



UNIVERSITÉ DE
MONTPELLIER

SAE TRANSVERSE

LOIZEAU CORENTIN ; MIGNAN ORIANE ; MARRE REBECCA ; MONTEIL
LAURINNE ; PAPELARD MAËVA ; SOLBEZ ALISSIA

GROUPE C : ÉQUIPE 2

EDENOS



Introduction

I- Stratégie marketing et commerciale

A - Étude de marché

1. Analyse Externe

2. Analyse de Porter

B - Segmentation et ciblage

C - Positionnement

D - Argumentaire de vente

II- Le mix

A - Politique de produit

B - Politique de prix

3. Coûts des matières premières

4. Coûts du packaging

5. Coûts des charges

C - Politique de distribution

D - Politique de communication

Conclusion

Annexes

1. Bibliographie

2. Visuels

3. Page Instagram

4. Logos

5. Bon de commande

Introduction

Dans le cadre de notre première année en BUT Techniques de Commercialisation à l'IUT Montpellier-Sète, notre groupe de six étudiants a eu l'opportunité de travailler sur un projet stimulant, alliant innovation, stratégie marketing et créativité visuelle. Nous sommes fiers de vous présenter Edenos, une bière Golden Strong Ale aux notes fruitées et florales, spécialement conçue pour sublimer un plateau de fromages et offrir une expérience de dégustation unique.

Ce projet s'inscrit dans une collaboration enrichissante avec des étudiants du BUT Génie Biologique, véritables artisans derrière la conception et le brassage d'Edenos. Tandis qu'ils se sont concentrés sur l'élaboration et le perfectionnement de la recette, notre rôle a été de développer une stratégie de commercialisation cohérente et percutante. Notre mission a donc consisté à réaliser une étude de marché approfondie, identifier une segmentation pertinente, définir un positionnement clair et différenciant, ainsi qu'à concevoir l'ensemble des visuels et supports de communication associés à la marque.

Edenos se distingue non seulement par sa robe dorée limpide, sa mousse blanche et dense, mais aussi par son équilibre subtil entre douceur et amertume. Légère en bouche mais dotée d'une forte teneur en alcool, elle incarne une boisson idéale pour accompagner un apéritif convivial, notamment autour d'un plateau de fromages et de charcuteries. Sa fraîcheur et ses arômes délicats en font une option parfaite pour les chaudes journées estivales, séduisant ainsi les amateurs de bières artisanales en quête de saveurs authentiques.

À travers ce dossier, nous vous présenterons notre démarche en deux grandes parties. Dans un premier temps, nous exposerons nos recherches et analyses de marché, en étudiant l'environnement concurrentiel et les attentes des consommateurs. Dans un second temps, nous détaillerons les choix stratégiques qui ont guidé la création de l'identité de marque, ainsi que les actions marketing et communication mises en place pour assurer le succès d'Edenos. Ce travail a été mené dans une volonté constante d'alignement avec les ambitions de nos collègues du Génie Biologique, afin de valoriser pleinement leur savoir-faire et de positionner Edenos comme une bière distinctive et attrayante sur son marché.

I - Stratégie marketing et commerciale

A/ Étude de marché

1) Analyse Externe

Analyse Pestel

	OPPORTUNITÉS	MENACES
Politique		Les politiques sociales visent à réglementer l'industrie de l'alcool en général, et celle de la bière en particulier. En effet, contrairement aux autres biens de consommation courante, la vente et la consommation de la bière sont encadrées par des restrictions spécifiques, notamment en matière d'âge, de distribution et de taxation.
Economique	<p>La bière blonde de base reste le produit phare qui fait vivre la majorité des brasseries. Facile à produire et appréciée du grand public, elle assure des volumes de vente constants et des marges confortables. Les brasseries misent sur sa fiabilité pour traverser la période d'incertitude.</p> <p>La production de bière artisanale contribue à l'économie locale et soutient l'artisanat. Les brasseries locales créent des emplois et favorisent le tourisme, tout en préservant les techniques traditionnelles de brassage.</p>	
Socio culturel	<p>La bière est un élément essentiel des célébrations. Que ce soit lors de festivals, de mariages ou de fêtes nationales, la bière est souvent au cœur des réjouissances. Elle est synonyme de convivialité et de partage, renforçant les liens sociaux.</p> <p>La bière est profondément ancrée dans les cultures et les traditions du monde entier. Elle est bien plus qu'une boisson : c'est un héritage culturel, un lien social et un reflet de l'identité régionale. En</p>	

	savourant une bière, on célèbre non seulement son goût unique, mais aussi l'histoire et les traditions qu'elle représente.	
Technologique	<p>La réalité de la "smart manufacturing" est révolutionnaire. Aujourd'hui, l'industrie de la bière se développe à un rythme rapide en raison de l'Internet des objets (IoT). Les performances de la production ont été considérablement améliorées par ces technologies. L'IoT et l'IA (intelligence artificielle) sont adoptés par les brasseries pour accroître l'automatisation de leurs opérations de production. On appelle cela l'IoB (Internet of Beer).</p> <p>Ekos, calcule automatiquement les coûts de production, tout en enregistrant en permanence les données relatives aux registres de brassage, de fermentation et de conditionnement pour la production de bière et la maintenance des équipements correspondants.</p> <p>Brewplanner se concentre davantage sur la coordination des tâches et l'effet spécifique d'une action sur d'autres domaines afin de comprendre les limites et les capacités de la brasserie et d'appliquer une correction en temps réel.</p> <p>VicinityBrew se dit spécialisé, par rapport à d'autres logiciels dans les productions en plusieurs étapes puisque selon le producteur, la plupart des systèmes ne sont pas capables de le faire. Le logiciel peut gérer des cycles de production interdépendants et générer des rapports spécifiques pour chaque étape. Il est intéressant de noter qu'il offre des outils dédiés au "brassage à façon", utiles pour gérer les lots réalisés pour les entreprises de bière.</p>	
Écologique	En soutenant les producteurs locaux, nous réduisons l'empreinte carbone, utilisons les ressources naturelles de manière plus efficace et contribuons à la préservation de l'environnement. Choisir une bière locale, produite selon des	Produire de la bière, c'est d'abord cultiver des ingrédients comme l'orge et le houblon qui nécessitent de grandes quantités d'eau. D'après l'Office international de l'eau, jusqu'à 74 litres d'eau sont nécessaires pour

	normes écologiques, permet de savourer un produit de qualité tout en contribuant à un avenir durable.	<p>produire 25 cl de bière. C'est près de trois fois moins que la quantité utilisée pour la fabrication du vin, mais cela reste important. D'autant que le changement climatique, et les sécheresses qu'il engendre, pourraient dans un futur proche réduire significativement les rendements et entraîner des pénuries.</p> <p>Autre point négatif : l'utilisation dans les cultures de pesticides qui contribuent à l'appauvrissement des sols. Et la culture de l'orge et sa transformation émettent de l'oxyde d'azote, qui favorise l'effet de serre. Au total, les matières premières utilisées pour la production de la bière seraient responsables du tiers de son empreinte carbone.</p> <p>La production d'un litre de bière génère environ 1,5 kg de CO₂, incluant toutes les étapes : de la fermentation à l'emballage et au transport. Cela équivaut aux émissions générées par un trajet de 10 kilomètres en voiture.</p>
Légal	Définition légale de la bière : Selon le <i>décret n° 92-307 du 31 mars 1992</i> , la dénomination "bière" est réservée à la boisson obtenue par fermentation alcoolique d'un moût préparé à partir de malt de céréales, de matières premières issues de céréales, de sucres alimentaires, de houblon, de substances conférant de l'amertume provenant du houblon et d'eau potable. Le malt de céréales doit représenter au moins 50 % du poids des matières amylacées ou sucrées mises en œuvre.	<p>Réglementations sur la publicité et le sponsoring</p> <p>- Loi Evin (loi n° 91-32 du 10 janvier 1991) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Limite la publicité pour l'alcool à des supports autorisés. ○ Interdit les publicités qui incitent à une consommation excessive ou qui s'adressent aux jeunes. <p>Étiquetage des bières : L'étiquetage des bières doit respecter les dispositions du <i>règlement (UE) n°1169/2011</i> concernant</p>

		<p>l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Les mentions obligatoires incluent notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La dénomination de la denrée. - La liste des ingrédients. - La quantité nette. - Le titre alcoométrique volumique acquis. - La date de durabilité minimale. - Les conditions particulières de conservation et/ou d'utilisation. - Le nom ou la raison sociale et l'adresse de l'exploitant du secteur alimentaire. - La déclaration nutritionnelle (sauf dérogation pour les boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume). <p>De plus, un message sanitaire préconisant l'absence de consommation d'alcool par les femmes enceintes doit figurer sur l'étiquette, conformément à l'arrêté du 2 octobre 2006.</p> <p>La bière est soumise à un droit spécifique en France, fixé par l'<i>article 520 A du Code général des impôts</i>. Ce droit est dû par les fabricants, exploitants de sources ou importateurs sur toutes les quantités commercialisées sur le marché intérieur. Le taux du droit spécifique varie en fonction du titre alcoométrique de la bière.</p>
--	--	---

Analyse externe micro-économique

	Opportunités	Menaces
Offre	<p>L'offre est de plus en plus variée.</p> <p>Le marché des bières premium est en</p>	<p>Il y a une saturation du marché dans certaines régions.</p> <p>Il y a une concurrence accrue avec de grandes</p>

	<p>progression.</p> <p>Les brasseries artisanales constituent 15 % de la consommation totale de bière en France.</p> <p>La demande pour des produits originaux, de qualité et régionaux est en expansion, notamment grâce à l'innovation dans les saveurs.</p> <p>Les services en ligne de vente de bière se développent.</p> <p>Le nombre de festivals, de séances de brassage et de dégustations de bière est en augmentation.</p>	<p>marques bien établies et des microbrasseries en plein essor.</p> <p>En France :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grands acteurs tels que Heineken France, Kronenbourg et AB InBev. - La Brasserie du Mont-Blanc, La Parisienne, BrewDog, reconnues pour leur excellence et leur enracinement local. <p>À l'international :</p> <ul style="list-style-type: none"> - République tchèque, Belgique, Allemagne. - Anheuser-Busch InBev, Heineken, Brasseries de Neige China Resources, Groupe Carlsberg. - Réglementations strictes sur l'alcool et la publicité.
Demande	<p>Les clients sont de plus en plus sensibles à la provenance des produits, ce qui renforce leur attrait pour les bières locales.</p> <p>Ils recherchent également des bières aux goûts originaux, apportant une expérience de dégustation unique.</p> <p>La dimension écologique joue un rôle clé dans leurs choix, les incitant à privilégier des produits respectueux de l'environnement.</p> <p>Enfin, l'attrait pour les bières aromatisées et les mélanges de bières se développe, répondant à une demande croissante d'expériences de consommation innovantes.</p>	<p>Les bières non alcoolisées représentaient 5 % de la quantité totale en 2023.</p> <p>La demande de boissons à faible teneur en alcool est en forte croissance, notamment chez les Millennials et les Baby-boomers, tandis que les consommateurs ont tendance à réduire leur consommation d'alcool en volume.</p> <p>Parallèlement, on observe une sensibilisation accrue de la population aux enjeux de santé, ce qui favorise l'intégration d'ingrédients fonctionnels et naturels dans les boissons.</p> <p>Enfin, la sensibilité des consommateurs aux prix s'intensifie en raison de l'inflation, influençant leurs choix d'achat</p>

