'habitants - Population concentrée dans	- La population décroît depuis 2008 (-0,13 % en 2016)

	quelques zones urbaines	
➤ Commercial	- Le Japon est le 2 ^{ème} partenaire commercial de l'UE en Asie	- Tensions commerciales avec la Corée du Sud (boycott des produits japonais)
Risques	- Risque pays COFACE A2 - Risque des affaires A1 Excellent comportement de paiement des entreprises	- Crise avec la Corée du Nord - Répercussion au Japon de la crise USA-Chine

Conclusion : Acceptez toute conclusion pertinente

3. Etudiez le marché des cosmétiques au Japon et concluez. (20 points)

UC41CP2 Analyser et sélectionner l'information commerciale et repérer des contraintes réglementaires sur les marchés étrangers

UC41AP2 Etre attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l'environnement

UC41CP5 Analyser l'information collectée et en établir la synthèse

UC41AP3 Adopter un mode de raisonnement commercial

STRUCTURE : 3 points (2 + 1)

- Structure obligatoire avec mise en évidence :
- Opportunités et Menaces (2 points)
- Offre, Demande, Distribution, Réglementation (1 point)

FOND : 17 points

- Offre (4 points : 1 point sur offre locale, 3 points : offre étrangère)
- Demande (8 points : 1 point / idée pertinente)
- Distribution (2 points)
- Réglementation (1 point / idée pertinente)
- Conclusion (2 points)

	Opportunités	Menaces
Offre		
- Offre locale		- Les 5 plus gros acteurs japonais occupent près de la moitié des ventes (Kose, Shiseido, Kanebo ou encore Kao Pla)
- Offre étrangère	- Gros importateur de cosmétiques étrangers : 24,5% des produits importés proviennent de France soit 11,8 milliards (35 % pour les soins) (annexe 6) - France reconnue pour son savoir-faire	- Présence de l'Occitane, Estée Lauder (40 % des parts de marché des soins pour la peau et des cosmétiques) - 11 000 entreprises françaises dont 80 % de PME Nombreuses importations → la multiplication des acteurs rend le secteur très concurrentiel

Demande		
- Demande quantitative	<ul style="list-style-type: none"> - 3^{ème} marché à l'échelle mondiale (19,4 milliards) derrière la Chine et les EU (2^{ème} marché mondial en 2018 avec 19 milliards d'euros) - Augmentation constante ces dernières années, croissance annuelle de 3 % - Produits ancrés dans la culture - Budget important pour les produits de beauté (180 euros par habitant contre 137 euros en France) - Les produits de soins bio étaient estimés à 1,06 milliards d'euros en 2018 (937 millions en 2016) - Les soins de la peau (46,6 %) et le maquillage (22,6 %) représentent les 2/3 du marché 	
- Demande qualitative	<ul style="list-style-type: none"> - Les Japonaises font davantage attention à leur peau et apparence que les occidentales Intérêt croissant des hommes qui représentent près du 5% du marché, mais reste faible - Deux types de produits : les produits à « actions douces » (« simples cosmétiques ») et les « quasi drugs » (aux effets plus médicamenteux). - Demande grandissante de produits pour les peaux à problèmes - Demande croissante des produits ciblés et LOHAS (mode de vie pour la santé et la durabilité) - Boom des produits naturels - Les consommatrices sont avides de nouveautés - Les labels français tels que Cosmebio et Ecocert sont reconnus et les Japonais leur font confiance - le layering est très développé, mais la tendance s'oriente vers la recherche d'un seul produit efficace et/ou de produits naturels - excellente image des cosmétiques français 	- Marché centré sur les produits anti-âge, prise de conscience des problèmes de peau (stress ; pollution)

Distribution	- Nombreux canaux de distribution possibles - E-commerce (9,7 % des ventes au détail en 2019) (80,3 millions d'acheteurs en ligne en 2018)	
Réglementation	- Français, anglais et japonais autorisés sur les emballages et les étiquettes - Pas d'obligation de marquage d'origine - Pas d'exigences particulières concernant l'étiquetage	

Conclusion : 2 points

De nombreuses possibilités à condition de prendre en compte les spécificités du marché, notamment la forte demande pour le maquillage et les produits de soin émanant de la culture de la perfection.

Le « Made in France » est fortement apprécié mais il y a déjà une concurrence française bien implantée.

