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 :
formav.co/explorer

BTS COMMERCE INTERNATIONAL • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

U41 - Analyse diagnostique des marchés étrangers

Session 2015 • Code sujet : **CIE4DME** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Diagnostic du marché danois des arts de la table** (5 questions) — **Page 3**

2. **Forces de REVOL, chances de succès et recommandations d'approche** (3 questions) — **Page 6**

3. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 8**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsci.fr/assets/annales/bts-ci/E4 - Analyse diagnostique des marchés étrangers/2015/BTS CI - E4 - Analyse diagnostique des marchés étrangers - Session 2015 - 1-Sujet.pdf

1. Diagnostic du marché danois des arts de la table

REVOL, fabricant français de porcelaine culinaire, souhaite aborder le marché danois pour consolider ses exportations. Le candidat exploite les ressources documentaires sur l'entreprise, le Danemark, son marché et les conditions d'accès afin d'éclairer la décision.

Partie 1

Question 1.1. Apprécier la qualité des sources documentaires fournies.

Les sources sont variées et généralement identifiables : institutions (FMI, Banque mondiale, Coface, Ubifrance), presse, étude sectorielle et documents internes de REVOL. Elles couvrent le pays, le marché et l'entreprise. Leur fiabilité est toutefois inégale : les données économiques sont parfois estimées, les chiffres internes peuvent être orientés et plusieurs informations sectorielles sont anciennes, notamment celles de 2007 et 2008. Les documents permettent donc un premier diagnostic, mais les données de marché et les pratiques commerciales doivent être actualisées et recoupées avant toute décision.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Sources variées et utiles, mais d'actualité et d'indépendance inégales : recouper les données internes et actualiser les informations sectorielles anciennes.

Question 1.2. Identifier les opportunités et les menaces que présente le Danemark pour une entreprise exportatrice européenne.

Opportunités : niveau de vie élevé, environnement des affaires favorable (A1) et marché accessible depuis l'Union européenne, sans droits de douane intracommunautaires. Les consommateurs recherchent qualité, innovation et design ; le « made in France » bénéficie d'une image positive. Le marché est importateur et les importateurs potentiels sont nombreux.

Menaces : marché de taille limitée, économie ouverte sensible à la demande extérieure, concurrence scandinave et internationale, et consommateurs sensibles au prix. La concentration de la distribution fragilise les petits magasins spécialisés et peut compliquer le référencement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Marché solvable, ouvert et réceptif à l'offre française, mais restreint et concurrentiel, avec une forte sensibilité au prix et au design.

Question 1.3. **Analyser le marché des arts de la table au Danemark.**

Aspect	Analyse
Demande	Arts de la table associés au design et à la mode. Les consommateurs recherchent personnalisation et styles variés, tout en restant sensibles au prix.
Offre	Marché importateur : près de 100 M€ d'importations en 2007. La France était alors le 10e fournisseur, avec 6 M€.
Concurrence	Royal Copenhagen domine le haut de gamme danois ; Menu est également présente. Les produits suédois et d'autres marques scandinaves occupent une place importante.
Distribution	Grands magasins, chaînes, magasins spécialisés et vente à distance, notamment en ligne. Les spécialistes subissent une concurrence accrue.

REVOL peut se différencier par le design, la qualité et la technicité, mais doit cibler les segments et circuits capables de valoriser son positionnement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Marché importateur et sensible au design, mais concurrentiel et attentif aux prix : privilégier une offre différenciée et des circuits ciblés.

Question 1.4. **Identifier les informations complémentaires nécessaires à la prise de décision.**

Avant de décider, REVOL doit compléter les informations disponibles, parfois anciennes, sur les points suivants :

- taille actuelle du marché, évolution, segments et perspectives ;
- attentes des particuliers et des professionnels, prix acceptés et critères de choix ;
- concurrents, gammes, prix et positionnement ;
- importateurs, distributeurs, conditions de référencement, marges et canaux en ligne ;
- normes applicables aux produits en contact avec les aliments, coûts logistiques, délais et conditions de paiement.

Un test commercial permettra de vérifier l'accueil des produits et d'établir la rentabilité prévisionnelle de l'entrée sur le marché.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Actualiser la demande et la concurrence, vérifier les canaux et marges, la conformité et les coûts, puis tester la rentabilité commerciale.

Question 1.5. **Citer les organismes capables de fournir les informations complémentaires nécessaires.**

1. **Business France** et le service économique de l'ambassade de France au Danemark : réglementation, études de marché et contacts locaux.

2. **CCI International** et la CCI France-Danemark : accompagnement export, prospection et mise en relation.
3. **Statistics Denmark, Eurostat et les douanes françaises** : statistiques de marché et données d'échanges.
4. **Fédérations professionnelles, importateurs et distributeurs danois** : prix, attentes et conditions de référencement.
5. **Salons professionnels et cabinets d'études** : rencontres d'acheteurs, tests et analyse concurrentielle.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Consulter Business France, le service économique de l'ambassade, les chambres de commerce, les organismes statistiques et douaniers, ainsi que les professionnels et salons danois.

2. Forces de REVOL, chances de succès et recommandations d'approche

Le directeur export de REVOL souhaite approfondir l'étude avant de s'engager sur le marché danois. Le candidat analyse les forces de l'entreprise, apprécie ses chances de succès et formule des recommandations pour aborder le marché des arts de la table.

Partie 2

Question 2.1. Analyser les forces sur lesquelles l'entreprise peut s'appuyer pour se développer à l'export.