<p>Distributeurs (quel sont les principaux canaux de distribution)</p>	<p>Divers canaux de distribution : dépanneurs, supermarchés et hypermarchés, discounters, magasins d'alimentation et de boissons, bars et établissements HoReCa, commerce électronique, autres.</p> <p>Digitalisation : La montée en puissance des plateformes de e-commerce et de livraison facilite la vente directe aux consommateurs.</p> <p>Partenariats stratégiques : Les accords avec des chaînes de distribution ou des franchises permettent une diffusion plus large.</p>	<p>Les cafés, hôtels et restaurants (CHR) ne comptent que pour environ 20 % des ventes.</p> <p>La grande majorité des bières sont vendues en grande distribution, représentant les trois quarts des ventes totales</p> <p>Les grandes chaînes de distribution imposent des marges serrées et peuvent privilégier les grandes marques.</p> <p>La multiplication des canaux complique la gestion logistique et augmente les coûts.</p>
<p>Autres acteurs (fournisseurs, ect...)</p>	<p>Soutien des gouvernements locaux : Dans certains pays, des subventions destinées aux produits locaux ou durables favorisent les brasseries artisanales.</p> <p>Partenariats avec des influenceurs : Collaborer avec des personnalités pour promouvoir les produits sur les réseaux sociaux accroît leur visibilité.</p> <p>Collaborations intersectorielles : Intégration avec des festivals ou des événements pour renforcer la notoriété des marques.</p>	<p>L'industrie brassicole est largement dominée par quelques grands groupes qui contrôlent une part significative du marché mondial.</p> <p>Le plus grand conglomérat brassicole à lui seul a produit 500 millions d'hectolitres en 2023, représentant 27 % de la production mondiale.</p> <p>Cette concentration entraîne une standardisation des produits et limite la diversité des bières disponibles sur le marché.</p> <p>Cependant, elle favorise aussi l'essor des brasseries artisanales, qui misent sur l'authenticité et l'innovation pour séduire les consommateurs en quête de nouvelles expériences gustatives.</p>

2) Analyse de Porter

- 4/5 Le degré de rivalité avec les concurrents

Le degré de rivalité avec les concurrents est plutôt élevé, avec une note de 4 / 5. Le marché est très concurrencé par les grandes marques industrielles qui produisent à l'internationale tels que Heineken, AB InBev et Carlsberg. Cependant, le secteur de la bière artisanale a explosé,

avec une multiplication des petites brasseries qui se battent pour capter des parts de marché en mettant l'accent sur l'innovation, la qualité et le branding. Les nouveaux entrants doivent donc se différencier pour rivaliser avec ces acteurs déjà bien établis.

- 3/5 La menace des nouveaux entrants

La menace des nouveaux entrants sur le marché de la bière est modérée avec une note de 3/5. Les investissements de départ et les règles strictes sont des obstacles, mais les brasseries peuvent se différencier avec des produits innovants et un bon marketing. Les grandes marques dominent, mais la demande pour des bières artisanales et locales crée des opportunités. Les nouveaux entrants doivent donc bien se préparer pour réussir.

- 3/5 La menace des produits de substitution

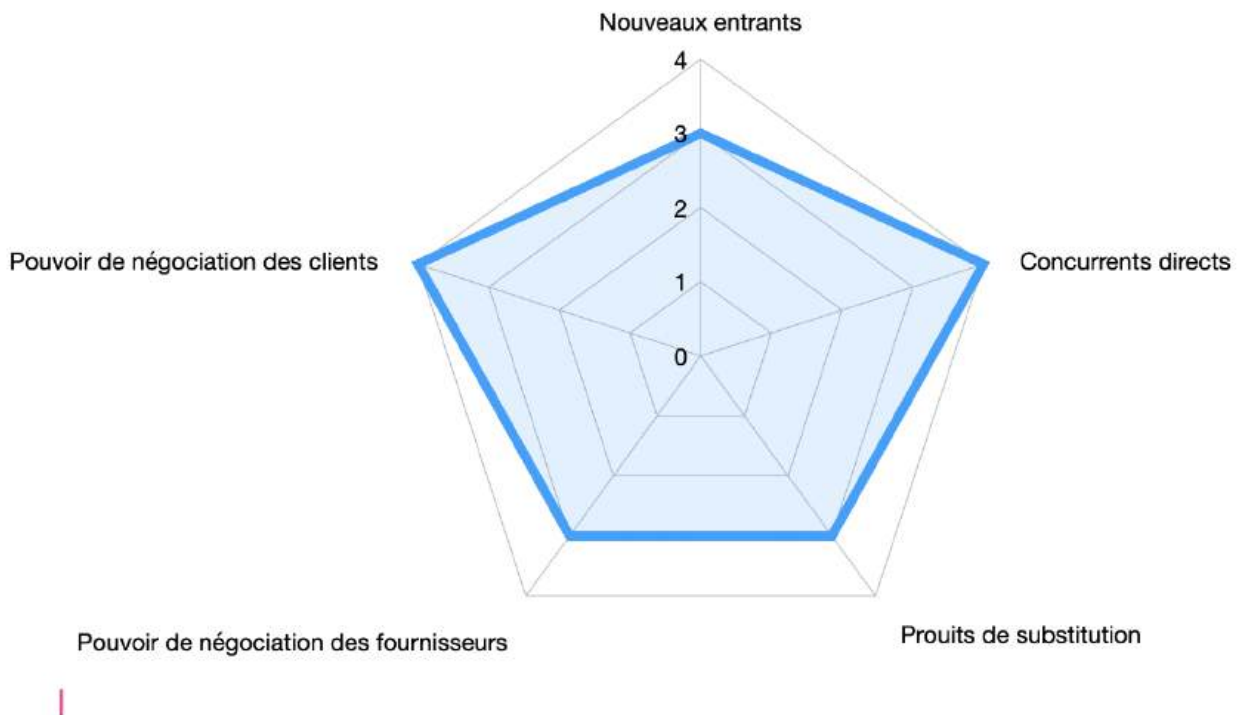
La menace des produits de substitution est également modérée, avec une note de 3/5. En effet, malgré le fait que la bière reste l'un des alcools les plus populaires, des produits de substitution tels que les cocktails, le vin ou encore les boissons artisanales comme le cidre prennent de l'importance sur le marché surtout après des plus jeunes générations. Cependant, la fidélité à la bière, en particulier aux bières, reste forte. Les substituts ne constituent donc pas encore une menace majeure.

- 3/5 Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Le pouvoir de négociation des fournisseurs sur le marché de la bière est modéré (note : 3/5). Les matières premières comme l'orge et le houblon sont souvent des commodités facilement accessibles, ce qui limite leur influence. Toutefois, les fournisseurs spécialisés (houblons rares ou bio) peuvent avoir un pouvoir accru. Les grandes brasseries contournent souvent cette dépendance par l'intégration verticale ou des contrats à long terme. En revanche, les aléas climatiques ou économiques peuvent temporairement renforcer leur position.

- 4/5 Le pouvoir de négociation des clients.

Le pouvoir de négociation des clients dans le marché de la bière est élevé (note : 4/5). Les consommateurs ont un large choix entre bières artisanales, locales et industrielles, ce qui leur donne un avantage. Les grandes enseignes de distribution peuvent aussi négocier des prix bas grâce à leurs volumes d'achat. Enfin, la forte concurrence entre brasseries pousse les producteurs à s'adapter aux demandes des clients.



B/ Segmentation et ciblage

Dans notre étude de marché, nous avons défini une stratégie de segmentation et de ciblage précise afin de mettre en place un bon positionnement pour Edenos sur le marché de la bière.

Tout d'abord, nous avons segmenté notre marché en nous basant sur plusieurs critères :

En premier lieu, un critère démographique, puisque nous ciblons une population âgée de 25 à 75 ans. Ce choix stratégique nous permet d'atteindre des amateurs de bières artisanales et de gastronomie, sensibles à la qualité des produits locaux et au savoir-faire des artisans brasseurs.

Ensuite, un critère géographique, car notre marché cible est la région Occitanie et ses habitants, dont l'attachement aux produits du terroir et à l'artisanat local est particulièrement fort.

Nous avons également retenu un critère socio-économique, en visant une clientèle dont le revenu annuel est supérieur à 30 000 €. Ce positionnement nous permet de nous adresser à un public prêt à investir dans une bière haut de gamme.

Puis, un critère de segmentation psychographique, lié à la personnalité et aux préférences des consommateurs. Notre bière s'adresse aux amateurs de gastronomie et de produits artisanaux, sensibles aux accords mets-bière, notamment l'association entre fromage et bière, et curieux de découvrir de nouvelles saveurs.

Enfin, un critère de segmentation comportementale, puisque nous ciblons des consommateurs recherchant des produits de qualité et plutôt haut de gamme, consommant de la bière de manière occasionnelle ou dans un cadre particulier, comme les apéritifs, les repas entre amis ou les dégustations.

Cette segmentation nous a permis d'affiner notre stratégie de communication et de distribution afin de toucher efficacement nos cibles.

Dans un second temps, nous avons établi notre ciblage en nous appuyant sur nos critères de segmentation. Nous avons ainsi choisi d'adresser un public relativement large, tout en intégrant des spécificités précises afin d'assurer la cohérence de notre positionnement.

Tout d'abord, notre cible principale regroupe les amateurs de bières artisanales et de dégustation, ainsi que les passionnés des accords mets-bière. Ces consommateurs recherchent des produits de qualité, aux saveurs complexes et apprécient particulièrement les associations gustatives raffinées.

Ensuite, nous nous adressons aux gastronomes et aux amateurs de produits du terroir. C'est pourquoi notre ciblage est exclusivement centré sur les habitants de la région Occitanie, sensibles aux produits authentiques et au savoir-faire local. En valorisant l'artisanat et la production régionale, Edenos s'inscrit pleinement dans leurs attentes et bénéficie ainsi d'un argument de vente clé auprès de cette clientèle.

Enfin, notre cible comprend également les jeunes actifs ainsi que les catégories socio-professionnelles supérieures. Disposant d'un pouvoir d'achat plus élevé, ces consommateurs sont enclins à investir dans des bières premium pour des moments de convivialité, tout en recherchant des accords mets-boissons sophistiqués, notamment avec le fromage.

Ce choix de ciblage a été pensé et analysé selon plusieurs critères. Le marché de la bière artisanale étant en plein essor, la croissance est forte et la demande grandit considérablement pour des produits originaux et premium. De plus, en nous positionnant comme une alternative raffinée au vin, nous répondons à une tendance mettant en valeur la gastronomie française et l'évolution des habitudes de consommation. Enfin, Edenos étant une bière haut de gamme, artisanale et locale, il était essentiel de choisir une cible en parfaite adéquation avec nos valeurs et les éléments que nous souhaitons mettre en avant.

C/ Positionnement

“La meilleure alternative raffinée au vin pour les dégustations de fromages”

Edenos se positionne comme une bière haut de gamme, spécialement conçue pour accompagner les dégustations de fromages, offrant ainsi une alternative raffinée au vin. Ce positionnement repose donc sur plusieurs éléments stratégiques qui justifient à la fois sa pertinence et sa légitimité sur le marché.

