

MARKETING

A1 - G1 -

Garnier Quentin

Balensi Gabriel

Lopes Arnaud



Volvic



Volvic est une eau minérale naturelle, provenant des volcans d'Auvergne.

Son slogan est le suivant : «*réveille ton volcan*»



Marché



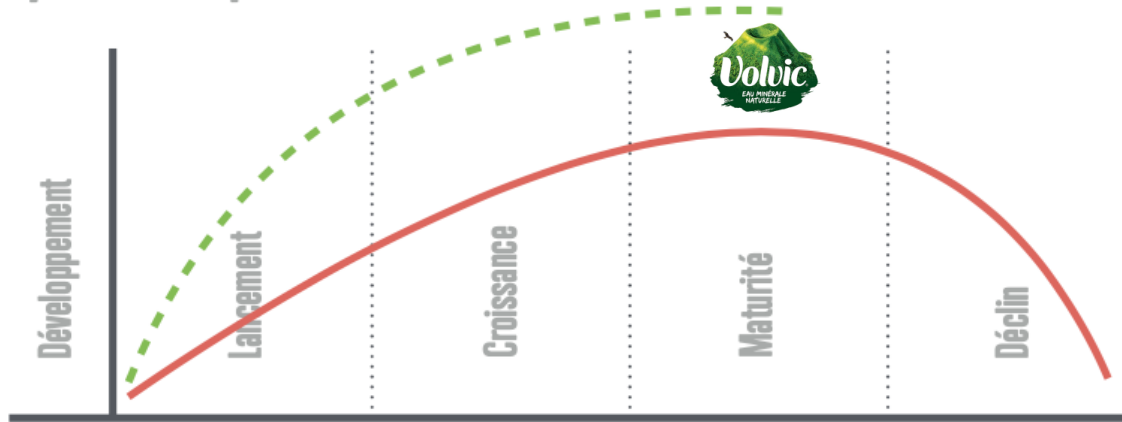
- 70 % de la production va à l'export (Allemagne, Japon, Grande-Bretagne, ...). Volvic est commercialisée dans plus de 85 pays.

Concurrents

- ▶ Cristalline
- ▶ Hépar
- ▶ Contrex
- ▶ Vittel
- ▶ Evian



Le cycle de vie produit



Volvic est une marque implémentée dans son marché depuis 1935, et appartient au grand groupe Danone depuis 1992.

Elle s'est donc bien fait connaître par les consommateurs depuis tout ce temps, et son groupe lui permet une stabilité qui l'empêche de tomber dans le déclin.

De plus, la marque a eu l'occasion de se diversifier et de proposer différentes gammes tel que:

Volvic Juicy

Volvic Kid

Volvic Zest



MARKETING MIX - 4P

- ▶ Produit : Bouteille d'eau Volvic naturellement filtre dans les volcans d'Auvergne , gammes longues: eau aromatisée, ect
- ▶ Prix 0,33€ le litre d'eau plate, un prix inférieur à la plupart des concurrents
- ▶ Place supermarchés, épicière , service de livraison à domicile, services long, type de distribution intensive
- ▶ Promotion: Publicité média et hors média: Tv, radio, internet
Campagne d'affichage, achat d'espaces publicitaires

Street marketing



Participation
pour l'UNICEF



SWOT

Force +

- Qualité/Prix
- écologique
- bon site web
- naturellement minéralisé

Opportunité

- Prix de l'eau du robinet en expansion
- capacité d'innovation

Produit

Entreprise

Faiblesse -

- mauvaise étalage rayon
- Images vieillissante auprès des jeunes
- Pas d'eau gazeuses

Menace

- eaux de sources en croissance
- les filtre pour robinet



POSITIONNEMENT

Produit	Assortiment : large (différentes gammes), mais produit de base leader Qualité : gammes pour tous les goûts et tous (même les enfants)
Prix	Tarif de base : Tarifs en fonction du consommateur (prix standards mais grande qualité) Stratégie : pénétration (prix bas)
Promotion	Publicité : TV, radio, sponsor Promotion : street marketing
Place	Marchandisage : exposition en rayon Type de distribution : intensive



LE MARCHÉ

La pyramide de Maslow...



Volvic est une marque française qui est par ailleurs l'une des plus appréciées et boire de la Volvic c'est se conformer aux autres

Il est possible de partager un moment commun en dégustant l'eau Volvic

Boire de l'eau permet aussi d'éliminer les toxines dans le corps

L'eau Volvic permet de combler la soif



ENVIRONNEMENT DE MARCHÉ

Principale

Evian, Cristalline, Hépar , Contrex, Vichy,
eaux robinet , Auchan , Carrefour ect...

