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

Session 2019

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL
à référentiel commun européen

E4 – Études et veille commerciales

U41 – Analyse diagnostique des marchés étrangers

Durée : ***3 heures*** *Coefficient :* ***4***

Matériel autorisé :

- L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 12 pages, numérotées de 1/12 à 12/12.

Il est demandé au candidat de se situer dans le contexte des données présentées et d'exposer ses solutions avec concision et rigueur en prenant soin de justifier sa démarche.

Avertissement : si le texte du sujet, celui de ses questions ou le contenu des annexes vous semblent nécessiter de formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de les expliciter sur votre copie.

N. B. : hormis l'en-tête détachable, la copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc.

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

LA CIDRERIE DE LA BRIQUE

Fondée en 1953, la Cidrerie de la Brique est une entreprise familiale située au cœur du Cotentin, entre Valognes et Cherbourg. Existant depuis trois générations, elle a su garder toute son authenticité. Elle est actuellement dirigée par Francis DUPONT, petit-fils du fondateur. La Cidrerie de la Brique dispose d'un capital social de 50 000 EUR, emploie huit personnes et fabrique un cidre traditionnel :

- à partir de pommes à cidre fraîches provenant exclusivement du Cotentin, dans un rayon de 50 kilomètres autour de la Cidrerie, faisant de l'entreprise le premier cueilleur de pommes de sa région avec son millier de fournisseurs ;
- non pasteurisé et 100 % pur jus.

La Cidrerie de la Brique dispose d'un outil de production moderne, tant pour la fabrication que pour le conditionnement, lui permettant de produire jusqu'à 10 000 bouteilles par jour. Ses infrastructures permettent de personnaliser et de stocker les palettes commandées. Ces investissements sont pour les clients la garantie d'un produit d'une qualité constante et non dénaturé. L'entreprise a obtenu le label de qualité « Produit en Normandie », propriété d'Irqua-Normandie (Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Normandie) depuis 2004. Le cidre traditionnel de la Brique a par ailleurs remporté de nombreux concours agricoles et le diplôme de meilleur ambassadeur du label Gourmandie.

L'entreprise produit 1 500 000 bouteilles par an et réalise en 2017 un chiffre d'affaires de 1,8 millions d'euros (dont 10 % à l'export). La Cidrerie propose une large gamme de produits (cidre artisanal doux, brut et rosé) élaborés à partir de pommes issues de l'agriculture biologique. Ces produits sont distribués dans les grandes et moyennes surfaces locales, auprès d'épiceries, cavistes (via des intermédiaires grossistes) et à l'export auprès d'importateurs-distributeurs. Les produits de la Cidrerie de la Brique sont actuellement distribués aux États-Unis, au Japon ainsi que dans de nombreux pays d'Europe (Finlande, Norvège, Suède, Royaume-Uni, Allemagne, …). Francis DUPONT a en effet perçu l'intérêt fort de ces marchés à l'export : les clients sur ces marchés sont à la recherche de boissons moins calorifiques, plus légères en alcool que la bière ou le vin par exemple, et sont attirés par la tendance actuelle des produits artisanaux. La consommation de cidre connaît aussi une croissance forte au niveau mondial : +6 % en 2017 par rapport à 2016 (contre -8,2 % pour la bière).

Base nationale des sujets d'examen de l'enseignement professionnel

Francis DUPONT souhaite développer son activité sur de nouveaux marchés européens et vous demande pour cela de l'accompagner dans sa démarche de veille commerciale et d'étude de marché.
Il a mis à votre disposition un dossier rassemblant un ensemble d'informations pour vous permettre d'analyser le marché tchèque.

1. **Étudiez les opportunités que présente la République tchèque.**

2. **Estimez la consommation de cidre en volume en République tchèque pour 2018 en justifiant votre démarche.**

3. **Analysez le marché du cidre en République tchèque.**

4. **Appréciez la qualité des sources exploitées pour ce diagnostic export.**

Francis DUPONT s'interroge maintenant sur la capacité de son entreprise à saisir les opportunités du marché tchèque.

