



SABLÉ DE KERVIGNON

Dossier 1 : Participation au développement commercial de l'entreprise (50 points)

Dossier 2 : Contribution à la communication institutionnelle (38 points)

Dossier 3 : Participation à l'élaboration d'un tableau de bord (32 points)

Dossier 1 : Participation au développement commercial de l'entreprise (50 points)

1.1 Calculer tous les éléments nécessaires à la fixation du prix de vente HT final aux consommateurs en cohérence avec les objectifs de marge.

Tableau de calcul du coût de revient (20 000 sablés soit 1 000 sachets)

Éléments	Quantités	P.U	Montant	
Charges directes				
Sucre roux bio	60 kg	3,5	210	
Œuf bio	2 000 unités	0,35	700	
Beurre demi-sel bio	60 kg	16	960	
Farine de riz bio	120 kg	5,1	612	
Chocolat noir bio	50 kg	15	750	
Sachet de conditionnement	1000 unités	0,1	100	
Main d'œuvre directe	17 heures	19,5	331,5	
Total charges directes			3 663,50	72,25%
Charges indirectes				
Centre Approvisionnement	3332 € (1)	0,14	466,48	
Centre Production	20 000 sablés	0,03	600	
Centre distribution	1 000 sachets (2)	0,34	340	
Total charges indirectes			1 406,48	27,75%
Coût de revient	1 000	5,070	5069,98	100%

(1) $3\,332 = 210 + 700 + 960 + 612 + 750 + 100$

(2) $1\,000 \text{ sachets} = 20\,000 \text{ sablés produits} / 20 \text{ sablés par sachet}$

Calculs des prix de vente

Calcul du prix de vente du sachet de sablés sans gluten avec une marge de 7% du coût de revient aux distributeurs (magasins bio)

$$\text{PV HT au distributeur} = \text{Coût de revient} * 1,07 = 5,070 * 1,07 = 5,43 \text{ €}$$

Calcul du prix de vente du sachet de sablés sans gluten avec une marge distributeur de 30% du prix d'achat

$$\text{PV HT au consommateur final} = 5,43 \text{ €} * 1,30 = 7,05 \text{ €}$$

1.2 Communiquer à Manon KERVIGNON les résultats de l'étude de marché et l'analyse des calculs afin de conclure sur l'opportunité de développer cette nouvelle gamme.

Logo Sablé de Kervignon	Date : JJ / MM / AAAA Lieu : Quimper
De : M X Gestionnaire de la PME	A : Manon KERVIGNON Gérante

NOTE

Objet : Etude relative à l'opportunité du lancement de la nouvelle gamme de produits

PJ : Tableaux de calcul de coûts et prix de vente

Pour répondre à une demande croissante des consommateurs, il est envisagé de lancer une nouvelle gamme de sablés bio sans gluten avec une production test de 20 000 unités auprès des magasins spécialisés bio.

Pour vérifier que cette nouvelle gamme de produits constitue une opportunité pour l'entreprise, il a été demandé d'une part, d'analyser le marché des produits bio sans gluten ; et d'autre part, de déterminer si le prix de vente envisagé tient compte des objectifs de marge et des prix déjà pratiqués sur le marché.

Dans une première partie, les résultats de l'analyse de marché seront présentés ; et, dans une seconde partie, l'analyse des calculs de coût et la cohérence avec les objectifs de marge.

1. Les résultats de l'analyse de marché

1.1 Les opportunités sur le marché des biscuits

Les produits bio sans gluten constituent un **marché porteur puisque les ventes représentaient en 2023, 112,5 millions d'euros** (soit une augmentation de 9% dont 25% pour le sucré). Cette augmentation devrait se poursuivre puisqu'Euro monitor a prévu **entre 2022 et 2027 une croissance de 33%**.

Ce marché est d'autant plus porteur que **l'appétence des consommateurs pour le sans-gluten se porte surtout sur les biscuits** et les gâteaux (52 %).