Tout d’abord, le choix de se présenter comme une “alternative au vin” repose sur une réalité de consommation. En effet, le vin est traditionnellement perçu comme l’accompagnement idéal des fromages. Toutefois, certaines personnes recherchent de nouvelles expériences gustatives, plus originales et accessibles, sans pour autant sacrifier l’élégance et les saveurs. Edenos vient alors répondre à cette attente en proposant une bière travaillée, avec des arômes et une structure qui s’harmonisent parfaitement avec les fromages, créant ainsi une expérience équivalente à celle du vin.

Ensuite, l’utilisation du terme “raffinée” est essentielle pour souligner la qualité de notre bière. Contrairement aux bières classiques, Edenos est élaborée selon des méthodes traditionnelles, avec une attention particulière portée aux ingrédients afin d’obtenir une palette aromatique équilibrée. Ce raffinement permet de séduire une clientèle amatrice de bons produits, sensible aux accords mets et boissons, et habituée aux dégustations gastronomiques.

Enfin, Edenos ne se contente pas d’être une simple alternative, mais vise à être “la meilleure alternative”. Ce choix de formulation traduit une ambition forte : celle de s’imposer comme une référence incontournable sur le marché. Pour cela, nous misons sur une communication soignée, un packaging élégant et une mise en avant dans des canaux de distribution adaptés.

D/ Argumentaire de vente

<i>CARACTÉRISTIQUE</i>	<i>AVANTAGES</i>	<i>PREUVES</i>	<i>SONCASE</i>
Ingrédients supérieurs	Qualité supérieure, sans additifs nocifs	Houblons et malts	Sécurité
Savoir-faire artisanal	Elle privilégie la qualité	Recette originale et non standardisée : par ex ingrédient levure BE-134 Processus de fabrication manuel et	Sécurité

		contrôlé Fermentation artisanale	
Ingrédients supérieurs	Raffinement, permet de briller lors d'un apéritif ou d'une dégustation entre connaisseurs.	Houblons et malts	Orgueil
Format et packaging	Impression de de raffinement et d'exception	75cl,en verre teinté noir/marron opaque	Orgueil
Savoir-faire artisanal	Elle privilégie la qualité, l'authenticité et l'innovation gustative	Recette originale et non standardisée : par ex levure BE-134	Orgueil
Concept innovant	une bière qui rivalise avec le vin dans l'art de l'accord mets/boissons, Rompt avec les habitudes en valorisant une boisson festive (bière) dans un cadre gastronomique.	Bière légère avec un gout fruité qui possède une forte teneur en alcool. La légère amertume des houblons présente en arrière plan apporte de la fraîcheur	Nouveauté
Saveurs	Douces et rafraîchissantes	Fruitées grâce au houblon centennial	Confort
Saveurs	Facilité d'association avec divers fromages, pour créer une experience gustatives riche et équilibrée	Fruitées grâce au houblon centennial	Confort

Savoir faire artisanal	Goût affiné	Une fermentation maîtrisée entre 10 et 21 jours contre 8 jour généralement	Confort
Prix	Alternative économique par rapport à des vins haut de gamme tout en offrant une expérience gustative comparable.	Le coût de production optimisé L'utilisation de malts comme le pilsner et le carapils optimise la recette pour un produit à forte valeur ajoutée	Argent
Format	Bière pensée pour des moments conviviaux, partagé lors d'apéro entre amis	Format 75cl	Sympathie
Nom de la bière	Le jeu de mots pour le nom et le design renforcent l'aspect accessible et joyeux de la marques	“.....”	Sympathie
Bière durable et respectant des principes d'éco responsabilité	La bière est fabriquée en respectant des principes durables et en limitant l'impact sur l'environnement	Ingrédients naturels : Utilisation de houblons, malts et additifs naturels, réduisant la dépendance aux produits chimiques et industriels La production artisanale favorise des circuits courts,	Écologique

		réduisant l'empreinte carbone associée au transport.	
--	--	--	--

Dans le cadre du lancement d'Edenos, nous avons rédigé un argumentaire de vente basé sur la méthode SONCAS (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie) et la méthode CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves) qui a pour objectif de fournir aux commerciaux un discours structuré et percutant afin de convaincre les distributeurs et les consommateurs finaux.

1) Sécurité

Caractéristique : Edenos est une bière artisanale brassée avec soin selon des méthodes traditionnelles ce qui garantit sa qualité irréprochable.

Avantage : Elle offre une expérience gustative constante grâce à sa sélection d'ingrédients de qualité.

Preuve : Notre processus de fabrication suit des contrôles rigoureux à chaque étape, et la bière est brassée en petite quantité pour assurer une qualité constante.

"Vous recherchez une bière artisanale haut de gamme, fiable et de qualité ? Edenos est le fruit d'un savoir-faire précis, avec des ingrédients sélectionnés avec soin. Grâce à un processus de fermentation maîtrisé et des contrôles stricts, nous vous garantissons une bière équilibrée et raffinée, parfaite pour vos moments de dégustation."

2) Orgueil

Caractéristique : Une Golden Strong Ale fruitée et florale, idéale pour accompagner des fromages forts et goûteux.

Avantage : Boire Edenos, c'est afficher un goût raffiné et une recherche d'expériences gastronomiques sophistiquées.

Preuve : Son profil aromatique unique, sa robe dorée limpide, et son positionnement comme une alternative haut de gamme au vin en font une bière de dégustation parfaite.

"Edenos n'est pas une bière comme les autres. Elle est destinée aux amateurs de saveurs fines et d'expériences gustatives raffinées. En la choisissant, vous affirmez votre exigence pour des produits artisanaux de caractère. Impressionnez vos convives avec une bière aussi élégante qu'un grand cru !"

3) Nouveauté

Caractéristique : Edenos a été conçue pour sublimer les fromages, une approche innovante sur le marché brassicole.

Avantage : Elle permet une expérience de dégustation originale et inédite, tout en bousculant les traditions en remplaçant le vin par une bière premium.

Preuve : Son profil aromatique fruité et floral, équilibré par une fine amertume, a été élaboré pour s'accorder parfaitement avec des fromages comme le Comté, le Roquefort ou le Bleu.

"Fatigué de toujours accompagner vos plateaux de fromages avec du vin ? Découvrez Edenos, la bière qui révolutionne les accords mets et boissons. Grâce à ses notes florales et fruitées, elle sublime chaque bouchée et offre une expérience gustative unique. Osez l'innovation !"

4) Confort

Caractéristique : Une bière douce en bouche, légèrement amère et rafraîchissante.

Avantage : Apporte un plaisir immédiat grâce à une texture soyeuse et un équilibre subtil entre douceur et puissance aromatique.

Preuve : Sa forte teneur en alcool (autour de 8-9%) est parfaitement contrebalancée par ses arômes fruités, la rendant idéale pour des soirées de partage et de détente.

Imaginez une bière qui vous enveloppe de saveurs fruitées et florales, tout en apportant une agréable sensation de fraîcheur. Edenos est idéale pour accompagner une soirée entre amis, un apéritif ou un moment de dégustation relaxant. Profitez d'un instant de plaisir, où chaque gorgée invite à l'évasion."

5) Argent

Caractéristique : Bière artisanale haut de gamme, produite en série limitée.

Avantage : Son prix reflète la qualité supérieure des ingrédients, la production locale et le savoir-faire artisanal.

Preuve : Comparée aux bières industrielles ou aux vins d'accompagnement, Edenos représente une alternative accessible pour une expérience gastronomique authentique.

"Edenos n'est pas une bière ordinaire. Chaque bouteille résulte d'un processus de brassage soigné, utilisant des ingrédients sélectionnés avec précision. Vous investissez dans une

expérience gustative exceptionnelle, au prix juste, pour savourer une bière artisanale qui rivalise avec les meilleures dégustations de vins."

6) Sympathie

Caractéristique : Une bière artisanale inspirée du terroir et des traditions françaises.

Avantage : Edenos crée des moments de partage authentiques, autour d'un verre et d'un bon plateau de fromages.

Preuve : Son design soigné et son positionnement comme bière de dégustation en font une bière idéale pour les apéritifs, les repas entre amis ou les dégustations thématiques.

"Edenos, c'est plus qu'une bière, c'est une invitation à la convivialité ! Parfaite pour accompagner un apéritif ou un repas entre amis, elle transforme chaque moment en une expérience sensorielle unique. Partagez, dégustez, profitez !"

Conclusion

Cet argumentaire permet d'aborder les différents "leviers psychologiques" influençant la décision d'achat des consommateurs. Il renforce la valeur perçue d'Edenos et facilite la commercialisation auprès de notre cible. Grâce à une approche axée sur la qualité, l'expérience gastronomique et la convivialité, Edenos se positionne comme une bière incontournable pour les amateurs de nouvelles sensations gustatives.

II- Le mix

A/ Politique de produit

Nous avons choisi le nom Edenos car il est simple, lisible et neutre, tout en ayant une signification forte. Il se compose de "Eden", en référence au Jardin d'Éden, symbole d'abondance et de richesse en fruits, et de "Os", inspiré du latin *flos*, qui signifie "fleur". Ce nom reflète ainsi parfaitement la nature et la qualité de nos produits.



Ce logo, conçu pour une marque de bière, combine des éléments graphiques et symboliques qui renforcent une image de qualité, de tradition et de convivialité. Le cercle principal évoque l'unité, la convivialité et les moments partagés, des valeurs fondamentales associées à la bière. Les épis de blé rappellent les ingrédients naturels comme l'orge et le malt, soulignant l'authenticité et le respect des savoir-faire artisanaux. Au centre, la bouteille

représente le produit de manière directe et attrayante, symbolisant l'importance de la bière dans l'expérience proposée. Les lignes et volutes décoratives ajoutent une touche d'élégance et suggèrent un soin particulier apporté à la fabrication, renforçant une impression de raffinement. Nous avons choisi trois couleurs pour notre logo : tout d'abord, le doré/cuivré pour représenter le luxe, la tradition et la qualité. Il évoque également la couleur de la bière blonde ou ambrée, inspirant chaleur et prestige. Ensuite, le noir a été choisi pour symboliser l'élégance et la sobriété, renforçant l'idée de sérieux et de raffinement. Enfin, le blanc, choisi pour notre fond, évoque la pureté et la simplicité, mettant en valeur les éléments du logo.



Pour le choix de l'étiquette de la bière EDENOS, elle affiche un design élégant avec un fond noir et des motifs dorés qui lui donnent un style raffiné. Son nom est mis en avant, avec aussi la signature “Un bouquet dans le verre”, qui évoque une bière aux arômes riches. Il s'agit d'une

bière forte et fruitée, conditionnée en bouteille de 75 cl, avec un taux d'alcool compris entre 7,5 % et 10,5 %. Toutes les informations essentielles sont présentes. La bière est fabriquée en France et sa composition est détaillée : eau, différents types de malts (Pilsner, Carapils, malt sucré), houblon, levure. Elle contient du gluten, un point important pour les personnes allergiques. L'étiquette indique également les valeurs nutritionnelles pour 100 ml : 80 Kj/Kcal, 0,75 g de sucre, 7 g de glucides, 0 g de lipides, 0,75 g de protéines et 0,01 g de sel. La date limite de consommation est fixée au 31 juillet 2025, avec une recommandation de conserver la bière au frais. Les mentions légales sont bien visibles : “À consommer avec modération”, interdiction aux moins de 18 ans, et déconseillé aux femmes enceintes. Notre étiquette encourage également le tri sélectif pour un recyclage responsable. Le design de l'étiquette renforce l'identité premium de la bière. Le noir et l'or apportent une touche d'élégance. Des illustrations de fruits (grenades, pommes, figues, agrumes...) rappellent le côté fruité de la bière, tandis que des morceaux de fromage en arrière-plan suggèrent des accords gourmands. Des motifs dorés et des ornements végétaux complètent l'ensemble, et une bouteille est intégrée en haut de l'étiquette pour souligner le produit.



