

## **Epreuve E7 Partie 1 CAS PASQUIER**

### **Situation 1 :**

Vous êtes commercial dans l'entreprise Pasquier. Le siège social est situé sur la commune de Les Cerqueux dans le Maine et Loire (49). Pasquier est leader sur le segment de marché des brioches mais l'entreprise souhaite se développer sur d'autres marchés moins connus notamment les biscottes. Pour ce faire, Pasquier lance actuellement une nouvelle gamme de produits nommée « P'tit Cube ».

### **Travail à faire :**

Commercial chez Pasquier, vous démarchez une GMS type hypermarché indépendant de votre choix. Présentez votre argumentaire de vente (en 5 minutes environ) au directeur du magasin et au chef de rayon.

---

### **Situation 2:**

Vous êtes commercial dans l'entreprise Pasquier. Le siège social est situé sur la commune de Les Cerqueux dans le Maine et Loire (49). Pasquier est leader sur le segment de marché des brioches mais l'entreprise souhaite se développer sur d'autres marchés moins connus notamment les biscottes. Pour ce faire, Pasquier lance actuellement une nouvelle gamme de produits nommée « P'tit Cube ».

### **Travail à faire :**





Commercial chez Pasquier, vous proposez (en 5 minutes environ) une animation commerciale avec dégustation au directeur et au chef de rayon d'un magasin de votre choix. L'animation portera sur la gamme des biscottes et notamment sur les produits « P'tit Cubes ». Déterminez la période (date), la durée, la localisation sur le lieu de vente, les outils commerciaux nécessaires, le budget, le public visé...

---

## DOSSIER SUPPORT CAS PASQUIER

### Document 1 : Présentation de l'entreprise

### Notre histoire

	1974	A partir de la boulangerie familiale, création de la société PASQUIER spécialisée dans la fabrication de viennoiseries.
	1977 à 1999	Construction de 5 usines de production de viennoiseries : Les Cerqueux (49) · Charancieu (38) · Etoile-sur-Rhône (26) · Le Châtelet-en-Brie (77) · Aubigny-en-Artois (62).
	1992 à 1999	Diversification dans la pâtisserie avec l'acquisition de 3 sites de production : Les VERGERS de MOISMONT (tartes), M.D.P.S. (pâte à choux) et BEIGNETS HEUNET. Construction de 2 sites de pâtisserie : Vron (80) et Etoile-sur-Rhône (26).
	1998	Création de filiales commerciales en Europe.
	2001	Acquisition de PRODUCTOS RECONDO au Pays Basque Espagnol, fabricant de pains braisés et de biscottes.
	2004	Création d'une nouvelle usine de biscottes à Irun.
	2005	Acquisition de SOPAFI et de PICARD spécialisées dans la fabrication de pains grillés, de pains suédois et de biscottes.
	2006	Acquisition de SYMPHONIE spécialisée dans la fabrication de pâtisserie fine haut de gamme surpêlée et d'ALBATROS, fabricant de croûtons et de toasts.

### Nos performances

<i>En M. d'euros</i>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<i>Chiffres d'affaires</i>	528	547	503
<i>Investissements</i>	31,7	69	31
<i>Effectifs (en nombre)</i>	3000	3015	3010

### Nos moyens de production

<i>Activité Brioche</i>	<i>5 sites / 32 lignes de production</i>
<i>Activité Biscotte</i>	<i>8 sites / 12 lignes de production</i>
<i>Activité Pâtisserie</i>	<i>4 sites / 20 lignes de production</i>

Source :  
Plaquette 2010 de  
l'entreprise  
Pasquier

Répartition du CA Pasquier (2010) selon les activités (*données Internes*)

Secteurs d'activités	Importance
Brioche	48,80%
Pâtisserie	24,00%
Biscotte	22,40%
Agricole (alimentation du bétail)	4,80%

## Document 2 : Les valeurs de l'entreprise



### **Des produits simples et authentiques**

Depuis plus de 30 ans, Brioche Pasquier sait proposer des produits à la fois simples et savoureux. Notre volonté, c'est de faire ou refaire découvrir à nos consommateurs le goût des produits authentiques et des recettes traditionnelles. La tarte tatin, la biscotte tradition, le pain au lait... les produits Brioche Pasquier, ce sont un peu nos « Madeleines de Proust » !