De plus, si le sans-gluten ne ciblait au début que des personnes souffrant de maladie coeliaque, aujourd'hui, **il intéresse aussi des personnes désirant faire un régime de « confort »**. Au final, c'est un français sur quatre qui est concerné par le sans-gluten.

Enfin, ce sont **les magasins bio qui sont encore leader dans le secteur de la distribution des produits sans gluten**. Ce canal de distribution est en adéquation avec la segmentation de clientèle choisie par la dirigeante.

1.2 Les menaces sur le marché des biscuits

Cependant, il existe aussi des menaces. Le segment des biscuits sans gluten attire de nombreux acteurs. En effet, sur le marché des produits bio sans gluten, **sont déjà présents des concurrents de taille importante** (tels Gerblé / Dr Schar). Mais des PME ont aussi pénétré ce marché (tels Matatie / Semilia).

2. Vérification de la cohérence du prix de vente.

2.1 Analyse des résultats relatifs aux calculs des prix de vente

Selon les prévisions fournies par Mohamed ERIDIF, le coût de revient d'un sachet de 20 sablés bio sans gluten s'élève à 5,070€. Les charges directes représentent 72,25% et les charges indirectes 27,75% du coût de revient. Le poids important des charges directes s'explique notamment par le prix d'achat élevé des matières premières bio et de la farine sans gluten.

En respectant une marge de 7% pour l'entreprise, le prix de vente HT aux magasins bio s'établirait à 5,43 €. Le taux de rentabilité serait alors de 6,54%. Si les magasins spécialisés bio appliquent un taux de marge de 30% sur leur prix d'achat, le prix de vente HT pour le consommateur final s'élève à 7,05 € HT.

2.2 Comparatif avec les prix observés sur le marché

Sur le marché, le prix de vente au consommateur final HT se situe entre 4,38 € pour une production industrielle et 8,90€ pour une production artisanale.

D'après les résultats annoncés ci-dessus, le prix de vente au consommateur final du sablé Kervignon bio sans gluten est de 7,05€ HT ; il se situe donc dans la tranche supérieure correspondant à une production artisanale.

Le prix de vente du sablé Kervignon est donc cohérent avec le positionnement et les objectifs de l'entreprise mais également avec les contraintes du marché. Compte tenu de ce positionnement de production artisanale, l'entreprise pourrait même envisager d'augmenter sa marge et ainsi sa rentabilité.

Pour conclure, la nouvelle gamme de sablés sans gluten **constitue une véritable opportunité pour l'entreprise**. En effet, elle permettrait à l'entreprise de développer son chiffre d'affaires et son bénéfice sur un marché en pleine expansion via son segment de clientèle, les magasins bio leaders de la distribution de ces produits spécifiques.

M X

Gestionnaire de la PME

Dossier 2 : Contribution à la communication institutionnelle (38 points)

2.1 Communiquer auprès des clients actuels les magasins spécialisés bio les informations concernant la participation au salon NATEXPO.

De contact@sabledekervignon.fr

A liste clients magasins bio

Date

Objet : Venez rencontrer SABLÉ DE KERVIGNON au salon NATEXPO



SABLÉ DE KERVIGNON

Cher client,

Cette année encore, nous allons participer au salon NATEXPO qui réunit l'ensemble des acteurs de la filière bio.

L'édition 2025 aura lieu à Paris Expo Porte de Versailles, du dimanche 30 novembre au mardi 2 décembre 2025 de 9h30 à 18h30, sauf le mardi (fermeture à 17h).

Notre équipe commerciale sera ravie de vous recevoir sur notre stand.

Pour faire face à la demande croissante des consommateurs, nous avons développé une nouvelle gamme de biscuits sans gluten. Parce que le magasin bio reste leader dans la distribution de ces produits, vous pourriez enrichir vos références et répondre ainsi à la demande des 8 % de la population qui consomme exclusivement du sans gluten. Vous pourrez déguster ces nouveaux biscuits qui se déclinent en saveur pépites de chocolat noir, vanille Bourbon de la Réunion, noix de coco ou encore citron et graines de chia sur notre stand.