5. **Analysez les forces sur lesquelles la Cidrerie de la Brique peut s'appuyer pour saisir les opportunités de ce marché.**

6. **Formulez des recommandations à l'attention de Francis DUPONT pour aborder le marché tchèque.**

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

Liste des annexes

Annexes	Libellés	Pages
1	La gamme de produits de la Cidrerie de la Brique	4
2	La République tchèque, un marché prospère au cœur de l'Europe	5
3	Données 2017 République Tchèque	6
4	Évolution du marché du cidre en Europe	7
5	Le cidre en Europe	8 et 9
6	Le cidre en République tchèque	10 à 12

ANNEXE 1

LA GAMME DE PRODUITS DE LA CIDRERIE DE LA BRIQUE

Cidre artisanal F. Dupont 75 cl 100 % pur jus, cidre non pasteurisé. Cidre élaboré à partir de pommes à cidre issues d'un verger traditionnel hautes tiges et basses tiges du Cotentin. Double filtration qui permet d'obtenir un pétillant avec de fines bulles. Alc / vol[1] : 4,5 %	
Cidre artisanal PET « Le Clos Fleuri » 75 cl 100 % pur jus, cidre non pasteurisé. Cidre élaboré à partir de pommes à cidre arrivées à maturité, sélectionnées et récoltées exclusivement dans les vergers de Normandie. Cidre labélisé IGP. Alc / vol : 4,5 %	
Cidre bouché « Les vergers du Cotentin » 75 cl 100 % pur jus, cidre non pasteurisé. Cidre élaboré à partir de pommes à cidre arrivées à maturité, sélectionnées et récoltées exclusivement dans les vergers de Normandie. Plusieurs fois médaillé au Salon Agricole de Paris et au concours de la Saint-Jean des Cidres. Cidre labélisé Gourmandie et IGP. Alc / vol : 2,5 % pour le Doux et 4,5 % pour le Brut	
Cidre bouché Brut Bio « Le Clos Fleuri » 75 cl 100 % pur jus, cidre non pasteurisé. Pommes issues de l'agriculture biologique sélectionnées dans le Cotentin en Normandie. Sans colorant et sans OGM. Alc / vol : 4,5 %	
Cidre rosé « Le Clos Fleuri » 75 cl 100 % pur jus, cidre non pasteurisé. Cidre élaboré à partir du mélange de pommes des vergers de Normandie. Cidre frais et fruité avec son nez de notes florales. Alc / Vol : 3 %	

Prix consommateur France : de 3 à 6 euros

Source : La Cidrerie de la Brique

[1] Alc / vol : Alcool / volume

ANNEXE 2

LA RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, UN MARCHÉ PROSPÈRE AU CŒUR DE L'EUROPE

Entrepreneurs, pensez à l'Europe de l'Est ! Avec 10 millions d'habitants, la République tchèque peut apparaître comme un marché modeste. Sa proximité avec la France, la facilité d'y rencontrer des partenaires et les nombreux secteurs d'opportunité pour les PME françaises méritent pourtant qu'on s'intéresse à ce pays, comme en est convaincue Claire Camdessus, directrice pays pour Business France.

La conjoncture économique de la République tchèque est-elle favorable au développement des entreprises françaises dans le pays ?

(…) C'est un marché proche, qui se développe très bien. Certes, c'est un petit pays de 10 millions d'habitants, mais il possède un taux de chômage parmi les plus faibles de l'UE à 4 %. Il affiche des taux de croissance insolents : 4,2 % en 2015, 2,4 % en 2016 et pour 2017 on se rapproche des 4 %. Le pouvoir d'achat est en hausse et Prague fait partie des villes les plus riches de l'Union européenne. (…) Autre atout : le pays est entré dans l'Union européenne en 2004, c'est un facteur rassurant pour les entreprises, on joue tous avec les mêmes règles.