4. Calculez le chiffre d'affaires prévisionnel de BRIOCHIN pour 2021 par la méthode des moindres carrés. Concluez. (8 points)

UC41CP5 Analyser l'information collectée et en établir la synthèse

**2 pts pour le tableau si méthode des moindres carrés (si une autre méthode 0 points)
2 points pour l'équation de la droite + 2 points pour la prévision en 2021 + 2 points pour la conclusion**

x_i	y_i	$X = x_i - \bar{x}$	$Y = y_i - \bar{y}$	XY	X^2
1	17.1	- 2	-6.66	13.32	4
2	20.9	-1	-2.86	2.86	1
3	23.4	0	-0.36	0	0
4	26	1	2.24	2.24	1
5	31.4	2	7.64	15.28	4
$\bar{x} = 3$	$\bar{y} = 23.76$			$\sum = 33,7$	$\sum = 10$

$$a = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 3,37$$

$$b = \bar{y} - (a * \bar{x}) = 13,65$$

Prévision de la demande $y = 3,37 x + 13,65$

Pour l'année 2021 : $y = 33,87$ millions €

Conclusion : L'évolution du chiffre d'affaires se confirme à la hausse. L'entreprise va pouvoir dégager des ressources pour intensifier son action sur le marché japonais.

Mais la méthode utilisée ne prend pas en compte l'instabilité de l'environnement.

5. Exposez les forces sur lesquelles l'entreprise peut s'appuyer pour aborder le marché japonais. (14 points)

UC41CP5 Analyser l'information collectée et en établir la synthèse

UC41AP3 Adopter un mode de raisonnement commercial

Structure (classification des différents éléments en rubriques) : 4 points

Si tableau avec les faiblesses : - 2 points (noter la structure sur 2 points seulement)

Contenu : 10 points (1 point / élément pertinent dans la limite de 10 points)

ELEMENTS	FORCES
Notoriété/Image de marque	<ul style="list-style-type: none"> - Plus de 100 ans d'expérience - Marque connue et reconnue - Marque synonyme de qualité et de naturel - Savoir-faire artisanal et copié par les plus gros mais pas égalé
Portefeuille produits/organisation de la production	<ul style="list-style-type: none"> - 4 Gammes de produits : maison, linge, corps et peau - Produits sains, authentiques, naturels - Produits respectueux de l'environnement, bios et/ou écoresponsables - Label ECOCERT, MIT, COSMOS ORGANIC - Produits 100% « made in France » avec des ingrédients français et locaux - Dynamique d'innovation
Organisation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèle : professionnels et grand public - Participation à des salons internationaux (salon de la cosmétique à Hong-Kong)
Ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> - En 2019, Briochin c'est une entreprise de 60 personnes réparties entre l'usine de production basée à Cardry (près de Quintin) et le siège social, installé à Saint-Malo. - Le dirigeant s'implique personnellement dans la gestion de l'entreprise
Ressources financières	<ul style="list-style-type: none"> - CA 2020 : 31,4 millions d'euros (contre 26 en 2019 et 23,4 en 2018) - CA prévu en 2021 : 33,87 M€ - N'appartient à aucun groupe, fonds de pension ou banque d'investissement
Expérience à l'international	<ul style="list-style-type: none"> - 10 % du CA réalisé à l'international - Part à l'export devrait atteindre 30 % en 2022 - Export en Asie (Corée du sud, Japon, Vietnam, Chine), au Canada, en Serbie, au RU.

**1. Formulez des recommandations pour aborder le marché japonais. (12 points = 1 point / idée dans la limite de 12 points
Si conclusion formulée + 1 point (bonus),**

UC41CP4 Formuler des recommandations pour établir un plan d'action opérationnel conforme à la politique commerciale de l'entreprise

Produit : 4 pts

- privilégier les gammes soins du corps et en particulier celles liées au soin de la peau
- privilégier les produits bio
- prévoir des emballages bio et marqués Ecocert
- prévoir des nouveaux produits régulièrement (les japonais aimant la nouveauté)

Prix : 2 pts

- le prix doit pouvoir couvrir les surcoûts à l'export
- et être cohérent avec le positionnement « Made in France » et la qualité de fabrication.

Communication : 4 pts

- communiquer sur le « made in France » et la qualité de fabrication
- communiquer sur les réseaux sociaux du pays par l'intermédiaire d'influenceuses
- participer à des salons professionnels ou grand public
- participer à des animations sur les lieux de vente

Distribution : 2 pts

- privilégier les points de vente correspondant au positionnement du produit (grands magasins, parapharmacies et magasins spécialisés)
- s'intéresser à la vente en ligne car elle prend de plus en plus d'importance au Japon