Le packaging de la bière EDENOS allie élégance et raffinement avec un étui rigide de couleur blanc crème et doré, qui donne une impression de luxe. Le logo de la marque, représentant une bouteille stylisée, est placé au centre, entouré de motifs dorés délicats qui renforcent l'identité haut de gamme du produit. Des illustrations de fruits comme l'orange, la pomme et la banane viennent rappeler le caractère fruité de la bière. La bouteille est mise en valeur dans un coffret noir avec un intérieur moulé, apportant une touche sophistiquée tout en assurant

une bonne protection. Son étiquette, dans les tons noir et or, avec le même visuel que des

détails dorés et des images de fruits qui rappellent ses saveurs. Ce packaging a été pensé pour offrir une présentation élégante et attrayante, idéale pour un produit artisanal premium, aussi bien pour la vente que pour un cadeau.

B/ Politique de prix

Le prix est un élément déterminant pour le bon fonctionnement d'une entreprise. Trop bas, il peut altérer gravement la rentabilité de l'entreprise. Trop élevé, il peut faire fuir une clientèle et aussi conduire à la disparition de l'entreprise.

Les éléments constitutifs du prix rassemblent les coûts de production, (matières premières, frais de fonctionnements, frais variables), les divers frais fixes, les amortissements. Ceci aboutit au prix de revient. Majoré d'une marge commerciale, cela donne le prix de vente.

Toutefois, la détermination du prix de vente doit toujours tenir compte des éléments extérieurs à l'entreprise :

- l'environnement concurrentiel.
- Le consommateur : Quel prix est-il disposé à payer pour votre produit ?
- Quel est le prix psychologique à ne pas dépasser ?

Notre stratégie de tarification est basée sur la valeur perçue. Nous avons fait le choix de positionner notre produit comme premium "La meilleure alternative raffinée au vin", reflétant la qualité des ingrédients et de l'artisanat. Cependant, les prix resteront compétitifs dans le segment du marché de la bière artisanale pour ne pas aliéner les acheteurs potentiels.

Ainsi pour le lancement de la nouvelle marque de bière Edenos, il est primordial de prendre en compte de nombreux éléments

Tout d'abord il faut prendre en compte des frais de démarrage que l'on va payer une fois et qui vont donc être indépendant du prix final de notre bière à savoir :

- Frais de licence 3: licence de vente : entre 200€ et 500€ donc 350€ en moyenne
- prix formation : entre 190€ et 450€ donc 320€ en moyenne
- dépôt de marque à L'INPI pour être en règle : 190€

Ensuite il faut déterminer le coût de revient du produit.

Le coût de revient d'un produit est le coût total nécessaire pour fabriquer ou acquérir ce produit, en incluant tous les coûts liés à sa production ou son acquisition, tels que les coûts des matières premières, la main-d'œuvre, la logistique... Pour le cas de Edenos nous allons tout d'abord déterminer le coût des ingrédients nécessaire pour la fabrication de 75 cl de bière

Calcul coût de revient :

Pour ce faire, nous avons calculé la charge directe + les charges indirectes, ceci divisé par la quantité produite soit 75cl.

1. coût des matières premières

Matières première	Prix 75 cl de bière
Eau (Empâtage) :	/
Malt Pilsner :	337,5 g → 0,57 €
Malt Carapils	25 g → 0,10 €
Malt Acid :	15 g → 0,07 €
Houblon Centennial :	0,62 g → 0,03 €
Houblon Cascade :	2 g → 0,11 €
Irish moss :	0,25 g → 0,04 €
Levure :	0,44 g → 0,11 €

Sucre de table	4,88 g → 0,02 €

Dans un premier temps, nous nous sommes intéressées au coût des matières premières. Celles-ci nous avaient été fournies dans le rapport écrit des gens biologiques qui ont dans un premier temps réaliser des recherches documentaires. Grâce à cela, nous avons pu calculer le prix global de matières premières que nous coûterait 75 cl de bière. nous devons compter 1,05 €. de matière première.

Packaging	Prix de 1 packaging
Bouteilles 75cL	1.3€ par pièces
Étiquettes	0.40€ pièce
emballage carton	1.20€ pièce
Capsule 26mm or	0,031€ pièce

Dans un second temps, nous nous sommes ensuite intéressées au prix du packaging qui servira pour distribuer notre bière. Ce dernier comprend : la bouteille, l'étiquette, l'emballage carton ainsi que la capsule.

Pour trouver ces données, nous avons utilisé les résultats de la recherche documentaire déjà effectuée par les génies biologiques concernant le prix des bouteilles et des capsules.

Concernant le prix des étiquettes et des emballages cartons nous avons entrepris la démarche de nous rendre à Obilab ces derniers ayant conçu les premiers prototypes de ces éléments.

Ainsi, ces derniers nous ont expliqués qu'une bobine coûte 133 euros et qu'un lot de cartouches d'encre est au prix de 70€. A partir des mesures de notre étiquette qui est de 25 cm de largeur par 11 cm de hauteur nous avons pu calculer le coût final pour une bouteille ce qui nous a donné environ 40 centimes si nous produisons 5000 bières.

En additionnant ces coûts, nous obtenons un coût total approximatif du packaging par bouteille de 2,93 €.

3. Charges variables

Les charges variables englobent les dépenses nécessaires au fonctionnement de la production et à la distribution des bouteilles.

Charges	Prix de chaque catégorie pour une bouteille
eau	0,41 (prix eau+taxe+assainissement)
électricité	0,017 €
salaire	0,8 (3 employés payés au smic)
distribution (transport = essence, amortissement du véhicule + entretien du véhicule)	0,20 €

1,4

Concernant les charges à prendre en compte dans notre étude nous nous sommes adressés à un ancien étudiant de Génie biologique aujourd'hui co -fondateur de sa brasserie située à Castelnau le Lez au nom de Zoobrew.

Nous avons calculé les autres charges à prendre en compte dans notre coût de revient, c'est-à- dire : le salaire de 3 employés payés au SMIC 35H cette activité étant soumises à de lourdes charges patronales ainsi que l'eau, l'électricité et la distribution qui desservira Montpellier et ses alentours.

4. Frais fixes

Frais fixe	Prix de chaque catégorie pour une bouteille
Loyer du local (95 m² aux alentours de Montpellier Environ 2500 euros par mois)	0,50€

Assurance du local (MAAF)	0,10€
Impôts et taxes ,cotisations sociales et droit d' accises)	0,28€ par bouteille

Total frais fixes : 1,08

Frais fixes associés à la production d'une bouteille de bière Edenos :

Les frais fixes sont des charges incontournables qui ne varient pas en fonction du volume de production. Ces coûts sont nécessaires pour assurer le bon fonctionnement de la brasserie et garantir la stabilité financière de l'entreprise. Voici un détail précis des principaux frais fixes associés à la production de chaque bouteille de bière Edenos.

- Loyer du local (95 m² aux alentours de Montpellier) : 0,50 € par bouteille
Le loyer mensuel de notre local de production, situé dans la région de Montpellier, s'élève à 2 500 € pour une superficie de 95 m². Ce coût est réparti proportionnellement au nombre de bouteilles produites, ce qui nous permet d'affecter 0,50 € par bouteille pour le loyer. Ce montant garantit la location d'un espace de production adapté à nos besoins de fabrication et de stockage.
- Assurance du local (MAAF) : 0,10 € par bouteille
Nous avons souscrit une assurance pour couvrir notre local et les équipements de production, auprès de la MAAF. Cette couverture assure la brasserie contre les risques tels que les incendies, les dégâts des eaux ou les accidents. Le coût annuel de cette assurance s'élève à 300 €, ce qui correspond à 0,10 € par bouteille produite.
- Impôts et taxes : 0,28 € par bouteille
Les impôts et taxes appliqués à la production de la bière Edenos incluent plusieurs éléments spécifiques au secteur de la brasserie. Ces taxes sont calculées en fonction des spécificités de la production d'alcool et des obligations fiscales de l'entreprise.
 - Droits d'accises (taxe sur les boissons alcoolisées) : 0,28 € par bouteille
Les droits d'accises sont une taxe spécifique sur les boissons alcoolisées, calculée selon le volume d'alcool pur contenu dans chaque bouteille. En France, pour une bière ayant un taux d'alcool supérieur à 8 %, les droits d'accises sont fixés à 0,28 € par litre d'alcool pur. Pour une bouteille de 75 cl de bière avec un taux d'alcool de 8,5 %, le calcul des droits d'accises est le suivant :

→ Taux d'alcool : 8,5 %

→ Volume de la bouteille : 75 cl

→ Calcul : $0,28 \text{ €} \times (0,85 \text{ L d'alcool pur}) = 0,28 \text{ € par bouteille}$

5. Coût du matériel et amortissement

Pour une production de 5 000 bouteilles (3 750 L), nous avons estimé les coûts des équipements nécessaires :

Matériel	Quantité	Prix unitaire (€)	Coût total (€)	Amortissement sur 5 ans (€/bouteille)
Cuves de brassage (500 L)	2	5 000	10 000	0,10
Fermenteurs (500 L)	2	4 000	8 000	0,08
Système de nettoyage (NEP)	1	2 000	2 000	0,02

Total coût de matériel par bouteille : 0,20 €

Le choix de produire 5000 bières de 75cl repose sur une réflexion stratégique concernant les équipements et les contenances utilisés pour le brassage et la fermentation. Les cuves de brassage d'une capacité de 500 L sont adaptées pour produire cette quantité de bière car elles permettent de brasser une quantité optimale de matière première tout en minimisant les coûts unitaires. En effet, le brassage dans de grandes cuves comme celles de 500 L permet de travailler efficacement avec les ingrédients nécessaires tout en optimisant le temps de production. De plus, avoir deux cuves de brassage de cette taille permet de produire jusqu'à 1000 L de bière, soit largement suffisant pour remplir les 5000 bouteilles de 75cl, assurant ainsi un rendement plus élevé et la possibilité de produire plusieurs lots à la fois, ce qui est essentiel pour respecter les délais tout en maintenant la qualité. Les fermenteurs, également de 500 L, sont utilisés pour la phase de fermentation où la levure transforme le sucre en alcool. Ces fermenteurs sont dimensionnés de manière à pouvoir traiter un volume de bière compatible avec la production de 5000 bouteilles de 75cl, permettant ainsi une gestion fluide du processus de fermentation et garantissant que la bière est prête pour la mise en bouteille dans un délai raisonnable. Ce choix de contenances permet donc non seulement de répondre à la demande en termes de volume, mais aussi d'optimiser les coûts de production tout en garantissant la qualité du produit final.

