

DS COMEIT CORRECTION

1- Pourquoi avoir choisi une nouvelle implantation, dans la même région? 6 points

- regroupement et développement des activités sur un plus grand site pour une meilleure **productivité** des facteurs de production (capital technique et humain).
- dans la même région pour conserver les atouts de cet environnement :
 - > **géographique** : axes routiers
 - > **filière** : approvisionnement (viande française)

2- a) Sur quel(s) marché(s) Bigard Val de Sambre est-il présent ? Préciser le type de marché. 2 points

marché **générique** : viande de boeuf

marché **principal** : abattage et transformation de la viande de boeuf

b) Comment le marché est-il segmenté ? 2 points

par type de transformation du boeuf (carcasse, morceau sous vide) destiné au B to B et méthode d'abattage (traditionnelle, Halal)

c) Quelle est la position de Bigard sur le marché du boeuf ? 2 points

leader (le n°1) sur le marché français et européen

3- Quels sont les partenaires industriels de Bigard Val de Sambre? Quel rôle jouent-ils dans le microenvironnement de l'entreprise ? 8 points

a) partenaires industriels à l'aval de la transformation :

- **intermédiaires** dans la transformation finale (carcasses) : boucheries en gros et grande distribution
- **distributeurs** de produits finis (viande sous vide) : plates formes ou centrales d'achat
- **unités de transformation** du groupe Bigard (marque Charal et Valtéro)

b) Ces partenaires industriels sont les **clients** de Bigard Val de Sambre.

Mais aussi :

partenaires industriels à l'amont de la transformation : grossistes et négociants en boeuf, jouant le rôle de fournisseurs.

concurrents proches dans le secteur de l'abattage : Menisiez et ITS Fabry, dont il faut connaître la stratégie pour rester leader.

remarque :

Les 240 salariés ne sont pas des partenaires industriels mais internes de l'entreprise.