

Réaliser par :

Hamza ANID
El Mehdi EL ARGOUBI
Kawtar TOUBI
Hamza ZAROUALI

Chapitre 3 : LA CONCEPTION ET LA GESTION DE L'OFFRE

Nom du Cas : PATISSERIES GOURMANDES

Encadrée par : Pr. Annie SIMONET

I-LES COMPOSANTES DE L'OFFRE GLOBALE :

1- Identifiez l'offre principale de l'entreprise **PÂTISSERIES GOURMANDES**.

L'offre principale de **PÂTISSERIES GOURMANDES** repose sur la fabrication et la commercialisation de pâtisseries industrielles. Elle inclut des gâteaux à partager (quatre-quarts, barres marbrées), des gâteaux individuels (madeleines, goûters fourrés) et des biscuits traditionnels. Ces produits sont destinés aux particuliers et aux professionnels.

2- Précisez la nature du produit proposé par l'entreprise sur ce marché de la pâtisserie industrielle.

PÂTISSERIES GOURMANDES propose des pâtisseries industrielles inspirées de la tradition bretonne, comme des gâteaux à partager (quatre-quarts) et individuels (madeleines).

Ces produits allient innovation et savoir-faire artisanal, avec des marques reconnues comme Ker Cadélaç et Le Guillou, et sont conçus pour une consommation quotidienne.

3- Indiquez si l'offre principale de cette entreprise est complétée par une offre associée. Justifiez votre réponse.

L'offre principale de **PÂTISSERIES GOURMANDES** n'est pas vraiment complétée par une offre associée. D'après l'entretien avec Mohammed, l'entreprise ne propose pas de services supplémentaires.

4- Relevez les moyens utilisés pour différencier l'entreprise de la concurrence et satisfaire sa clientèle.

PÂTISSERIES GOURMANDES se différencie de la concurrence en innovant constamment, comme avec ses madeleines "cœur chocolat". L'entreprise met un point d'honneur à garantir une qualité irréprochable, en respectant des normes strictes et en obtenant des labels comme "AB". Elle valorise son ancrage breton en mettant en avant ses spécialités locales et s'appuie sur des marques solides pour renforcer sa réputation et fidéliser ses clients.

II-LA CONSTRUCTION ET LA GESTION DE LA GAMME

II-1-LES CARACTERISTIQUE DE LA GAMME :

5- Caractériser la gamme proposée par l'entreprise PÂTISSERIES GOURMANDES en complétant le tableau.

Les dimensions de la gamme	Gamme proposée par Pâtisseries Gourmandes	
Largeur : nombres de lignes	3	
Profondeur : nombre de produits par ligne	Ligne 1 : Les biscuits	Nombre : 3
	Ligne 2 : Les gâteaux à partager	Nombre : 5
	Ligne 3 : Les gâteaux individuels	Nombre : 6
Longueur : nombre total de produits	14	

6- Comparer les profondeurs des lignes et justifier

La ligne des gâteaux individuels est la plus profonde avec 6 produits, visant une consommation variée, pratique et adaptée aux besoins individuels.

Les gâteaux à partager comptent 5 produits, adaptés aux moments de convivialité et de partage en famille ou entre amis.

Tandis que la ligne des biscuits, est la moins profonde avec 3 produits, se concentre sur des recettes simples et traditionnelles.

Justification des choix :

L'entreprise adapte ses gammes aux attentes des consommateurs : les gâteaux individuels répondent à une demande croissante de produits pratiques, tandis que les gâteaux à partager et les biscuits ciblent des besoins traditionnels, valorisant la qualité et le savoir-faire breton.

II-2-LE ROLE DES PRODUITS DANS LA GAMME :

Rôles des produits	Caractéristiques	Produits de la gamme	Justifications
Des produits leaders (phares)	Ce sont les produits autour desquels la gamme est construite et sur lesquels reposent le chiffre d'affaires et les profits de l'entreprise.	Madeleines (gâteaux individuels)	"Les madeleines qui ont la plus forte part de notre chiffre d'affaires."
Des produits d'appel	Ce sont les produits dont le rôle est d'attirer le client grâce à un prix séduisant et ainsi de faire vendre les autres produits de la gamme.	Quatre-quarts (gâteaux à partager)	"Les quatre-quarts [...] sont des produits très importants dans notre gamme, grâce à leur prix attractif."
Des produits tactiques	Ce sont des produits de remplacement ou innovants. Ils préparent l'avenir pour remplacer à terme les produits qui seront en déclin.	Gâteaux moelleux	Reflètent l'innovation et permettent d'anticiper les évolutions du marché et des attentes.
Des produits régulateurs	Ils doivent assurer un chiffre d'affaires stable, en compensant les variations saisonnières des autres produits.	Biscuits	"Les produits de la ligne des biscuits ne sont pas à négliger [...] et compensent ainsi des variations saisonnières."
Des produits contributeurs	Ils permettent de dégager des marges importantes et valorisent l'image de l'entreprise.	Gâteaux individuels (madeleines)	"De plus, ce sont des produits qui valorisent l'image de notre entreprise et dégagent les marges les plus importantes."