6. Communication

Ensuite, nous avons décidé d'intégrer les coûts liés à cette communication dans le prix de vente de notre bière. Ainsi, chaque bouteille de 75cl reflète non seulement la qualité de notre produit, mais aussi les efforts que nous déployons pour la faire connaître au plus grand nombre.

Voici la répartition des coûts de communication :

Communication	Quantité	Prix unitaire	Coût total
Affiche	70 affiches.	2 € €	140 €
Plaquette commerciale	2 500 plaquettes de qualité (format A4 plié).	0,30 € par dépliant.	1 250 €
Réseaux sociaux	Instagram recommande généralement un budget de 5 € à 20 € par jour pour de bons résultats. Si tu choisis un budget moyen de 30 € à 40 € par semaine, cela revient à environ 900 € par mois.	/	900€

1. impression des supports

Poste	Quantité	Prix unitaire	Prix total
Flyers (plaquettes commerciales)	5 000 ex	0,12 €	600 €
Affiches A3 (papier)	300 ex.	1,50 €	450 €

170g/m ² , couleur)			
--------------------------------	--	--	--

3. Instagram & Publicité digitale

Poste	Quantité	Prix unitaire	Coût total (€)
Publicité Instagram (Meta Ads sur 1 mois)	10 €/jour	30 jours	300 €

Budget total

Poste	Coût total (€)
Impression des supports	1 050 €
Instagram & Publicité digitale	300 €
PRIX POUR UNE BOUTEILLE	0,27€

Si on part du principe que nous sommes une jeune microbrasserie : 5000 bière vendue au départ donc **0,27 par biere**

Concernant notre événement, nous travaillons actuellement sur l'organisation de l'événement mais n'avons pas encore de budget prévisionnel.

Pour finir, afin d'affiner notre étude nous nous sommes alors renseignés sur le prix moyen du marché des bières artisanales qui avoisine les 10 euros pour une bouteille à l'unité

calcul final coût de revient

Catégorie	Coût par bouteille (€)	Détails
1. Matières premières	1,05	Eau, malts, houblon, levure, sucre, Irish Moss
2. Packaging	2,93	Bouteille (1,30 €), Étiquette (0,40 €), Capsule (0,03 €), Emballage carton (1,20 €)
3. Charges variables	1,40	Eau (0,41 €), Électricité (0,02 €), Salaires (0,80 €), Distribution (0,20 €)
4. Frais fixes	0,28	Loyer (0,50 €), Assurance (0,10 €), Impôts et Taxes (0,28 €)
5. Coût du matériel et amortissement	0,20	Cuves de brassage, Fermenteurs, Système de nettoyage
6. Communication	0,27	Affiches, Flyers, Publicité Instagram
Coût de revient total (avant marge et TVA)	5,96	Somme des coûts ci-dessus
Marge de 15,7%	0,94	15,7% du coût de revient total (5,96 € × 15,7%)
Prix de vente (avant TVA)	6,90	Coût de revient total + marge de 15,7%
TVA (20%)	1,38	20% du prix de vente avant TVA (6,90 € × 20%)

Prix de vente final 7,99 **(avec TVA)**

- Coût de revient total avant marge et TVA : Il reste inchangé à 5,96 €, qui est la somme de tous les coûts directs de production.
- Marge de 15,7% : Pour atteindre un prix final de 7,99 €, nous avons ajusté la marge à 15,7 % (plutôt que 10 %) sur le coût de revient. Cette nouvelle marge correspond à 0,94 €.
- Prix de vente avant TVA : Après avoir ajouté la marge de 15,7 %, le prix de vente avant TVA devient 6,90 € ($5,96 \text{ €} + 0,94 \text{ €}$).
- TVA (20%) : La TVA de 20 % sur le prix de vente avant TVA est de 1,38 € ($6,90 \text{ €} \times 20\%$).
- Prix de vente final (avec TVA) : En ajoutant la TVA au prix de vente avant TVA, nous obtenons un prix final de 7,99 €, comme souhaité.

Dans le cadre de notre stratégie, nous avons choisi d'adopter un prix unique de 7,99 € pour notre bière Edenos, aussi bien pour les particuliers que pour les professionnels. Cette décision repose sur plusieurs éléments stratégiques, notamment la psychologie des prix, le positionnement premium de notre marque et l'objectif de compétitivité.

1. Le Choix du Prix de 7,99 € : Une Stratégie Psychologique

La tarification de 7,99 € s'appuie sur une approche de prix psychologique très utilisée dans le commerce. Voici pourquoi ce prix a été choisi :

Effet de seuil – Perception de l'accessibilité

Les consommateurs perçoivent souvent un prix de 7,99 € comme étant moins cher qu'un prix de 8,00 €, bien que la différence ne soit que de 1 centime. Cela repose sur ce qu'on appelle l'effet de seuil, un phénomène psychologique où les chiffres finissant en 9 créent une impression de prix plus bas. Ce simple ajustement a un impact significatif, car 7,99 € semble beaucoup plus abordable et donc plus attractif que 8,00 €. Ce petit détail joue un rôle dans l'encouragement à l'achat et attire l'attention du consommateur.

Positionnement Premium avec un prix "juste"

Le prix de 7,99 € permet également de maintenir l'image de produit premium tout en restant abordable. En effet, un prix juste en dessous de 8 € envoie un message clair au consommateur : il s'agit d'un produit de haute qualité, mais à un prix qui reste raisonnable. Le 7,99 € symbolise une valeur ajoutée, surtout dans le secteur des produits artisanaux ou haut de gamme comme la bière. Il

reflète un produit de qualité supérieure, mais sans tomber dans des prix prohibitifs qui pourraient dissuader certains clients.

2. Le Prix Unique pour Particuliers et Professionnels

Après avoir bien réfléchi aux différents types de clients, nous avons opté pour une tarification uniforme de 7,99 € pour tous nos segments de marché, qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels (bars, épiceries, etc.). Voici pourquoi ce choix est pertinent :

Simplicité et Clarté

Avoir un prix unique simplifie non seulement notre stratégie de tarification, mais permet aussi à nos clients professionnels de connaître exactement combien ils doivent payer. Cela leur permet également de calculer facilement leurs marges. Cette transparence est un atout majeur dans la relation avec nos partenaires commerciaux, en créant une confiance réciproque.

Marge des Distributeurs et Rentabilité

Le prix de 7,99 € est conçu pour garantir que même avec les marges des distributeurs ou des bars, nos partenaires professionnels peuvent réaliser un profit tout en restant dans un segment premium. En effet, grâce à cette tarification, nous offrons à chaque partenaire une marge adaptée tout en maintenant notre positionnement haut de gamme. Par exemple :

- Les bars : avec une marge d'environ 40 %, revendront notre bière autour de 11,18 € TTC.
- Les épiceries et magasins spécialisés : avec une marge de 30 %, revendront notre bière autour de 10,38 € TTC.

Cela permet à chacun de fixer un prix de vente compétitif, tout en reflétant la qualité supérieure de notre produit.

Type de distributeur	Prix d'achat (TTC)	Marge appliquée	Prix de revente TTC estimé
Particuliers (direct)	7,99 €	0 %	7,99 €
Épiceries & Magasins spécialisés	7,99 €	30 %	10,39 €
Bars & Restaurants	7,99 €	40 %	11,19 €

Pour finir, pour mieux situer notre produit Edenos sur le marché, nous avons analysé les prix de bières concurrentes qui présentent des caractéristiques similaires : des bières artisanales, fruitées et avec une teneur en alcool relativement élevée (autour de 9%). Cette étude nous permettra de déterminer où nous nous situons par rapport aux acteurs majeurs du marché et en quoi notre produit se distingue.

Marque/Produit	Prix (75cl)	Teneur en alcool	Caractéristiques	Positionnement
Edenos	7,99 €	environ 8%	Bière artisanale premium, fruitée, douce, locale	Haut de gamme, artisanale
Bellerose NEIPA (St. Germain, France)	7,95 €	environ 7%	Bière fruitée, NEIPA, haute qualité	Artisanale, tendance
Bush Caractère (Dubuisson, Belgique)	9,20 €	environ 12%	Bière forte, maltée, douce, reconnue	Bière belge, premium
La Chouffe (Brasserie d'Achouffe, Belgique)	8,50 €	environ 8%	Bière belge, fruitée, douce, légèrement épicée	Artisanal, premium
Pelforth Brune (France)	6,00 €	environ 8%	Bière brune, légèrement fruitée et maltée	Moyenne gamme, traditionnelle
Saison Dupont (Brasserie Dupont, Belgique)	8,80 €	environ 8%	Bière de saison, fruitée et épicée	Artisanale, locale

Ainsi Edenos se situe à un prix compétitif de 7,99 € tout en étant aligné sur des bières de qualité supérieure, comme la Bellerose NEIPA et La Chouffe qui coûtent autour de 7,95 € à 8,50 € pour une bouteille de 75cl.

- Par rapport à la Bush Caractère, une bière reconnue internationalement, Edenos est à un prix légèrement plus bas (7,99 € contre 9,20 €), tout en offrant des caractéristiques similaires en termes de teneur en alcool et de qualité artisanale.
- Comparé à la Pelforth Brune, qui est une bière moins artisanale, mais plus accessible, Edenos se distingue par sa qualité premium et son caractère plus raffiné, justifiant son prix légèrement plus élevé.
- Les bières artisanales belges comme Bush Caractère ou Saison Dupont restent plus chères que Edenos, mais le prix compétitif d'Edenos lui permet de se positionner efficacement sur le marché tout en restant abordable.

En somme, Edenos offre un excellent rapport qualité/prix dans la catégorie des bières premium fruitées, en particulier quand on considère la qualité artisanale du produit. Ce positionnement premium, avec une bière artisanale et de haute qualité, est bien adapté à une clientèle exigeante tout en étant accessible et compétitive par rapport aux autres bières similaires sur le marché.

C/ Politique de distribution

La politique de distribution joue un rôle clé, car elle englobe l'ensemble des canaux permettant de rendre un produit accessible aux clients. Ainsi, il est essentiel d'analyser les trois étapes que traverse un produit après son lancement. D'une part, anticiper et structurer un plan de distribution permet de définir des objectifs précis. D'autre part, cela favorise une meilleure adaptation aux évolutions du marché concernant la position de notre bière. Enfin, cette approche garantit la cohérence des différentes actions mises en place tout en adoptant une vision à long terme.

La politique de distribution d'Edenos repose sur une approche stratégique visant à optimiser sa visibilité et son accessibilité, tout en valorisant son positionnement haut de gamme. Conçue pour être dégustée avec un plateau de fromages, Edenos s'adresse à un public curieux, en quête d'expériences gustatives et attentif à la qualité des produits qu'il consomme. Afin d'assurer un développement cohérent avec son identité, nous avons donc défini une distribution sélective et progressive.

Avant de débiter, il est important de noter que notre choix de distributeurs ne se limite pas à leur capacité à vendre le produit, mais inclut également leur politique tarifaire. Nous privilégions des points de vente qui, par leur expertise et leur savoir-faire, s'alignent sur l'image premium d'Edenos et limitent les marges excessives appliquées à la revente. En effet, certains distributeurs pourraient être tentés de pratiquer des marges de revente trop élevées, ce qui risquerait de dénaturer la valeur perçue de notre bière. Ainsi, nous sélectionnons des partenaires qui assurent une valorisation juste du produit, permettant de préserver sa qualité et son positionnement exclusif.