(…) Mais ce marché est-il bien accessible pour les PME françaises ?

Oui, le marché est facilement accessible pour les PME françaises, les produits et services français bénéficiant d'une bonne image de marque.
Il est très facile de rencontrer les gros acheteurs. Nous avons récemment organisé une opération dans le secteur de l'automobile, les PME présentes ont pu rencontrer ceux de Skoda par exemple. D'une manière générale, il n'y a pas besoin de consentir de gros investissements pour y prospecter. C'est un marché stable, pérenne.
Et puis, je voudrais souligner que les Tchèques sont des gens très disciplinés, très ponctuels qui pour la plupart parlent très bien l'anglais. Ils n'aiment pas perdre leur temps ni faire perdre leur temps aux autres. Ils sont très pragmatiques et ne vont pas rencontrer une entreprise juste par curiosité. S'ils ont envie de la rencontrer, c'est qu'ils y trouvent un intérêt. Ils ont un côté très carré, qui facilite les affaires. (…)

Source : BPI France, 2017

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

ANNEXE 3

DONNÉES 2017 RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

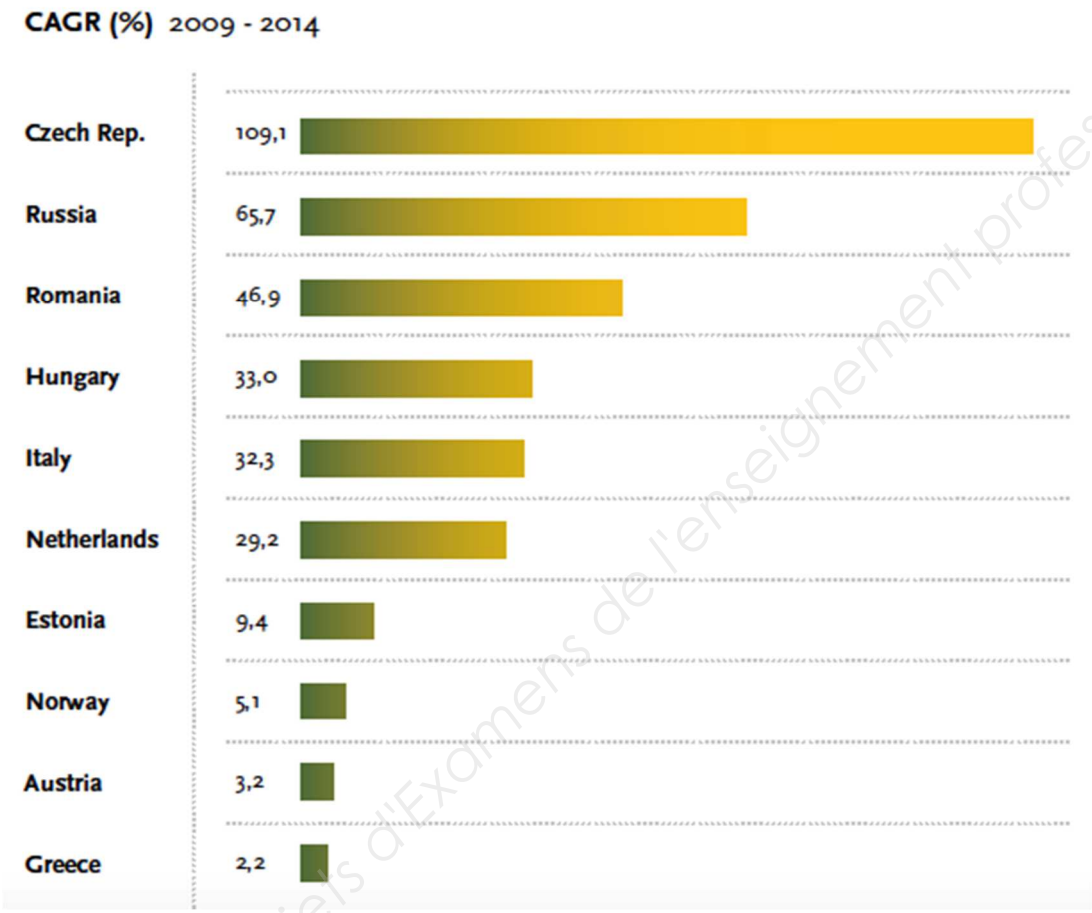
République tchèque	
Population	10,6 millions
PIB	192 milliards EUR
Taux de croissance	4,4 %
PIB par habitant	18 100 EUR
Évaluation	Risque pays : A2 Environnement des affaires : A2
Exportations	159,40 milliards EUR (+ 8,47 % / 2016)
Importations	143,40 milliards EUR (+ 10,94 % / 2016)
Principaux fournisseurs avec leur part de marché	1°) Allemagne : 29,7 % 2°) Pologne : 9,07 % 3°) Chine : 7,3 % 4°) Slovaquie : 5,78 % 5°) Pays-Bas : 5,27 %
Exportations françaises	4,561 milliards EUR (+ 13,67 %) 8ème fournisseur
Points forts	- Situation géographique centrale au cœur de l'Europe industrielle - Forte intégration à la chaîne de production internationale, notamment allemande - Destination privilégiée des investissements directs étrangers en Europe centrale - Important potentiel industriel - Solidité des comptes publics et du système bancaire - Faible dépendance énergétique extérieure
Points faibles	- Petite économie très ouverte : les exportations représentent 83 % du PIB - Forte dépendance envers la demande européenne : 63 % des exportations vers la zone euro, un tiers vers l'Allemagne - Poids élevé de l'automobile dans l'économie - Manque de liaisons rapides avec le reste de l'Europe - Population vieillissante et manque de main d'œuvre qualifiée