### **Une réponse aux besoins des consommateurs**

Proposer des recettes traditionnelles, adaptées aux modes de consommation actuels, c'est ce qui fait la force des produits Brioche Pasquier. Une offre diversifiée de biscottes pour le petit déjeuner, des viennoiseries emballées individuellement ou à partager pour le goûter, des pâtisseries fraîches ou surgelées pour le dessert... il y a toujours un produit Brioche Pasquier adapté à votre besoin du moment !

### **Un savoir-faire artisanal préservé**

Brioche Pasquier, c'est avant tout l'histoire d'une petite boulangerie qui s'est développée. Fière de ses origines, l'entreprise se bat au quotidien pour préserver son héritage artisanal en conservant des méthodes de production identiques. L'objectif : fabriquer des produits artisanaux avec des moyens industriels.

Source : Extrait Site Internet Pasquier

## Document 3 : Les activités de l'entreprise (photocopie couleur souhaitée)

### L'activité Brioche



### L'activité Biscotte



### L'activité Pâtisserie



Source : Plaquette 2010 de l'entreprise Pasquier

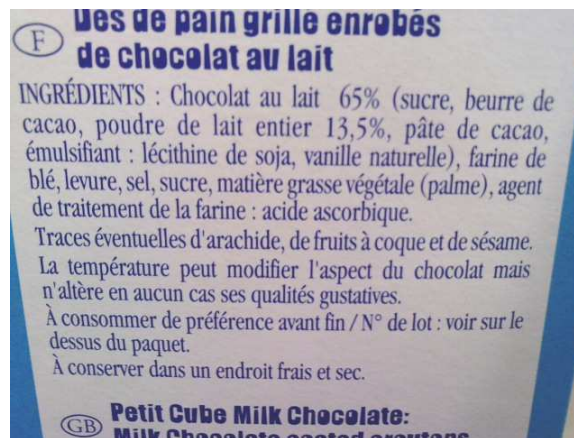
## Document 4 : Lancement des « P'tits Cubes » (photocopie couleur souhaitée)

### Les « P'tits cubes »

#### Des croûtons au chocolat pour les enfants

LSA, 18 octobre 2010

Réalisant 30 % de son activité dans les croûtons, Brioche Pasquier a eu l'idée de créer une déclinaison sucrée pour les enfants. Baptisé P'tit Cube, ces croûtons sont recouverts au choix de chocolat au lait, de chocolat noir ou de chocolat noisette. A l'effigie actuellement de Toy Story 3, cette nouvelle gamme qui contient 5 sachets de 25 grammes (126 kcal) vise les enfants, pour une consommation au petit déjeuner dans un bol de lait ou en snacking.



Extrait internet 10/05/2011

## Document 5 : Process de fabrication des biscottes

### Etapes de fabrication des Biscottes Pasquier

Extrait Site internet Pasquier 10/05/2011

- 1 – Réception des matières premières (farine, sel, oeufs, eau, matière grasse, levure)
- 2 – Pétrissage (10 min)
- 3 – Contrôle de la pâte et de la température
- 4 – Division en pâtons
- 5 – Boulage
- 6 – Repos (10 min)
- 7 – Façonnage et allongement des pâtons (obtention de petits pains appelés « Quenelles »)
- 8 – Enmoulage (mise en moule)
- 9 – Etuvage (température 25°, durée 1 heure)
- 10 – Cuisson (température 250°, durée 25 min)
- 11 – Démoulage
- 12 – Ressuage (température 20°, durée 10 heures)
- 13 – Tranchage
- 14 – Grillage
- 15 – Conditionnement et emballage