Dans un premier temps, Edenos sera commercialisée exclusivement dans des points de vente spécialisés tels que les caves à vin, les épiceries fines et les boutiques dédiées aux bières artisanales. En effet, ces établissements, fréquentés par des connaisseurs et des amateurs de bières de qualité, permettent de positionner Edenos comme un produit d'exception.

De plus, notre bière étant originaire de Montpellier, il est cohérent de commencer sa distribution dans des commerces locaux avant d'élargir progressivement notre réseau. Nous ciblons en priorité des enseignes réputées de la région, telles que la cave « La Cave des Arceaux » à Montpellier, spécialisée en vins, bières, spiritueux et dégustations, ou encore des épiceries fines comme « Le Panier d'Aimé », qui met en avant les produits artisanaux du Languedoc. Ces partenaires ne sont pas choisis uniquement pour leur réputation et leur clientèle, mais aussi pour leur approche commerciale et éthique. Ils privilégient une mise en avant des produits artisanaux sans pratiques agressives de marges, respectant ainsi la valeur du travail des producteurs. Leur engagement envers des méthodes de distribution équitables et leur volonté de promouvoir les circuits courts s'inscrivent parfaitement dans notre

démarche de valorisation des produits locaux. En intégrant ces réseaux de distribution, nous bénéficions également d'une clientèle déjà sensible aux produits locaux et à la recherche de saveurs authentiques.

Dans ces points de vente, Edenos sera mise en avant grâce à un présentoir en bois travaillé, rappelant le côté artisanal de la bière et sa complémentarité avec différents fromages. Nous proposerons également des dégustations en magasin, permettant aux consommateurs de découvrir l'harmonie entre Edenos et des spécialités régionales, comme le Pélardon des Cévennes ou le Bleu des Causses.

En parallèle des points de vente physiques, nous assurons une présence en ligne sur des plateformes de commerce spécialisées dans les produits gastronomiques. Par exemple, des sites tels que « Unepetitemousse.com » ou « BienManger.com » nous permettront d'atteindre une clientèle plus large, intéressée par les accords mets-boissons mais également en quête d'authenticité. Ces plateformes sont également sélectionnées pour leurs pratiques commerciales équilibrées, garantissant une juste rémunération des producteurs tout en maintenant un prix attractif pour les clients. Nos fiches produits mettront en avant des recommandations d'accords bières-fromages avec des suggestions pour guider les consommateurs. Par exemple : « Essayez Edenos avec un Comté affiné 18 mois pour sublimer ses notes maltées. » Nous ajouterons également du contenu interactif, comme des vidéos de dégustation ou des interviews de brasseurs expliquant le processus de fabrication de notre bière.

Ensuite, pour renforcer l'engagement des consommateurs, nous mettrons en place une stratégie de marketing digital incluant des publications régulières sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook...) et des collaborations avec des influenceurs français spécialisés en gastronomie.

Par ailleurs, afin d'ancrer Edenos dans une démarche gastronomique, nous développerons des collaborations avec des restaurants et des bars proposant des expériences culinaires autour des accords bières-fromages. L'objectif est d'intégrer Edenos dans des menus-dégustation et des événements thématiques, où les clients pourront découvrir son potentiel lorsqu'elle est associée à différents fromages.

À Montpellier, un établissement comme « La Fine Mouche », spécialisé en bières artisanales, constituerait un partenaire idéal. Des soirées dégustation pourraient y être organisées afin de mettre en valeur notre bière et de faire découvrir aux clients les accords les plus harmonieux, avec la possible intervention d'un maître fromager pour guider l'expérience. Dans ces lieux, la mise en avant de notre bière sera renforcée par des supports tels que des affiches et des sous-verres personnalisés arborant l'identité visuelle de notre marque.

Par la suite, lorsque la demande aura été consolidée et que la notoriété d'Edenos sera bien installée, nous élargirons progressivement notre distribution vers d'autres circuits de

vente en augmentant les quantités produites, tout en conservant l'image artisanale et qualitative de notre bière. Par exemple, nous viserons notamment les magasins bio et les enseignes spécialisées en produits du terroir, comme « Biocoop », qui valorise les produits locaux, ou encore « La Vie Claire », dont la clientèle est particulièrement attentive aux ingrédients naturels et aux processus de fabrication des produits proposés.

Enfin, lorsque Edenos atteindra sa phase de maturité, notre objectif sera de fidéliser à la fois nos consommateurs et nos distributeurs. Nous mettrons en place des offres promotionnelles ponctuelles, comme des réductions sur l'achat de packs découverte incluant une sélection de bières Edenos et des fromages régionaux. Côté distributeurs, nous proposons des avantages commerciaux sous forme de remises ou de marges préférentielles afin d'inciter les revendeurs à continuer de mettre Edenos en avant.

Pour résumer, grâce à cette politique de distribution, Edenos bénéficiera d'un lancement cohérent et d'une croissance progressive, tout en conservant une image artisanale et qualitative. En s'appuyant sur des circuits de distribution spécialisés, une forte présence digitale et des collaborations stratégiques, nous maximisons l'impact de notre bière auprès des amateurs de saveurs originales. À long terme, cette stratégie nous permettra d'ancrer Edenos comme une référence incontournable des accords bières-fromages et d'assurer sa pérennité sur le marché.

D/ Politique de communication

La marque Edenos souhaite mettre en avant une communication axée sur les caractéristiques distinctives de sa bière. Son identité repose sur l'alliance entre des arômes floraux et fruités, inspirés du concept du "Jardin d'Eden". Nous voulons souligner l'authenticité de notre produit, son élaboration artisanale et la richesse de ses saveurs, qui en font une expérience sensorielle unique.

Notre bière, d'une teneur en alcool comprise entre 7 et 10 %, a été spécialement conçue pour révéler les subtilités gustatives des fromages, offrant une dégustation raffinée et originale.

Pour communiquer cette nouveauté, nous avons décidé de créer plusieurs outils d'aide à la vente.

Supports de communication

Affiche promotionnelle

Pour assurer une forte visibilité à notre produit, nous avons conçu une affiche percutante qui met en avant les valeurs de la marque. Les éléments graphiques et visuels clés sont :

- Une bouteille au centre, symbole de l'essence même de notre produit.
- Un décor de feuillages et de fruits, illustrant les notes florales et fruitées de la bière.
- Une palette de couleurs dorée et cuivrée, évoquant la tradition, la qualité et le raffinement.

- Une accroche forte : "Un bouquet dans le verre", qui renforce l'aspect sensoriel de notre bière.

Cette affiche comportera également la mention légale "L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération". Elle sera stratégiquement placée dans des lieux fréquentés par notre cible, notamment près des établissements universitaires et des bars de Montpellier.

Nos affiches seront déployées stratégiquement dans tout le département pour maximiser la visibilité. Elles seront installées dans les bars et pubs partenaires, touchant directement les consommateurs dans un cadre propice à la dégustation. Nous serons également présents lors de salons agricoles et foires gastronomiques, où le public apprécie les produits artisanaux et locaux. Enfin, nos affiches seront visibles dans les commerces spécialisés comme les cavistes et épiceries fines, renforçant notre image de qualité et notre ancrage territorial.

Dépliant promotionnel

Nous avons conçu un dépliant promotionnel informatif à deux volets qui offre un aperçu détaillé de notre bière artisanale Edenos et de ses accords mets et bières en accord avec notre communication axée sur l'authenticité et l'expérience sensorielle. Ce dépliant présente l'histoire et les valeurs de la marque Edenos en expliquant notre attachement à un savoir-faire artisanal et à une production locale de qualité inspirée par le concept du Jardin d'Eden. Il détaille ensuite la composition de la bière en mettant en lumière ses caractéristiques spécifiques telles que ses arômes floraux et fruités, ainsi que sa teneur en alcool comprise entre 7 et 10 pour cent, éléments qui lui permettent de révéler toute la subtilité des accords avec les fromages. De plus, le dépliant intègre l'ensemble de nos coordonnées comprenant le site web, les réseaux sociaux et un numéro de contact afin que les consommateurs puissent nous joindre facilement et obtenir davantage d'informations sur notre démarche. Une carte localisant Montpellier est également incluse dans le dépliant afin de souligner l'ancrage local et artisanal de notre produit. Ces dépliants seront distribués dans des lieux stratégiques tels que les bars partenaires, les événements locaux, les magasins spécialisés ainsi que les épiceries fines pour toucher une clientèle sensible à l'authenticité et à la qualité de produits uniques.

Utilisation des réseaux sociaux

En outre, Edenos met en place une stratégie sur les réseaux sociaux, notamment sur Instagram (voir annexe), afin de renforcer sa présence en ligne et créer une communauté fidèle. Ce réseau social permettra de partager des visuels captivants, des vidéos, des témoignages d'experts, des moments conviviaux autour de la bière Edenos, et d'interagir avec les consommateurs. Par ailleurs, nous organiserons des collaborations avec des sommeliers, brasseurs et experts en bière, afin de créer du contenu éducatif qui renforcera la crédibilité de la marque et générera de l'engagement avant et après les événements.

Actions événementielles :

"Bière & Fromage, l'accord parfait"

Dans le but de faire découvrir Edenos de manière conviviale et immersive, un événement gastronomique est organisé le 1er août 2025 au Marché du Lez à Montpellier. Cet événement sera une occasion unique pour les amateurs de bière et de fromage de se retrouver autour d'une expérience sensorielle, tout en mettant en valeur l'univers d'Edenos et son savoir-faire. En effet, les participants auront l'opportunité de découvrir les meilleurs accords entre bière et fromage, grâce à une dégustation commentée. Des experts brasseurs et fromagers guideront les convives tout au long de cette exploration gustative, en dévoilant les subtilités de chaque combinaison et les saveurs qui s'harmonisent parfaitement. De plus, une initiation à la dégustation sera proposée, permettant ainsi aux participants de mieux comprendre les arômes, les textures et les profils gustatifs des bières Edenos. Cet atelier sensoriel éveillera les sens des participants et leur offrira des clés pour apprécier pleinement chaque bière. En outre, les participants auront la chance de rencontrer les créateurs de la bière Edenos et de plonger dans les coulisses de la fabrication, en découvrant les ingrédients, le processus de brassage et l'histoire de la marque. Enfin, pour ajouter un aspect ludique à l'événement, un jeu de reconnaissance des fromages sera organisé, et les gagnants repartiront avec une bouteille de bière Edenos.

Coffrets découverte

Afin de permettre aux consommateurs de découvrir les accords bière/fromage de manière pratique, Edenos proposera des coffrets découverte. Ces coffrets incluront une sélection de bières Edenos et une gamme de fromages assortis, accompagnée d'un guide d'accompagnement. Ce guide aidera les consommateurs, qu'ils soient débutants ou plus expérimentés, à choisir les bons accords et à vivre une expérience gustative optimale. Les coffrets seront disponibles à la vente en ligne, dans des magasins spécialisés, ainsi que lors des événements.

Pour résumer, la politique de communication d'Edenos se concentre sur l'éducation des consommateurs aux accords bière/fromage, tout en créant une expérience sensorielle unique autour de sa bière artisanale. À travers des supports visuels, des événements gastronomiques et une présence active sur les réseaux sociaux, la marque vise à renforcer son image locale et authentique. Edenos souhaite ainsi fidéliser ses consommateurs et accroître sa visibilité en créant une communauté engagée.