Sources : Coface, 2018
Le MOCI, 2018

Base Nationale des Sujets de l'enseignement professionnel

ANNEXE 4

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU CIDRE EN EUROPE



CAGR % : taux de croissance global de 2009 à 2014 (en %)

Source : The European Cider & Fruit Wine Association, 2015

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

ANNEXE 5 (1/2)

LE CIDRE EN EUROPE

LES MARCHÉS CLÉS DU CIDRE EN EUROPE

Pays	Croissance annuelle 2011-2016	Volume consommé en milliers d'hectolitres 2016	Volume consommé par habitant 2016
Royaume-Uni	-0,5 %	9 528	14,5 L
Espagne	0,8 %	1 047	2,3 L
France	-2,1 %	783	1,2 L
République tchèque	156,3 %	110	1,1 L

CONSOMMATION ANNUELLE DE CIDRE PAR PAYS (VOLUMES EN MILLIERS D'HECTOLITRES)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
République tchèque	0,10	0,50	1,00	3,00	3,50	36,40	79,01	110,6	149,54*
France	933,9	896,1	871,3	843,0	850,8	845,3	822,6	783,1	
Italie	1,98	3,18	14,00	14,42	10,00	7,36	6,82	6,06	

*estimation

Source : extrait de « Beer Production, Consumption, Imports and Exports, and Cider Consumption » Global Data, 2017