Photo de la gamme
sans gluten

Pour nous rencontrer et déguster nos délicieux sablés avec ou sans gluten, vous pouvez télécharger votre badge d'entrée, GRATUIT en vous inscrivant à <https://natexpo.com/visiter/votre-badge-visiteur-2/>.


Attention sans présentation de votre badge, l'entrée au salon vous sera facturée 50€ HT.

Au plaisir de vous retrouver sur le Salon.

Sablément vôtre.

Pierrick LE GALL
Directeur commercial

2.2. Rédiger le communiqué de presse à publier sur le site web du salon.

	COMMUNIQUÉ DE PRESSE
---	----------------------

Titre **SABLÉ DE KERVIGNON lance sa nouvelle gamme de sablés bio sans gluten !**

Chapeau

Pour répondre aux besoins des consommateurs, SABLÉ DE KERVIGNON a développé une nouvelle gamme de biscuits bio sans gluten. Ces délicieux biscuits artisanaux sont une invitation à la gourmandise, élaborés avec soin à partir d'ingrédients biologiques de haute qualité, et sans gluten pour répondre aux besoins de chacun.

Photo de la gamme
sans gluten

Corps

Présente dans toute la France grâce à ses réseaux partenaires de magasins spécialisés bio et d'épicerie fine, Sablé de Kervignon innove cette année en proposant une gamme de produits « sans gluten » déclinés en plusieurs saveurs, Pépites de chocolat noir, vanille Bourbon de la Réunion, noix de coco ou encore citron et graines de chia.

L'entreprise ambitionne de rendre accessible au plus grand nombre des produits sains pour le corps, bons pour la planète et aux saveurs artisanales authentiques.

Cette nouvelle gamme s'inscrit dans la volonté de répondre aux attentes d'une population sans cesse croissante qui désire réduire sa consommation de gluten sans pour autant renoncer aux plaisirs d'un bon biscuit sucré. Le potentiel est énorme, puisque le bio représente environ 23% des ventes de « sans gluten » 2023 (soit environ 26 M€) alors qu'une étude récente montre qu'elles pourraient être de l'ordre de 60 M€ et même davantage très rapidement. Aussi, les magasins bio restent leader dans la distribution de ces produits.

Ces nouveaux sablés sans gluten pourront être dégustés au salon NATEXPO du 30 novembre 2025 au 2 décembre 2025, tout comme les deux gammes de sablés sucrés et salés bio classiques.

Données de l'entreprise :

A propos de SABLÉ DE KERVIGNON : Fondée en 1976 à Quimper, SABLÉ DE KERVIGNON fabrique des biscuits salés ou sucrés avec ou sans gluten, dans le respect des recettes traditionnelles bretonnes. Les matières premières issues de l'agriculture biologique entrant dans la composition des biscuits sont sélectionnées avec soin et sont essentiellement locales.

Le chiffre d'affaires en constante évolution s'élève à 5,4 millions d'euros. L'équipe bretonne est composée de 19 salariés.

Contact presse

Pierrick LE GALL

Directeur commercial

Dossier 3 : Participation à l'élaboration d'un tableau de bord (32 points)

3.1 Élaborer le tableau de bord qui permettra d'évaluer la performance de la participation au salon.