UNE HISTOIRE

1871

Jan-Leonard Moortgat crée la ferme-brasserie Moortgat avec son épouse. Les affaires prospèrent et les deux fils de Jan-Leonard, Albert et Victor, rejoignent la brasserie.

1914-1918

Au cours de la Première grande guerre mondiale, les bières Anglaises "Ales" connaissent un grand succès auprès des belges. Cela inspirera Victor à créer une bière, qui se base sur le modèle anglais.

1918-1923

Les deux frères font des recherches et expérimentations jusqu'à mettre au point la recette idéale. Motivé par le désir d'utiliser uniquement des ingrédients de qualité supérieure, l'un d'eux se rend en Ecosse pour obtenir un échantillon d'une levure particulière. Cette nouvelle bière sera d'abord baptisée Victory Ale, en hommage à la fin de la Première Guerre mondiale.

1923

Cette bière surpasse tellement qu'au cours d'une dégustation, le cordonnier du village, émerveillé par sa richesse et sa finesse, s'exclama : « C'est un véritable paradis ! ». Inspirés par cette remarque, les créateurs décidèrent de la baptiser Edenos. Commercialisée dès 1923.

Contactez nous

Entreprise Edenos, 99 Av.
d'Occitanie, 34090
Montpellier, France



✉ info.edenos@gmail.com

🌐 www.edenos.com

📷 edenos_off

☎ SAV +33 (0) 6 15 06 62 76

IPNS - Ne pas jeter sur la voie publique

EDENOS



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé à consommer avec modération



EDENOS

Idéale avec vos fromages



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

Conclusion

Notre étude nous a permis d'élaborer une stratégie marketing et commerciale efficace pour donner naissance à Edenos et assurer son succès sur le marché. Grâce à une analyse approfondie de l'environnement interne et externe, appuyée par l'outil de Porter, nous avons identifié les opportunités et défis du secteur. Cette approche nous a offert une vision claire des attentes des consommateurs et des tendances émergentes, nous permettant ainsi de définir un positionnement distinctif et pertinent.

En segmentant et ciblant avec précision notre clientèle, nous avons affiné notre argumentaire de vente pour valoriser les atouts uniques d'Edenos. Son caractère fruité, floral et son taux d'alcool affirmé répondent à une demande croissante pour des bières de caractère, à la fois authentiques et innovantes. Nous avons ainsi bâti une identité de marque forte, ancrée dans des valeurs de fraîcheur, de convivialité et d'excellence artisanale.

Notre stratégie repose également sur un mix marketing structuré. La politique produit a été pensée pour offrir une expérience sensorielle unique, associant un goût raffiné à un design attractif et différenciant. La politique de prix a été élaborée de manière compétitive afin de refléter la qualité premium du produit tout en restant accessible à notre cœur de cible. Par ailleurs, le choix des canaux de distribution a été optimisé pour assurer une disponibilité cohérente et stratégique, tant en circuits spécialisés qu'en grande distribution. Enfin, la politique de communication s'appuie sur une approche omnicanale, combinant digital, marketing d'influence et événements immersifs, renforçant ainsi la notoriété et l'adhésion à l'univers Edenos.

En alignant avec précision ces différents leviers, nous avons su instaurer une crédibilité forte et différenciée Edenos de ses concurrentes. Plus qu'une simple bière, Edenos incarne une véritable expérience, une invitation à partager des moments mémorables entre amis. Nous sommes convaincus que cette approche réfléchie et cohérente permettra à Edenos de s'imposer durablement sur le marché, en séduisant une clientèle en quête d'authenticité, de plaisir et d'innovation.

Annexes

Bibliographie :

adresse URL du site	Type de site	exactitude	pertinence	fraîcheur
https://unepetitemousse.fr/blog/brasserie-duvel/?srsltid=AfmBOordnnjY7Jml-kK9icOBxzj_g4ujc-Bo2px9e_9C98YivbaDYaO1	Blog spécialisé sur la bière.	C'est un blog spécialisé, il fournit donc généralement des informations précises, mais cela peut varier selon l'auteur et les informations disponibles. Ici le site fournit des informations mais permet aussi d'acheter des bières. Les informations ont l'air fiables.	Pertinent pour des informations sur la Brasserie Duvel, citée dans le diaporama réalisé par les Génies Biologiques.	6 février 2024. Informations assez fraîches
https://www.bierfamilie.nl/fr/brouwerij-het-anker-lucifer/#:~:text=Lors%20du%20versement%2C%20une%20belle.d'envi%206%20degr%C3%A9s%20Celsius.	Site marchand spécialisé dans la bière.	Il s'agit d'un site marchand, qui vend de la bière. Légalement les informations doivent être exactes et ont l'air de l'être.	Pertinent pour des informations sur la bière Lucifer de la Brasserie Het Anker mentionnée dans le diaporama réalisé par les Génies Biologiques.	Les informations sont mises à jour de manière régulière (2025).
https://www.heinekenfrance.fr/nos-marques/nos-bieres/judas/	Site officiel de Heineken France.	Très élevée car il s'agit d'un site officiel qui concerne donc ses propres produits.	Pertinent pour des informations sur la bière Judas et l'identification des concurrents de Edenos.	La dernière mise à jour a été faite en 2024.
https://maltese.beer/fr/products/dulle-teve?&srsltid=AfmBOopdbGqG4p7nggkOoTXvUuNvkLIOQMe0vc6I1a63OQw2MVObbQ4F	Site marchand spécialisé dans la bière.	Il s'agit d'un site marchand, qui vend de la bière. Légalement les informations doivent être exactes et ont l'air de l'être.	Pertinent pour des informations sur la bière Dulle Teve et l'identification des concurrents de Edenos.	Mis à jour de manière régulière, ici 2025.
https://www.russianriverbrewing.com/beer/damnation/	Site officiel de la brasserie Russian River Brewing.	Très élevée car il s'agit d'un site officiel qui concerne donc ses propres produits.	Pertinent pour des informations sur la bière Damnation et l'identification des concurrents de Edenos.	Mis à jour de manière régulière, ici 2025.
https://www.go-side.ly.com/post/le-marc-he-de-la-biere	Site d'analyse économique et logiciel CRM.	Cela peut varier selon les sources utilisées et les informations disponibles.	Source très pertinente pour analyser le marché de la bière.	Publié en 2022 et mis à jour en 2025.

https://blackthornsdesign.com/blog/happy-hour/tendances-du-marche-de-la-biere-en-france-fin-2024/	Site d'entreprise.	Cela dépend car ce site étant un site d'entreprise, elle va avoir tendance à donner des informations qui la favorise.	Pertinent pour suivre les tendances du marché de la bière en France fin 2024.	Site mis à jour en 2025.
https://www.rupturebrew.com/blog/le-role-de-la-biere-dans-la-culture-et-les-traditions-locales	Blog d'entreprise/braiserie.	Malgré le caractère commercial de ce site les informations que nous avons utilisées parlent de la bière en générale et de sa place dans les cultures etc... Les informations ont donc l'air fiables et ne sont pas influencées par le caractère commercial du site.	Pertinent pour comprendre le rôle culturel de la bière, pertinent dans l'analyse de la politique économique, ainsi que pour nous aider à mettre en avant notre bière grâce aux informations fournies.	Les informations datent de 2023 mais ce sont des informations qui ne sont pas sensées être réellement modifiées dans le temps alors la date d'écriture n'influence pas vraiment la pertinence de la source.
https://www.journaldunet.com/iot/1514755-decouvrez-l-impact-internet-of-beer-comment-la-technologie-revolutionne-le-secteur-brassicole/	Site d'actualités économiques et technologiques .	Les informations que nous avons utilisées ont été rédigées par des journalistes spécialisés, elles sont généralement fiables.	Pertinent pour comprendre comment la technologie influence le secteur brassicole, ce qui peut être utile pour la commercialisation d'une bière.	Les informations datent de 2022, elles sont assez fraîches mais peuvent avoir évolué dans le temps, toutefois, elles nous ont été utiles.
https://www.linfordurable.fr/environnement/quel-est-l-impact-environnemental-de-la-biere-47220#:~:text=Et%20la%20culture%20de%20tiers%20de%20son%20empreinte%20carbone.	Média en ligne axé sur le développement durable.	Les sources utilisées sont citées ce qui montre une certaine recherche et connaissance du sujet. Les sources ont l'air fiables	Pertinent pour comprendre l'impact environnemental de la bière, ce qui peut influencer les stratégies de commercialisation.	L'article date de fin 2024, les informations sont encore fraîches et pertinentes.
https://ecotable.fr/blog/articles/la-biere-et-une-des-boissons-alcoolisees-les-plus	Blog axé sur l'alimentation durable.	Les informations proviennent du site d'une entreprise de l'Economie Sociale et Solidaire. Les informations ont l'air fiables	Pertinent pour des informations sur la durabilité de la bière, ce qui peut influencer la commercialisation et nous aide dans l'analyse de la politique écologique.	L'article date de fin 2024, les informations sont encore fraîches et pertinentes.

https://www.legifrance.gouv.fr	Site officiel du gouvernement français pour la diffusion des textes juridiques.	Très élevée, source officielle.	Très pertinent pour les aspects légaux de la commercialisation de la bière.	Les textes sont mis à jour de manière régulière.
https://www.btobeer.com/themes-conseils-techniques-bieres-brasseries/commercialisation-services/loi-evin-et-biere-reglementation-et-applications-publicite-com-munication?	Site spécialisé dans le secteur de la bière.	Dépend des sources utilisées mais son statut de site spécialisé lui offre une certaine crédibilité	Très pertinent pour comprendre la réglementation liée à la commercialisation de la bière.	L'article date de fin 2024, les informations sont fraîches.
https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/etiquetage-bieres	Site officiel du ministère de l'Économie français.	Très élevée car c'est une source officielle.	Très pertinent pour les réglementations sur l'étiquetage des bières.	Les fiches pratiques sont mises à jour de manière régulière.
https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000006163065	Section spécifique du site Legifrance.	Très élevée car il s'agit d'une source officielle.	Très pertinent pour les aspects légaux spécifiques à la bière.	Les codes sont mis à jour de manière régulière.
https://www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique/marche-biere-2025-france-27-12-2024.html	Blog d'analyse et d'étude économique.	Le blog est un blog d'analyse et d'étude dont les articles sont rédigés par des tuteurs spécialisés, les informations ainsi que les sources utilisées ont l'air fiables	Pertinent pour une analyse du marché de la bière en 2025.	Les informations datent de fin 2024, elles sont donc fraîches.
https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/beer-market	Société de recherche sur les différents marchés et qui fournit des rapports détaillés sur différentes industries grâce à leurs études et analyses.	Élevée, les rapports sont basés sur des données approfondies et des analyses de secteurs.	Très pertinente pour obtenir une analyse approfondie du marché de la bière, essentielle pour la commercialisation. De plus, Mordor Intelligence est reconnue pour ses analyses de marché détaillées.	Les rapports sont mis à jour de manière régulière.