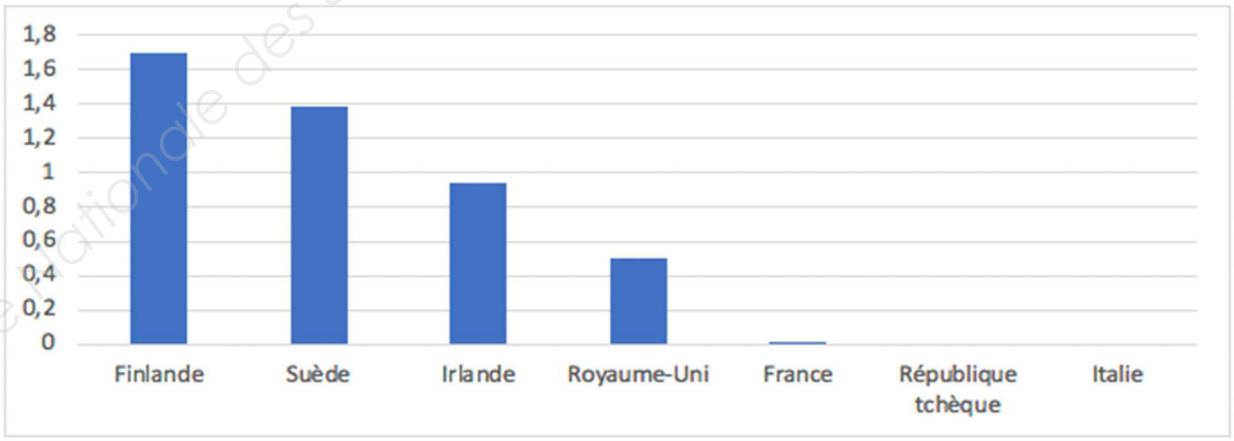
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

ANNEXE 5 (2/2)

Caractéristiques des productions de cidre en France et au Royaume-Uni

France  	Un cidre artisanal, corsé et fruité. Les cidres normands et bretons sont 100 % pur jus issu de pommes fraîches, et naturellement pétillants grâce à une technique de production qui permet une fermentation lente. Les cidres avec un volume d'alcool autour de 4 % seront secs (cidre brut) tandis que ceux avec un volume autour de 2 % seront naturellement plus sucrés (cidre doux). Il existe des variantes aromatisées.
Royaume-Uni  	Les cidres ont un goût plus sec et amer. La fermentation est plus importante donc les cidres anglais sont aussi plus forts : la force du cidre peut atteindre 8,4 % en volume d'alcool mais l'offre se situe en général autour de 4,5 % à 5 %.

Droits d'accise Europe (en EUR) par litre de cidre à 5 % d'alcool en volume



Aucun droit d'accise en République tchèque

Traduit de l'anglais

Source : The European Cider & Fruit Wine Association, 2017

Base nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

ANNEXE 6 (1/3)

LE CIDRE EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

LES TENDANCES

L'intérêt des consommateurs pour le cidre en République tchèque s'accroit. La consommation de cidre enregistre une augmentation importante : + 42 % en volume en 2016. Les ventes atteignent 11 millions de litres. Elles devraient encore augmenter avec une prévision de 13,4 millions de litres en 2021.

Les principaux consommateurs de cidre en République tchèque sont les jeunes (18 à 30 ans) et les femmes. Les plus grandes brasseries ont su promouvoir le cidre grâce à leur notoriété. Elles ont également lancé de nouvelles variantes de cidre (aux baies rouges, sureau, citron vert et menthe), qui ont eu un succès auprès des consommateurs car certains d'entre eux n'apprécient pas le goût amer de la bière ou la bière aromatisée. Les cidres aromatisés visent la jeune génération qui aime expérimenter de nouveaux goûts. Les boissons sans alcool sont également appréciées par les plus jeunes et les sportifs.

Le prix moyen du cidre reste élevé et constitue un des principaux freins à la consommation. On note cependant une diminution du prix du cidre de 2 % en 2016 dans les supermarchés et GSA, alors qu'il a augmenté dans les cafés, bars, hôtels et restaurants.

La majeure partie de la consommation de cidre en République tchèque se réalise via la vente en supermarchés (66 % du volume total des ventes en 2016). Néanmoins, la croissance de la consommation dans les restaurants, bars et hôtels a été de 44 % en 2016, légèrement plus forte que la croissance enregistrée en supermarchés. La consommation de cidre est alimentée par le nombre croissant de bars et de restaurants dans le pays qui servent du cidre, que ce soit en bouteille ou bien à la pression. L'été est la principale saison pour la consommation de cidre.