Tableau de bord Salon NATEXPO

	Indicateurs	Salon 2025	Salon 2026	%
Affluence sur le stand	Nombre de visiteurs	210		
Typologie des contacts	Nombre de nouveaux clients	36		
	Nombre de clients actuels	48		
	Taux de conversion	17,14%		
Ventes	Nombre de commandes des clients actuels	42		
	Nombre de commandes des nouveaux clients	36		
	Panier moyen par client	1 080,7		
	Nombre de sachets de biscuits sans gluten vendus	10 530		
	Prix de vente moyen d'un sachet de biscuit sans gluten	5,21		
	Chiffre d'affaires total	84 294,6		
	Chiffre d'affaires sans gluten	54 861,3		
	Chiffre d'affaires gluten	29 433,3		
Retour sur Investissement	Coût du salon HT	8 300		
	Retour sur Investissement	10,1559759		

Justification des calculs :

Taux de conversion = Nombre de nouveaux clients / nombre de visiteurs

Taux de conversion = $(36 / 210) * 100 = 17,14\%$

Chiffre d'affaires total = Panier moyen * (36 nouveaux clients + 42 clients actuels)

CA HT total = $1 080,70 * 78 = 84 294,60\text{€}$

Chiffre d'affaires sans gluten = Nombre de sachets vendus sans gluten * PV moyen d'un sachet sans gluten

CA sans gluten = $10 530 \text{ sachets} * 5,21\text{€} = 54 861,30\text{€}$

CA gluten = CA HT Total – CA sans gluten

CA gluten = $84 294,60 - 54 861,30 = 29 433,30\text{€}$

Retour sur investissement = CA HT total / Coût du salon HT

RI = $84 294,60 / 8 300 = 10,16\text{€}$

Remarques :

Les candidats auront pu enrichir le tableau avec d'autres indicateurs :

- indicateurs calculés (ex : le nombre de nouveaux clients par type de visiteurs, le coût d'acquisition d'un nouveau client) ;
- indicateurs non calculés ou non renseignés car les informations ne sont pas présentes dans le sujet (ex : le nombre de clients actuels qui ont reçu le mailing).

Tous les indicateurs présents dans le tableau de bord ne sont pas exigés (cf barème).

3.2 Communiquer à Pierrick LE GALL votre analyse des résultats obtenus.

Logo Sablé de Kervignon	Date : JJ / MM / AAAA Lieu : Quimper
De : M X Gestionnaire de la PME	A : Pierrick LE GALL Directeur commercial

NOTE

Objet : Analyse des retombées du salon

PJ : Tableau de bord du salon NATEXPO

Parce que l'entreprise participe chaque année à un salon professionnel (jusqu'ici NATEXPO), il est important d'évaluer la performance de la participation au salon via un outil automatisé. L'outil mobilisé a été mis en place avec un tableur ; et après 3 mois d'activité, le tableau de bord a été renseigné.

Il a été demandé d'analyser les retombées de la participation au salon NATEXPO.

Au cours du salon, l'équipe a rencontré 210 visiteurs, soit une moyenne de 70 visiteurs par jour. Sur ces 210 visiteurs, 78 ont passé commande ; 53,8% des commandes enregistrées sont issues de clients déjà référencés dans notre système d'information et 46,2% de prospects.

Sur les 210 personnes rencontrées, 132 n'ont pas passé commande après 3 mois dont 6 clients fidèles (il faudrait les recontacter pour en connaître la raison) et 126 contacts qui ne correspondent pas à notre cœur de cible.

Le taux de conversion (capacité de transformer des visiteurs en clients) est de 17,14% et l'objectif fixé de 15% minimum est atteint.

Le chiffre d'affaires global généré est de 84 295€ dont 65% pour la gamme sans gluten et 35% pour les gammes sucrées/salées bio classiques.

Le salon a coûté 8 300€ pour un chiffre d'affaires de 84294,60€. Le retour sur investissement est de 10,16€ de chiffre d'affaires pour un 1€ investi. Cet indicateur est satisfaisant car il est supérieur à 10€, moyenne observée dans le cadre d'une participation d'une entreprise BtoB à un salon professionnel.

Les résultats sont satisfaisants et encourageants et démontrent que l'entreprise doit poursuivre sa politique de communication institutionnelle en privilégiant des salons professionnels du cœur de cible, les magasins bio et épiceries fines.

M X

Gestionnaire de la PME