## Document 6 : Le marché

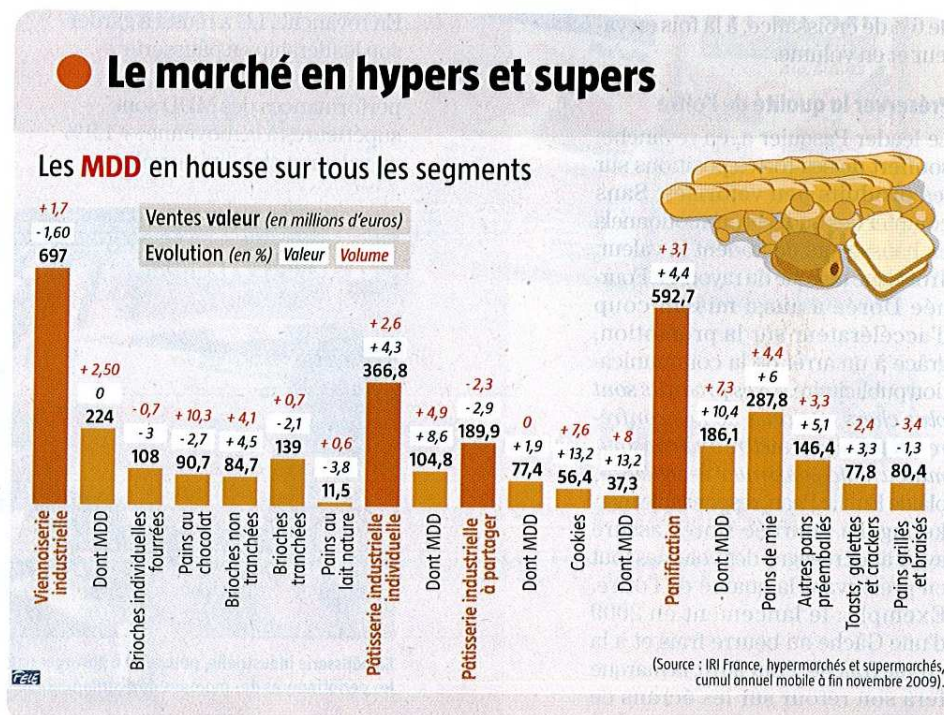
### Le Marché de la boulangerie, pâtisserie et viennoiserie

#### Segmentation de la panification sèche

	% CA	Evol/1 an
Biscottes	32,8%	1,0%
Pains suédois	18,1%	-2,5%
Pains grillés	17,2%	-7,6%
Spécialités* (dont P tits cubes)	10,6%	2,5%
Extrudés nature	9,7%	-2,0%
Extrudés fourrés	8,1%	5,3%
Toasts	3,5%	0,4%

Source : Panel distributeurs –

Origine fabricants – CAM mars 2010.



Point de vente 25/01/2010

### Fortunes diverses au rayon petit déjeuner

Linéaires 15 Juin 2010

La sonnerie du réveil matin ne produit pas les mêmes effets au sein de l'univers petit déjeuner. Certaines catégories sont hyper toniques, tandis que d'autres « traînaient ». Les raisons de cette disparité sont très variées et les mêmes causes produisent parfois des effets opposés.

Le contexte de crise a modifié durablement le comportement des consommateurs qui plébiscitent les produits basiques et le fait-maison. La tartine reste une valeur sûre et développe la consommation de... tartinables. A commencer par celle du miel, dont les volumes ont gagné 2 % en un an (+ 9 % en valeur). C'est aussi vrai de la confiture et de la pâte à tartiner, même si les hypers et supermarchés n'en profitent malheureusement pas.

De fait, les ventes de confiture ont plongé (- 4 %) en raison d'une excellente saison fruitière qui a fait exploser les fabrications maison. 2009 a d'ailleurs été une année record pour les sucriers ! Et si la pâte à tartiner est stable en GMS, elle pète le feu en hard discount (+ 10 % pour Nutella).

La crise confirme le retour en grâce des bons vieux corn flakes, qui n'avaient pas connu pareille fête depuis des lustres. Elle contribue aussi à l'excellente tenue des mueslis, qui profitent de PVC attractifs et de recettes alliant naturalité et gourmandise, bien dans l'air du temps.

A l'inverse, les céréales ligne & forme continuent de souffrir, pénalisées par des prix élevés. Idem pour les biscuits petit-déjeuner, jugés sans doute moins nécessaires qu'auparavant. Ils font les frais des arbitrages budgétaires des foyers et voient leurs ventes reculer.

#### Des céréales à fort potentiel

Si la conjoncture fait le bonheur des uns et le malheur des autres, les initiatives des industriels participent aussi pour beaucoup à l'évolution des marchés. A l'image du pain de mie, qui n'en finit pas de surfer sur le succès du sans croûte inventé par Harry's.

C'est grâce aux moyens colossaux investis en promo et pub que les céréales enfants ont retrouvé du poil de la bête. Des nouveautés comme Chocapic Pépites ou Trésor chocolat au lait apportent également leur pierre à l'édifice.

A l'évidence, le rayon petit-déjeuner a encore de beaux jours devant lui. Il reste incontournable pour 98 % des Français, qui le prennent, en moyenne, 6,5 fois par semaine. Pain et tartinables gardent encore la faveur de la majorité d'entre eux, mais les céréales recèlent sans doute le plus fort potentiel de croissance. Seulement 18 %

des plus de 50 ans en consomment, contre 90 % des foyers avec enfants de 6 à 15 ans. Une génération qui devrait garder ses habitudes en grandissant...