REVOL réunit des atouts complémentaires pour soutenir son développement à l'export :

- **Savoir-faire différenciant :** entreprise familiale fondée en 1789, elle maîtrise la pâte, les fours et une partie de la conception. Sa fabrication française et la qualité de ses produits valorisent son origine.
- **Innovation et design :** elle investit 5 % de son chiffre d'affaires en R&D. Ses produits techniques, comme la collection Révolution compatible avec toutes les sources de chaleur, répondent aux attentes de différenciation.
- **Crédibilité internationale :** ses partenariats avec des chefs et écoles de cuisine soutiennent sa réputation. Elle vend dans 82 pays et réalise 67 % de son chiffre d'affaires à l'international.

Cette expérience constitue une base solide pour prospecter le Danemark.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Savoir-faire français, innovation, design, prescripteurs professionnels et expérience dans 82 pays : REVOL dispose d'atouts solides pour poursuivre son développement export.

Question 2.2. Apprécier les chances de succès de REVOL sur le marché danois.

Le marché présente des conditions favorables, mais le succès dépendra d'un positionnement bien ciblé. Le Danemark dispose d'un niveau de vie élevé, valorise le design et la gastronomie, et importe des arts de la table. L'appartenance à l'Union européenne facilite les échanges. Toutefois, les consommateurs sont sensibles au prix et l'offre bas et moyen de gamme est importante.

Facteur	Conséquence pour REVOL
Demande importatrice et image française appréciée	Possibilité de se différencier par l'origine et la qualité
Royal Copenhagen, concurrence et sensibilité au prix	Concurrence forte, nécessité de justifier le prix
Magasins spécialisés fragilisés, vente en ligne en progression	Choix des canaux de distribution déterminant

Les chiffres d'importation disponibles sont anciens : ils signalent un potentiel, sans mesurer le marché actuel. Les chances sont réelles sur un segment premium différencié, mais restent conditionnelles.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Potentiel favorable, succès non garanti : REVOL doit viser le segment premium sensible au design et à la qualité, avec un prix et une distribution adaptés.

Question 2.3. Formuler des recommandations au directeur export de REVOL pour aborder le marché danois des arts de la table.

Privilégier un test progressif du marché, en ciblant les professionnels et les particuliers.

1. Sélectionner quelques collections adaptées aux goûts locaux : formes sobres et fonctionnelles, avec une différenciation par le design, la technicité et la fabrication française. Proposer la personnalisation lorsque cela est pertinent.
2. Prospecter des importateurs-distributeurs, la restauration et les chefs prescripteurs. Tester aussi les grands magasins spécialisés, Ikea et la vente en ligne, en tenant compte des difficultés des magasins spécialisés.
3. Présenter l'offre à des acheteurs professionnels, notamment lors de Gastronord à Stockholm, et organiser des démonstrations de produits avec des chefs.
4. Évaluer les retours, les prix acceptés et les ventes avant d'élargir la gamme ou d'étendre l'approche aux autres marchés nordiques.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Tester une offre française design et différenciée, avec des distributeurs, des chefs prescripteurs et des canaux professionnels et en ligne, puis ajuster selon les ventes.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2015)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS Commerce international, session 2015, code CIE4DME, dure trois heures et est coefficient 4. Elle porte sur l'étude de l'entrée de REVOL sur le marché danois des arts de la table. Elle évalue la qualité documentaire, le diagnostic pays et marché, l'analyse des capacités export de l'entreprise et la formulation de recommandations.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un diagnostic export croise le potentiel du pays, la demande, l'offre concurrente, les circuits de distribution et les conditions d'accès au marché.
- La qualité d'une source s'évalue selon son origine, sa date, sa fiabilité et sa pertinence pour la question étudiée.
- La différenciation de REVOL repose notamment sur le design, l'innovation, la qualité, le savoir-faire français et les usages professionnels.
- Comparer les chiffres d'affaires France, export et total dans le temps permet d'observer la progression et le poids de l'activité internationale.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez les constats aux données des annexes et signalez les limites de date, d'origine ou de comparabilité des sources.
- Distinguez les opportunités et menaces du marché des forces et faiblesses propres à REVOL.
- Analysez la demande, l'offre, les importations et les circuits de distribution pour caractériser le marché.
- Faites découler les recommandations du diagnostic et justifiez-les avec des éléments précis du dossier.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment apprécier la qualité des sources documentaires ?

Examinez l'auteur ou l'organisme, la date, la nature des données et leur pertinence pour le marché étudié. Distinguez les sources institutionnelles, professionnelles et internes, puis relevez les limites de fraîcheur ou de comparabilité.

Q : Comment construire le diagnostic des opportunités et des menaces du Danemark ?

Croisez les indicateurs économiques, les caractéristiques des consommateurs, les échanges commerciaux et les règles d'accès au marché. Présentez les facteurs favorables comme des opportunités et les risques ou contraintes comme des menaces.

Q : Comment répartir les trois heures et tenir compte du barème ?

La partie 1 vaut 50 points et la partie 2 en vaut 30. Répartissez votre temps en tenant compte de ce poids, traitez toutes les questions et gardez un temps de relecture. Le sujet ne fixe pas de durée par partie.

Q : Quels critères le jury attend-il pour les recommandations ?

Les recommandations doivent être cohérentes avec le diagnostic, adaptées aux caractéristiques du marché danois et aux ressources de REVOL. Le sujet demande des réponses concises et rigoureuses, mais ne fournit pas de norme ou de grille détaillée.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsci.fr/assets/annales/bts-ci/E4 - Analyse diagnostique des marchés étrangers/2015/BTS CI - E4 - Analyse diagnostique des marchés étrangers - Session 2015 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Commerce International : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.