Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

CIE4DME

Session 2009

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL

à référentiel commun européen

U41 – Analyse diagnostique des marchés étrangers

Corrigé - Les Laboratoires Cattier

Diffusion nationale des sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

PARTIE I : L'ÉTUDE PAYS (28 points)

1.1- Dans un tableau, identifiez les sources d'information exploitées et présentez leur pertinence pour cette étude ainsi que leur fiabilité. (7 points)

Barème : pour chaque source retrouvée (1 point) répartie de la façon suivante (0.25 pour la source et 0.75 pour des éléments de fiabilité et de pertinence de l'information à l'appréciation du correcteur)

Analyse critique des sources d'information :

Sources	Fiabilité de la source	Pertinence de l'information pour l'entreprise
www.investindk.com	- Source internet - Source officielle d'un ministère danois - Source en langue anglaise	- Informations sur les conditions d'investissements au Danemark - Informations utiles pour connaître les contraintes pays
FMI Banque Mondiale	- Sources provenant de publications annuelles - Sources officielles d'organismes internationaux - Sources qui donnent des informations chiffrées	- Informations économiques très générales sur le pays - Informations qui permettent de connaître la tendance économique d'un pays
www.interex-champagne-ardenne.com/fr/fiches-pays/danemark	- Source internet - Source mise en ligne par la CCI de Champagne Ardennes - Source qui donne des informations synthétiques sous forme de fiches	- Informations sur le commerce extérieur danois - Informations très générales mais qui permettent d'avoir des renseignements sur les importations de ce pays et son dynamisme commercial
www.ducroire.fr	- Source internet - Source mise en ligne par La SA Ducroire qui a pour mission de protéger ses clients contre les risques politiques et commerciaux	- Information sur le risque pays - Information qui permet d'évaluer les risques à l'exportation dans ce pays
SPT- The Association of Danish Cosmetics, Toileries, Soap and Detergent Industries	- Source documentaire - Source d'un organisme professionnel : l'association danoise des cosmétiques - Source en anglais	- Informations professionnelles concernant les règles pour exporter des produits cosmétiques au Danemark - Informations utiles pour connaître les conditions d'exportations
www.ubifrance.fr	- Source internet - Source mise en ligne par Ubifrance, l'Agence française pour le développement international des entreprises, établissement public industriel et commercial dépendant du Secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur	- Informations sur les marchés de la zone nordique et notamment sur les consommateurs - Informations qui permettent de mieux connaître les danois
www.base-export.com	- Source internet - Base de données d'articles du journal MOCI	- Informations sur le consommateur danois - Informations utiles pour comprendre les attentes, les comportements... des consommateurs

1.2- Établissez une fiche pays mettant en évidence les principales caractéristiques du Danemark. (15 points)
Barème : 5 points pour la structure et 10 points pour les idées

Accepter toute structure logique.

- conditions d'accès au marché :
  - Proximité géographique ;
  - Pays de l'UE mais pas dans zone euro ;
  - Petit pays (5,4 M d'habitants... marché étroit mais accès pays nordiques) ;
  - Poids éco : PIB/hab, niveau de vie très élevé, croissance économique, pouvoir d'achat en augmentation, inflation maîtrisée...
  - Pays stable, marché fiable et solvable ;
  - Marché du travail flexible...
- Opportunités du marché :
  - Ouverture internationale ;
  - Echanges commerciaux (2/3 dans l'UE...) ;
  - Point d'entrée sur la zone nordique ;
  - Meilleur environnement des affaires pour 2008-2012 ;
  - Investissements facilités ;
  - Entreprises françaises bien placées (part des produits français dans les échanges) ;
  - Attentes des consommateurs ;
  - Fort développement du commerce électronique...
- Risques :
  - Risques politiques faibles ;
  - Risques commerciaux faibles...

1.3- Justifiez le choix du Danemark comme marché cible.
Barème : 6 points ; 1 point par idée cohérente dans la limite de 6 points

- Le marché danois semble adapté à l'offre de l'entreprise :
  - Les danois sont très attirés par le naturel et donc le bio ;
  - Les produits français ont une image de qualité ;
- Le marché est adapté aux dimensions de l'entreprise CATTIER :
  - Les investissements sont facilités ;
  - C'est un pays sans risque ;
  - Le commerce électronique est développé or c'est un des circuits de distribution de CATTIER ;
- Le marché ouvre surtout des perspectives de développement vers les autres marchés nordiques...

PARTIE II : L'ÉTUDE DE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES (26 points)

2.1- Analysez de façon structurée le marché danois des cosmétiques. (18 points)
Barème : 6 points pour la structure et 12 points pour les idées. Accepter toute structure logique.

- la demande :
  - demande croissante (+ 33% du CA en 2007), secteur très porteur ;
  - part importante dans le budget des ménages ;
  - grand intérêt pour produits bio (jeunes, femmes mais aussi hommes), univers du wellness ;
  - comportement et attentes consommateurs : très ouverts à de nouveaux produits...
  - évolution du comportement du consommateur danois vers des produits à forte visibilité et des achats « militants »
  -
- l'offre :
  - marché très concurrentiel ;
  - part importante des importations ;
  - bonne image des produits français ;
  - les marques françaises sont les plus vendues (France : leader du secteur et ventes en augmentation...
- la distribution :
  - diversité des circuits ;
  - pas de contraintes règlementaires mais information à faire à l'EPA...

