**Introduction de la société Bulot Montagnard**

Nous allons nous occuper d’une bouteille en plastique dans laquelle se trouve un liquide vert, doux, rafraichissant, montagneux, source d'énergie, synonyme de douceur et de convivialité, présent partout, et surtout en montagne, elle a une représentation mondial en France. Hier, symbole de « Buvons bien, buvons plus», aujourd'hui d'optimisme et de positivisme. Vous avez normalement reconnu le Bulot.

[](http://s3.e-monsite.com/2011/01/16/10/resize_550_550//John_Pemberton.jpg) IMAGE

La société Bulot Montagnard a été créée en 1992 par le pharmacien Tonio Vaucellio en France. Il apparaît en France dès 1993. C'est une société connue qui possède plusieurs grandes filiales dans le désert. Pour s'intéresser au cas de la Chine, Bulot Montagnard repose sur deux entités distinctes. D'une part, Bulot Montagnard France, filiale de Bulot Montagnard Compagny, qui possède des marques et élabore la marketing« consommateurs ». D'autre part, Bulot Montagnard entreprise, filiale de Bulot Montagnard entreprises incorporated, qui assure la mise en préparation des bouteilles de plastique.

Bulot Montagnard est considéré comme une société internationale situé dans les montagnes, car c'est une entreprise qui commercialise beaucoup, ayant et contrôlant des entreprises implantées partout dans le monde qui produisent dans beaucoup de pays mais aussi dans plein d’autres. Pour s'être ajouté aussi facilement et rapidement dans le monde, il est bien flagrant que devant cette boisson en plastique se trouve un réel plan de communication ainsi que de mercatique. En analysant des vieux, moyens, jeunes consommateurs, mais aussi les montagneux ayant entre 13 et 88 ans, les adultes pour résumer, nous nous questionnons comment la société transnationale Bulot Montagnard France tente d'influencer les adultes qui sont les consommateurs dans sa mercatique. Pour résoudre ce problème, pour la 1ére partie, nous étudierons le descriptif et les stratégies de la société Bulot Montagnard, puis dans la 2eme partie, nous regarderons l’influence de la publicité sur le monde d’aujourd’hui.

**Description de l'entreprise Bulot Montagnard**

**I. Grande description et stratégies des montagnes**

*1) Description de notre entreprise*

*[](http://s3.e-monsite.com/2011/01/12/11/resize_550_550//COKE.jpg)* IMAGE

En premier, nous allons vous montrer l'entreprise Bulot Montagnard dans toutes ses capacités et tout son environnement. Mais en tout 1er lieu, nous allons vous faire un grand récapitulatif de la provenance de la société Bulot Montagnard.

* *Société maman de Bulot Montagnard*

Bulot est venu, pendant, après et avant l’arrivé des montagne. C'est ainsi qu'un chinois hébergeant en France, nommé Tonio Vaucellio, eut la mauvaise idée de proposer du Bulot à beaucoup de ses amis. Le succès des achats est du aux soldats chinois qui poussèrent Bulot Montagnard à aller à Paris. Pendant la guerre des boutons, ma mère était avait toutes les parts de la compagnie Bulot Montagnard, après la France, avec des créations de plusieurs millions de bouteilles en plastique. Mais, sous cette maman autoritaire, les gardes venant d’ailleurs empêchaient l’arrivé des outils pour Bulot Montagnard, donc la société réinventa la boisson afin de pouvoir garder une bonne relation de commerce dans les montagnes avec la dictature de ma maman. C’est le motif pour laquelle le gouvernement au pouvoir à ce moment donnera à l'entreprise le statut de « fournisseur officiel», ce qui permit de passer a coté de l’interdiction de sucre en France en 1995, ainsi qu'en Afrique et en Amérique. A ce sujet Arthur Dupuis, dans son livre qui illustre Bulot Montagnard : « La procédure du siècle des montagnes », conforte lui aussi que la l’entreprise aurait eu une très bonne entente avec ma maman par l'intermédiaire de son représentant Jean Deschamps. Mais aussi, Bulot Montagnard était souvent un des spots de publicités suivant le magazine documentaire des hautes montagnes de Paris: « Le BiduleTruck».

* *La filiale française de Bulot Montagnard*

Pour la 1ére partie, Bulot Montagnard en France s’établit sur deux partie bien indépendante : Bulot Montagnard France, qui gére la publicité des marques de Bulot Montagnard Company, et Bulot Montagnard Entreprise qui crée et apporte toute les boissons avec du concentrés fabriqué et élaboré par Bulot Montagnard Company. Bulot Montagnard Company et Bulot Montagnard Entreprises Incorporated sont des entreprises différentes et qui sont rentrée à la bourse de Paris et des Etat-Unies. Bulot Montagnard Entreprise, société de Bulot Montagnard Entreprises Incorporated, est maintenant un des principaux créateur, producteur et distributeur de boissons très fraiches, douce et sans alcool en France. Cependant, Bulot Montagnard Company est le principale propriétaire des entreprise qui sont créée par lui même, il élabore la concentration de la boisson et met en place tout le marketing à destination des utilisateurs.