Environnement

Eaux gazeuses, eau aromatisée

Support

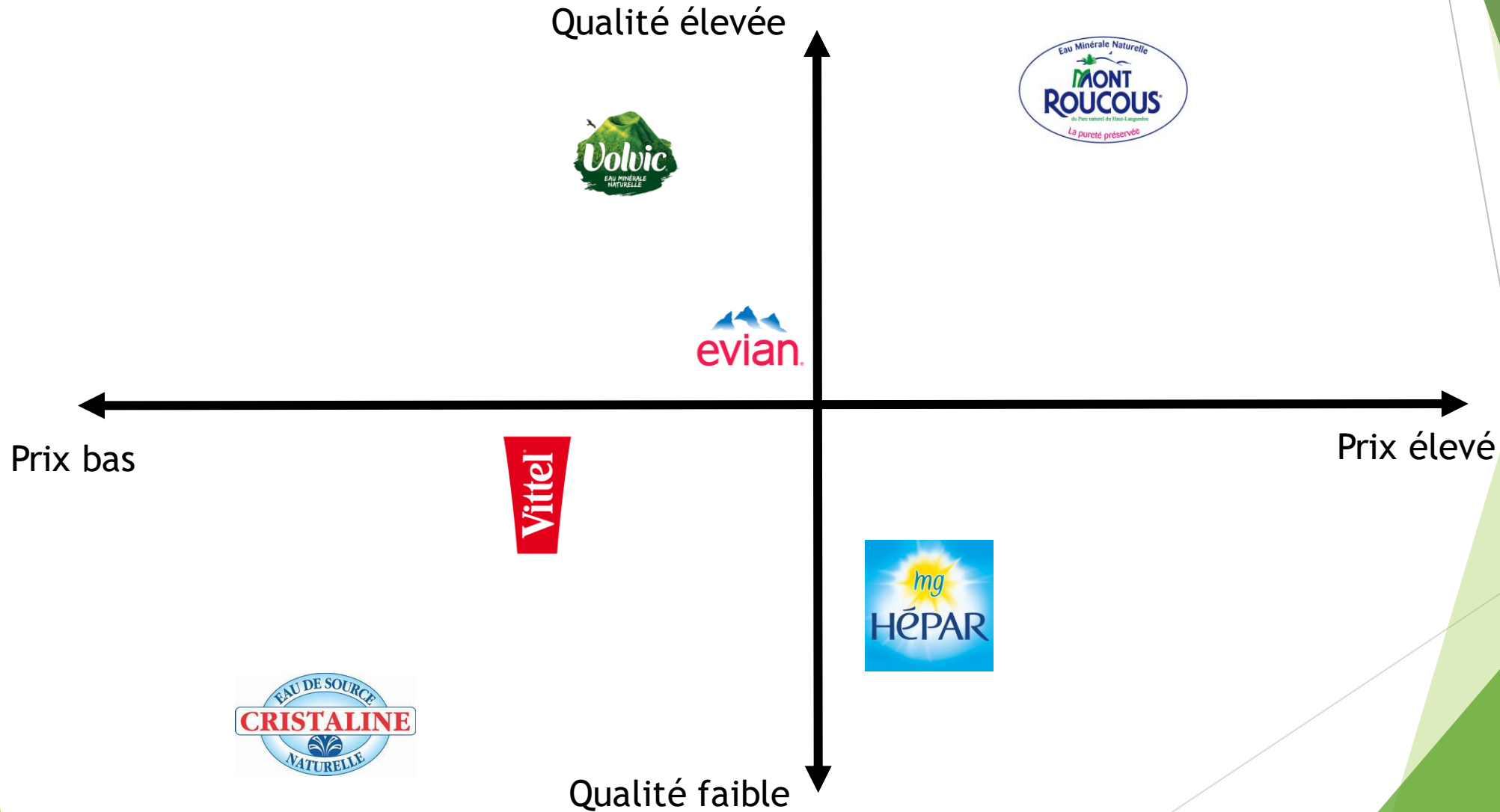
Fabrication du plastique des bouteilles

Générique

Verres d'eau, paille, bouteille ,carafe



MAPPING CONCURRENTIEL



BENCHMARK CONCURRENTIEL

Concurrents	Notoriété	Qualité	Disponibilités	Assistance	Conseil
Vittel	++	+	-	+	+
Evian	++	++	-	++	-
Cristalline	+++	--	-	+	+