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

- environnement :
- une réglementation s'applique pour la mise sur le marché de nouveaux produits cosmétiques
- soutien économique en faveur des investissements

Conclusion : besoins grandissants...

2.2- Quelles informations permettraient de compléter l'étude de marché des cosmétiques ? Par quels moyens serait-il possible de les obtenir ? (8 points)

Barème : 6 points pour les informations manquantes et 2 points pour les moyens

Admettre toute proposition cohérente.

Il manque des informations sur :

- l'offre :
  - les produits concurrents cosmétiques présents sur le marché ;
  - les informations sur les concurrents (PDM, politiques commerciales) ;
  - la part des produits bio sur ce marché...
- la demande :
  - la demande en valeur et en volume et son évolution sur les deux ou trois dernières années ;
  - les attentes et les comportements d'achat des consommateurs de cosmétiques bio...
- la distribution :
  - les conditions de négociations avec les distributeurs :
  - l'existence d'agents commerciaux, ou autres intermédiaires spécialisés dans les cosmétiques :
  - les informations sur la logistique...

Pour trouver ces informations, les moyens sont les suivants :

- l'achat d'une étude de marché des cosmétiques danois proposés par les missions économiques ou Ubifrance ;
- une enquête terrain ;
- les contacts avec des distributeurs locaux ou des associations professionnelles danoises...

PARTIE III : LE DIAGNOSTIC EXPORT (26 points)

3.1.1- À partir de l'annexe 2, calculez les taux de croissance annuels du chiffre d'affaires de l'entreprise de 2003 à 2007. (2 points)

Années	Chiffres d'affaires	Taux de croissance annuel
2003	2 354	
2004	2 444	3,82 %
2005	2 945	2,05 %
2006	4 185	42,10 %
2007	5 089	21,60 %

3.1.2- Calculez le taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires sur la période 2003 à 2007. (2 points)

- Taux de croissance annuel moyen du CA de 2003 à 2007:

$$2354(1+t)^4 = 5089$$
$$(1+t)^4 = 5089/2354 = 2,16$$
$$1+t = 2,16^{1/4} = 1,21$$
$$t = 1,21-1 = 0,21 = 21\%$$

3.1.3- Commentez vos résultats. (2 points)

La croissance annuelle moyenne du CA entre 2003 et 2007 a été de 21 %, ce qui démontre un développement de l'entreprise CATTIER.

L'entreprise a un chiffre d'affaires en très nette croissance, puisque celle-ci est en moyenne de 21 % par an. Mais on constate que la progression entre 2005 et 2007 est surtout très importante depuis trois ans, puisqu'elle dépasse les 70 % de croissance entre 2005 et 2007.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

3.2- Établissez le diagnostic interne de l'entreprise dans un tableau organisé. (14 points)

Barème : 4 points pour la logique de la structure du tableau, 5 points pour les forces et 5 points pour les faiblesses.

	Forces	Faiblesses
Expérience à l'international	- Entreprise présente sur de très nombreux marchés - Forte croissance du CA et CA à l'export en augmentation notamment grâce à la production à façon (Corée)	- CA à l'export relativement faible (environ 10%)
Compétences commerciales	- Produits de qualité sur un marché très porteur : label BIO, certifiés par ECOCERT - Gamme étendue, nouveaux produits - Bonne image des produits (100 % de notoriété) - Prix accessibles - Lauréat au Palmarès des Cosmétiques en 2008 - Forte présence sur le marché français et nombreux circuits de distribution - Réseau de commerciaux dynamiques et performants en France - Protection de la marque sur les marchés étrangers - Création de la marque CATTIER France (image de marque)	- Pas de véritable stratégie à l'export : réponse à la demande d'importateurs - Très peu d'adaptation des produits - Budget de communication limité : peu de participation aux salons, pas de site internet propre
Capacités de production et compétences organisationnelles	- Maîtrise de toute la chaîne de production - Investissement : nouvelle usine (augmentation de la capacité de production et de stockage) - Acquisition d'un nouveau progiciel - Réorganisation de la structure prévue	- Pas de véritable service export - Pas de véritable répartition des tâches
Ressources humaines	- Entreprise familiale - Cherche à s'adapter : nouvelle volonté des dirigeants - Recrutements prévus	- Effectif relativement faible - Compétences à l'export limitées
Ressources financières	- En augmentation - Investissement dans la Recherche et Développement	- Moyens relativement limités - Pas de budget d'investissement véritablement défini

3.3- Quels conseils pouvez-vous donner aux Laboratoires CATTIER pour accéder au marché danois ? (6 points)

Barème : au minimum 4 idées justifiées avec 1.50 points par idée.

Admettre toute réponse cohérente.

- marché très porteur mais adopter une démarche méthodique ;
- faire une étude plus approfondie du marché + veille indispensable ;
- insister sur les qualités relationnelles avec les partenaires, contacter MATAS ;
- adopter une approche nordique ;
- politique de communication :
  - Continuer à participer au salon Bio Fach ;
  - Développer la distribution en ligne (création d'une boutique en ligne...) ;
- demander des paiements en euros pour éviter le risque de change...

Base nationale de sujets - Manuels de l'enseignement professionnel - Réseau Canopé

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.