III- LA POLITIQUE DE MARQUE

8- Identifiez la politique de marque choisie par l'entreprise PÂTISSERIES GOURMANDES et justifiez.

Politique de marque choisie :

L'entreprise PÂTISSERIES GOURMANDES adopte une politique de marque gamme.

Justification :

L'entreprise adopte une stratégie consistant à regrouper plusieurs marques dans l'univers des pâtisseries, en adaptant chaque marque à des cibles spécifiques.

Cela est confirmé dans **Document 5** :

« Forte d'une nouvelle image (logo, charte graphique, positionnement), Ker Cadélaç a élargi ses positions pour devenir la marque nationale du groupe, tandis que Le Guillou va se contenter à la région Bretagne. »

9- Montrez si le choix de cette politique de marque présente un avantage pour l'entreprise.

Cette politique de marque permet à l'entreprise de répondre aux attentes des consommateurs et aux besoins spécifiques des régions. Elle renforce son identité tout en préservant l'authenticité de chaque marque.

Elle favorise la diversification des marchés à l'échelle nationale et régionale. Ainsi, elle optimise les ventes et maximise les marges tout en fidélisant les clients.

10- En élargissant son offre et en proposant une gamme dédiée aux CHR, repérez à quel type de clientèle s'adresse PÂTISSERIES GOURMANDES.

La gamme dédiée aux **CHR** s'adresse à une **clientèle B to B** (Business to Business), c'est-à-dire aux professionnels de la restauration. Ces derniers acquièrent des produits surgelés pour les préparer ou les servir à leurs clients finaux dans un contexte de consommation hors domicile.

Ainsi, **PÂTISSERIES GOURMANDES** cible des entreprises ayant besoin de solutions pratiques, gourmandes et prêtes à l'emploi pour satisfaire leurs consommateurs.

11-Caractérisiez la gamme proposée aux CHR et à l'export en complétant le tableau et commentez-le.

Les dimensions de la gamme	Gamme proposée par Pâtisseries Gourmandes aux CHR et à l'export	
Largeur : nombres de lignes	3	
Profondeur : nombre de produits par ligne	Ligne 1 : Les madeleines	Nombre : 3
	Ligne 2 : Les gâteaux à partager	Nombre : 4
	Ligne 3 : Les gâteaux individuels	Nombre : 9
Longueur : nombre total de produits	16	

La gamme de Pâtisseries Gourmandes, variée et adaptée aux CHR, propose des produits surgelés prêts à servir, répartis en madeleines, gâteaux à partager et individuels. Les formats pratiques répondent aux besoins des restaurateurs, de l'accompagnement au dessert. Elle allie diversité et qualité pour élargir les occasions de consommation.

12 - Justifiez le choix de l'entreprise d'étendre son offre en proposant une nouvelle gamme de produits surgelés.

L'entreprise Pâtisseries Gourmandes a décidé d'introduire une gamme de produits surgelés pour plusieurs raisons stratégiques :

1. **Répondre aux besoins des professionnels des CHR** : en offrant des produits pratiques et de qualité constante pour les restaurateurs.
2. **Élargir les occasions de consommation** : avec une offre diversifiée (desserts individuels, accompagnements café...), augmentant ainsi les ventes.
3. **S'adapter à la demande du marché** : Le secteur des produits surgelés est en forte croissance, notamment dans les CHR, car il répond aux contraintes de stockage, de réduction des pertes, et de préparation simplifiée.
4. **Renforcer sa position sur le marché** : en se différenciant de la concurrence et en fidélisant les clients professionnels.

Cette stratégie permet à l'entreprise de répondre aux attentes du marché, d'élargir sa clientèle et de gagner des parts de marché.