https://fr.statista.com/themes/3647/le-fromage-en-france/	Portail de statistiques offrant des données sur divers secteurs, ici, l'alimentation.	Élevée, les données proviennent de sources fiables et sont présentées de manière claire.	Peu pertinente pour une étude sur la bière mais pertinente pour notre travail car le fromage est présenté comme l'accompagnement idéal avec notre bière.	Les données sont mises à jour de manière régulière, ici, en 2024.
https://fr.statista.com/statistiques/1323274/croissance-volume-marche-biere-par-canal-de-vente-mondial/	Portail de statistiques offrant des données précises sur des secteurs.	Élevée, avec des sources fiables et des explications précises et détaillées.	Très pertinente pour comprendre la croissance du marché de la bière selon les canaux de vente mondiaux, utile pour la stratégie de commercialisation. De plus Statista est largement utilisé pour des données statistiques précises.	Fraîcheur des informations : Les données sont régulièrement mises à jour, vérifier la date des statistiques pour s'assurer de leur actualité.
https://store.strategyh.com/fr/report/beer-market-in-france/	Boutique en ligne proposant des rapports de marché sectoriels.	Variable selon la qualité du rapport, mais généralement basé sur des analyses détaillées.	Très pertinente pour obtenir des informations spécifiques sur le marché de la bière en France, essentielles pour la commercialisation.	Le site utilise des sources récentes et précises pour ses rapports.
https://fr.statista.com/infographie/30537/plus-grands-groupes-brassicolas-du-monde-volume-de-production-et-marques-detenues/	Portail de statistiques proposant des infographies sur différents sujets.	Élevée car les infographies sont basées sur des données fiables.	Pertinente pour comprendre la position des grands groupes brassicoles mondiaux, ce qui peut influencer la stratégie de commercialisation.	Les infographies sont mises à jour de manière régulière, ici, fin 2024.
https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/boccrf/05_07/a0070003.htm	Site officiel du gouvernement français, plus précisément de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).	Très élevée, source officielle du gouvernement.	Pertinente pour comprendre les avis et décisions concernant la concurrence dans le secteur de la distribution de bières, ce qui peut influencer la stratégie de commercialisation.	Le document date de 2005, il est donc ancien mais pertinent car il vient d'une publication officielle.

https://actu.fr/societe/sante-lutte-antialcoolisme-finance-par-lobby-lalcool_17546831.html	Site d'actualités locales et nationales en France.	Dépend des sources du ou des journalistes et des informations disponibles.	Pertinente pour comprendre les enjeux liés à la santé publique et à la lutte contre l'alcoolisme, ce qui peut influencer la stratégie de commercialisation de la bière et qui nous a été utile pour l'analyse externe du micro environnement.	Les informations datent de 2018, elles ne sont donc pas fraîches.
https://data.inpi.fr/search?advancedSearch=%257B%257D&filter=%257B%257D&nbResultsPerPage=20&order=asc&page=1&q=Edenos&sort=relevance&type=companies	Base de données officielle de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) en France.	Très élevées, les données proviennent de l'INPI, ce qui garantit leur fiabilité.	Très pertinent car nous avons eu besoin de ce site pour vérifier que le nom de notre marque, Edenos, était disponible et que nous pouvions l'utiliser. L'INPI est l'organisme officiel en matière de propriété industrielle en France.	Les données sont mises à jour de manière régulière.

Visuels :



Fabriqué en France 75cl e



Bière aromatisée aux fruits

Valeurs nutritionnelles	Pour 100ml
Calories	80 KJ/Kcal
Sucre	0,75g
Acides gras saturés	g
Glucides	7g
Lipides	0g
Protéines	0,75g
Sel	0,01g

Lot n°1 Alc. 7,5-10,5% vol.

Ingédients : eau, malt Pilsener, malt Caraïbe, malt acid, sucre, houblon cascade, houblon centennial, levure BE 134, Irish moss

Allergènes : Contient du gluten

Bouteille embouteillée par Edenos Entreprise

Se conserve au frais
Remettre la capsule

A consommer de préférence avant le : 31/07/2025

Edenoss-Edenoss, 99 Av. d'Occitanie, 34090 Montpellier, France

0 800 103 003

LE TRI FACILE

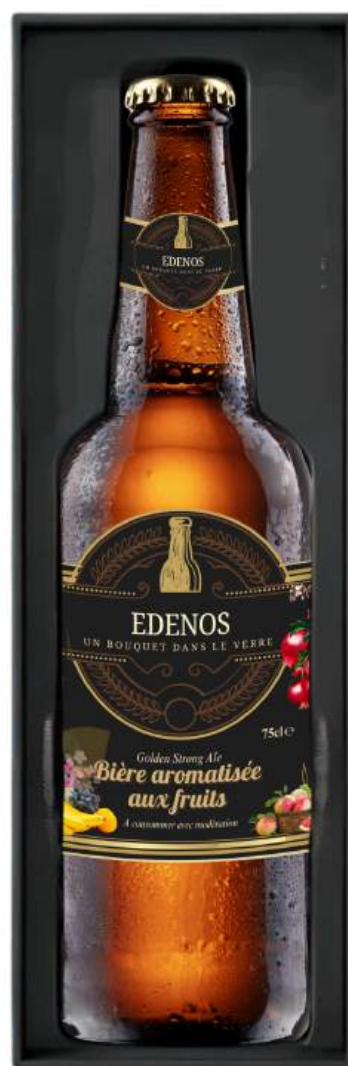
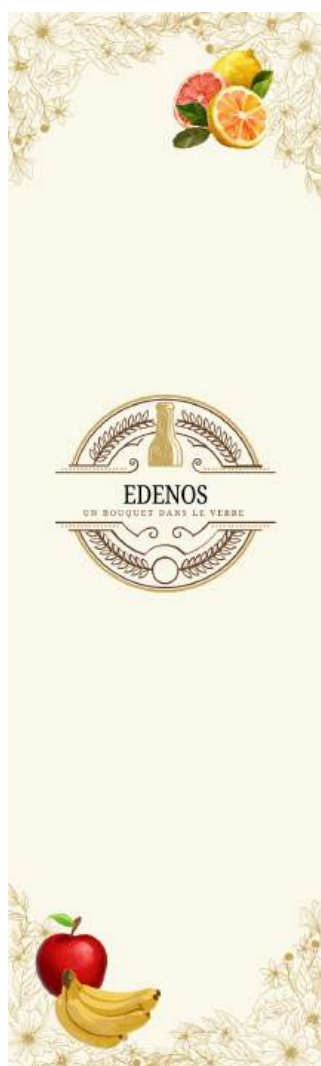
18+

Recycle

QR code

Barcode

Pour toutes informations : Service consommateurs Edenos
Ne pas fumer sur la voie publique
Partagez votre plaisir



Les caractéristiques

Une bière, une expérience

La meilleure alternative raffinée aux vins pour vos dégustations de fromage

Savueur
Fruitée, épicée
Subtile note de levure
et de malt

Aspect
Bouteille claire et
limpide
Mousse blanche dense

Légère

Cela est dû à une fermentation complète, ce qui la rend sèche.

Amertume

La fermentation avec levures de type belge donne des arômes phénoliques (poivre noir, clou de girofle) et esters (banane, pomme).

Arômes

Cela crée un équilibre de saveur avec les notes sucrées et épicées

Effervescence

nettoie le palais et sublime chaque bouchée.

Brassée et mise en bouteille par la brasserie genre biologique.

Les meilleurs accords :

Fromages à pâte molle et croûte fleurie : la douceur lactée se marie à la rondeur fruitée d'Edenos.

Fromages à pâte pressée : les notes de fruits secs et la légère salinité sont sublimées par Edenos.

Fromages bleus : le contraste entre la puissance du bleu et la fraîcheur de notre bière offre une alliance surprenante.

Conseils de dégustation :

Servez Edenos bien fraîche (6-8°C) pour en révéler toutes les nuances

Utilisez un verre tulipe pour intensifier ses arômes.

Associez-la à des fruits secs, du pain aux céréales et du miel pour une dégustation encore plus gourmande.


UNE HISTOIRE

1871
Jan-Leonard Moortgat crée la ferme-brasserie Moortgat avec son épouse. Les affaires prospèrent et les deux fils de Jan-Leonard, Albert et Victor, rejoignent la brasserie.

1914-1918
Au cours de la Première grande guerre mondiale, les bières Anglaises "Ales" connaissent un grand succès auprès des belges. Cela inspirera Victor à créer une bière, qui se base sur le modèle anglais.


1918-1923
Les deux frères font des recherches et expérimentations jusqu'à mettre au point la recette idéale. Motivé par le désir d'utiliser uniquement des ingrédients de qualité supérieure, l'un d'eux se rend en Écosse pour obtenir un échantillon d'une levure particulière. Cette nouvelle bière sera d'abord baptisée Victory Ale, en hommage à la fin de la Première Guerre mondiale.

1923
Cette bière surprit tellement qu'au cours d'une dégustation, le cordonnier du village, émerveillé par sa richesse et sa finesse, s'exclama : « C'est un véritable paradis ! ». Inspirés par cette remarque, les créateurs décidèrent de la baptiser Edenos. Commercialisée dès 1923.



Contactez nous

Entreprise Edenos, 99 Av. d'Occitanie, 34090 Montpellier, France



✉ info.edenos@gmail.com

🌐 www.edenos.com

📷 edenos_off

☎ SAV +33 (0) 6 15 06 62 76

IPNS - Ne pas jeter sur la voie publique

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé à consommer avec modération

Page Instagram :



Logos :



Bon de commande :

Répartition du travail :

Lors de cette mission, le travail a été réparti équitablement et de façon à respecter les points forts et les points faibles de chacun.

Lors de chaque discussion sur la répartition des tâches, nous avons fait en sorte que chacun d'entre nous puisse effectuer une part de travail qui lui plaît ou l'intéresse plus que les autres. Cela nous a permis d'avancer efficacement tout en restant ouverts au besoin d'aide de chacun. De plus, bien que nous ayons attribué des tâches à chacun, tout le monde a participé aux tâches des autres.

Visuels et identité :

Étiquettes : Alissia

Affiche : Corentin, Oriane, Alissia

Packaging et assemblage : Alissia et Maeva

Logo : Rebecca

Plaquette commerciale : Laurinne

Diaporama : tout le monde

Mail et compte Instagram : Alissia

Nom et Signature : tout le monde

Oral : Corentin et Laurine

Rendu écrit :

Introduction : Alissia

I- Stratégie marketing et commerciale

1. Étude de marché
 1. Analyse Externe : Rebecca (Pestel), Alissia, Maeva
 2. Analyse de Porter : Oriane, Alissia (schéma)
2. Segmentation et ciblage : Corentin et Maeva
3. Positionnement : Corentin
4. Argumentaire de vente : Laurinne

II- Le mix

1. Politique de produit : Rebecca
2. Politique de prix : Laurinne
3. Politique de distribution : Corentin
4. Politique de communication : Oriane

Conclusion : Alissia

Tableau d'analyse des annexes : Maeva

Annexes : tout le monde

Oral : Laurinne et Corentin

Relecture, correction et améliorations : tout le monde

Mise en page : Alissia, Rebecca (pour le premier travail rendu)

Oral : Laurinne et Corentin

Pourcentages :

Alissia : 16,6%

Maeva : 16,6%

Laurinne : 16,6%

Corentin : 16,6%

Oriane : 16,6%

Rebecca : 16,6%