LA SEGMENTATION



Démographie, âge, sexe : Partout, 30 à 60 ans, tout le monde



Géographie : Se vend chez les grands et moyens commerces



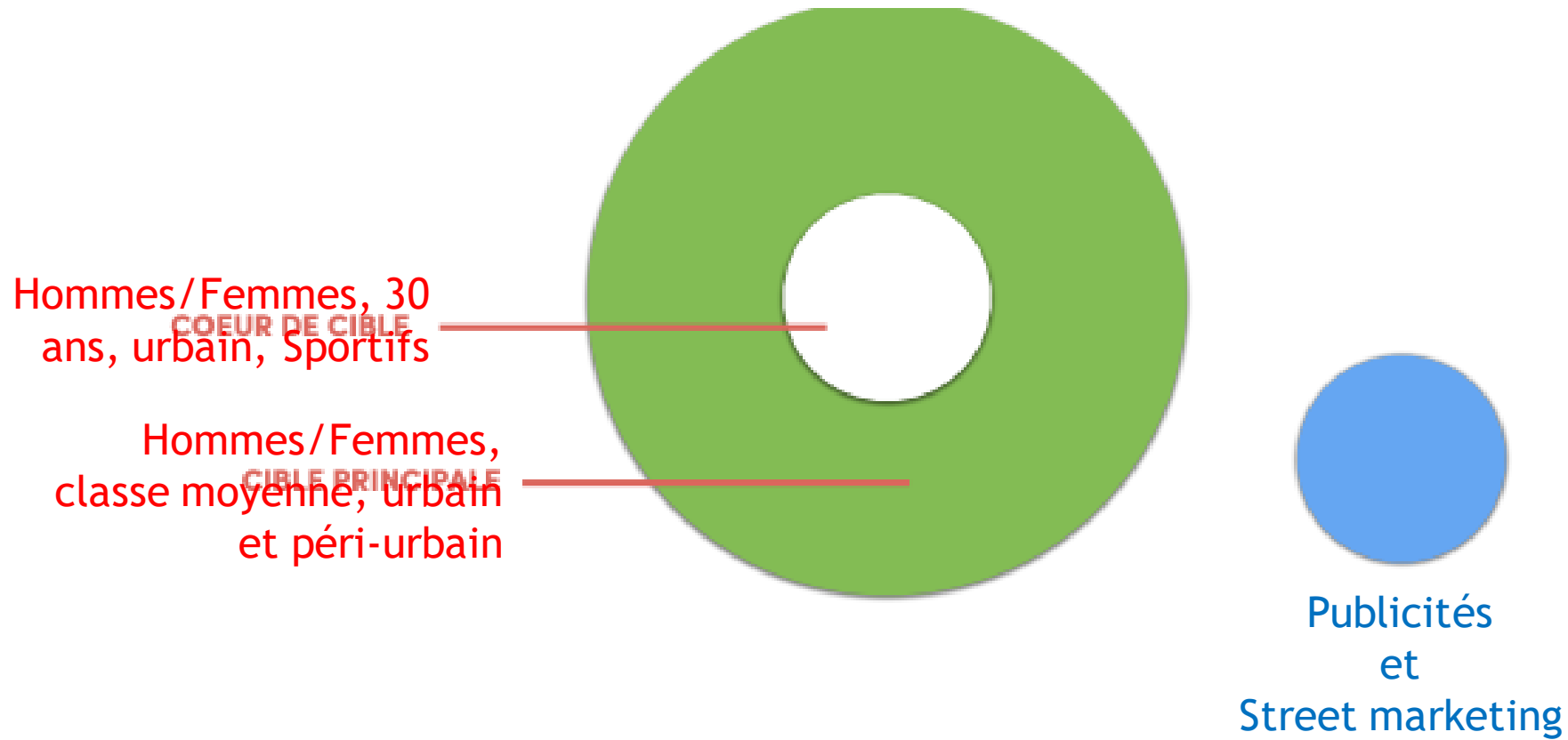
Classe sociale : L'eau est plutôt favorable à une classe sociale moyenne



Composition familiale : Les couples et les célibataires sont les plus majoritaires



CIBLAGE



CLIENT TYPE

Marie Dumont



Âge : **30-60**
Emploi : **Tout type**
Famille : **Couple ou célibataire**
Localisation : **Ville**

Intérêts :

- Faire du sport
- Voyager

Frustrations :

- Ne pas avoir d'eau assez bonne
- Payer son eau trop cher
- Problèmes de quantité d'eau

Bio :

Marie est une travailleuse acharnée qui ne peut pas rester en place dès qu'elle a du temps libre. Dès qu'elle le peut, elle fait une activité physique. Par conséquent, elle doit toujours avoir sur elle de quoi se désaltérer.

Elle aime se rafraîchir avec une boisson naturelle et saine.

Elle a l'habitude de sortir avec ses amis, qui partagent ses passions et avec qui elle ressemble en tout point, même sur ses préférences de boisson.

Préférences d'eau

Minérale



Naturelle



PH de 7



Résidus





VOLVIC FAIT DES ÉCONOMIES D'EAU

- ▶ Investissement de 15 millions d'Euros dans une ligne d'embouteillage innovante
- ▶ Économie de 20 M de Litres/an
- ▶ Usine d'embouteillage de Volvic (Puy-de-Dôme)