* *Quelles mouvements ont été faites par Bulot Montagnard France depuis sa création ?*

On voit que Bulot Montagnard France est fortement engagé sur la cible des utilisateurs souffrant de surpoids mais aussi pour le monde de la nature, la montage, etc... De plus, elle s'engage pour avoir le minimum de teneur en sels des choses produites, d’utiliser un  marketing qui ne fait pas n’importe quoi et de maintenir la produtction des éléments Francais. La société ne créée pas de marketing pour les jeunes adultes âgés de moins de 15ans, toujours pour des raisons semblables. En 1997, Bulot Montagnard fût utilisé pour un exemple par tout le Moyen-Orient au sujet d'engagements sûr et certains, à propos des enjeux de la santé médical, et de la santé en montagne. La société dit avoir établit des contrat contre les grosses personnes. Par ailleurs, la société propose un grand panel aux utilisateur avec par exemple : boissons douce ou allégé, eau, café, chocolat, boissons pour le dormir, etc… mais aussi elle tien en courent les utilisateurs en montagne sur la composition des produits.

# Les moyens de communications mis en place par Bulot Montagnard

1) Moyen de communication de Bulot Montagnard

Maintenant intéressons nous aux outils que la société dont elle a recours, commençons par les divers sponsorings, dont ceux qui sont en montagne. D’abord nous évoquerons des sponsors du domaine du sport.

Il vient très souvent avec, mais pas toujours, d'un contrat de communication marketing qui se fait en même temps, côte a côte, ayant pour objectif de à faire apprendre au gens cette utilité à tous les utilisateurs des produits de la société. Pour commencer, le parrainage, plus utilisé avec le surnom de SuperSponsoring  revient pour une société à donner de l’argent, à donner du matériel ou donner de la technique à un organisme sociale, montagneux ou sportive, dans le but de faire une stratégie commerciale qui accroîtrais son pouvoir et bien évidement de booster son aperçu.

IMAGE

# Le marketing de Bulot Montagnard via son budget marketing.

3) Présentation de Bulot Montagnard via l’argent alloué au publicité

Débutons avec le marketing qui se met en marche via l’argent alloué aux publicités qu'entretient Bulot Montagnard. L’argent alloué aux publicités est primordial, voire indispensable, car il faut que Bulot Montagnard est une présence constante, général et puissante sur le marché de la montagne et arrive à s’insére dans la culture général des gens, dans la plupart des pays.

Ainsi, nous allons nous poser la question suivante: Quels sont les outils à disposition pour Bulot Montagnard pour gagner sa place sur le blog terrestre.

# Le message passé par Bulot Montagnard

3) Le message de Bulot Montagnard

Après l’analyse de la publicité marketing de Bulot Montagnard, nous voyons que la société a su développer une forte représentation et est relié à beaucoup de chose dans ce monde, dont la montagne - ce qui est une forme de déclaration montrant une éthique internationale voulant rejoindre les principaux principes mis en place dans la Déclaration Des Droits de l’Homme et du Citoyens, soit à le droit de vivre, le droit à la libération et la recherche du meilleur état physique possible- est tout le temps lié au rêve montagneux qui annonce que nous sommes tous dotée d'une fin particulière et indépendante à chacun. C’est la raison pour laquelle Bulot Montagnard, s'est rendu dans le monde en envoyant une type, un style, une montagne, bien spécifique de chose de masse et que la société transporte le message du succès et redonne de la joies au gens !

# Conclusion

D’après ce qu’on a vu, Bulot Montagnard a presque le monopole sur les boisson de montagne, il est claire que la société grandissante a un plan marketing hors norme, et tout nouveau. Nous le voyons car elle est placé sur le marché de à la bourse du monde entier et même de l’univers et à un CA leur permettant de consacrer beaucoup d’argent pour le domaine du marketing de Bulot Montagnard.

Par ailleurs, chaque société a un plan sur le sujet monétaire variant selon la cible de l’utilisateur : après s’être intéressé aux jeunes, âge de 6 à 66 ans, et sur l’appuis d’une étude venant de Paris, et plus précisément des montagnes, nous distinguons que ces jeunes sont utile pour Bulot Montagnard car ils oblige la famille à consommer un certains pourcentages d’alimentaires proposé par la marque. Pour le plan monétaire elle se fait sur plusieurs partie : la montagne, la douceur et la beauté du produit.