EXPORTATIONS ET IMPORTATIONS

Les importations de cidre se sont élevées en 2016 à 143 millions CZK[2] (soit 5,52 millions d'€) pour un volume de 7,8 millions de litres, tandis que les exportations se sont élevées à 76 millions CZK (2,93 millions d'€) pour 3,9 millions de litres (prix moyen unitaire : 19,48 CZK = 0,75 € / L).

Les importations de France représentent seulement 0,01 % du marché en volume (cette part est cependant trois fois plus élevée en valeur).

Base nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel

[2] CZK : couronne tchèque.

ANNEXE 6 (2/3)

LA CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ DU CIDRE EN 2016 – RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

		Parts de marché
Kingswood – Plznesky Prazdroj (groupe SABMiller)		34,0 %
Strongbow (groupe Heineken)		25,4 %
Carling – Carling British Cider (groupe Molson Coors Brewing)		14,6 %
Somersby – Budejovicky Budvar (groupe Carlsberg)		14,6 %
Autres		11,4 %

Plzensky Prazdroj est leader de la catégorie avec une part de marché de 34 % en volume en raison de la popularité importante de la marque et de la large diffusion de sa gamme de produits Kingswood. Plzensky Prazdroj a aussi sorti récemment une nouvelle gamme de produits avec un cidre rosé et une édition limitée pour l'hiver : « spiced apple ». Les produits de la marque sont fabriqués localement en République tchèque pour satisfaire les goûts des consommateurs locaux.

Carling British Cider et Budejovicky Budvar ont été les acteurs les plus dynamiques du cidre en 2016. Ils enregistrent une augmentation de 46 % du volume total de leurs ventes.

Base Mondiale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

ANNEXE 6 (3/3)

Heineken les suit de près avec une augmentation de volume total de 25,4 %. Heineken offre la populaire marque britannique Strongbow qui est maintenant à la première place dans le canal restaurants, bars, hôtels en 2016. Heineken a également développé une nouvelle gamme de produits : cidre sans alcool (Strongbow Gold Apple) et des variantes en termes de goûts (Strongbow Red Berries) très appréciées des jeunes.

Quelques producteurs locaux intègrent le marché comme FH Prager, Polabsky avec son produit Cider Magnetic Apple, ou encore Vaclav Slouka Vendyranch avec son cidre Rossbach.

Toutes les entreprises de premier plan dans le cidre en République tchèque effectuent une forte communication autour de leurs produits grâce à des promotions en magasin, spots télévisés, panneaux d'affichage extérieur, presse écrite et de la publicité en ligne. Depuis 2015, on constate une forte croissance du packaging en canettes, plus pratique et très utilisé par la population tchèque.





Un seul détaillant offre du cidre de marque de distributeur en République tchèque en 2016 : Marks & Spencer avec son cidre traditionnel Somerset Sheppy's (UK). Cependant, le prix de vente au détail élevé de 95 CZK (3,66 €) par bouteille de 500 ml limite les ventes.

PERSPECTIVES

Le cidre présente un potentiel de croissance important. En effet, on constate un intérêt pour les alternatives à la bière, avec des saveurs inhabituelles et un degré d'alcool moins élevé. Les ventes totales de cidre en volume devraient connaître une croissance annuelle de 7 % en atteignant 13,4 millions de litres en 2021. Les jeunes et les femmes devraient rester les cibles principales du marché, l'effet de nouveauté devrait par ailleurs continuer à dynamiser la croissance.

La concurrence devrait s'intensifier, les entreprises déjà présentes sur le marché devraient logiquement tenter de conserver leurs parts de marché en apportant des innovations produit par le biais des nouvelles saveurs, des extensions de gamme et des éditions limitées.
De nouveaux produits avec moins de sucre pourraient être introduits. Les marques de distributeur devraient par ailleurs devenir plus nombreuses en République tchèque d'ici 2021.

Traduit de l'anglais
Source : http://www.euromonitor.com « Le cidre en République Tchèque », 2017

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

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.