***Le sujet et le corrigé sont à titre indicatif. Vous pouvez les adapter à vos attentes, vos exigences et votre progression pédagogique.***

| Nom du sujet : KUSMI TEA |
| --- |
| Place dans la progression | Fin d’année  |
| Durée du devoir | 2h |
| Thème(s) étudié(s) | Thème 1 : De l'individu à l'acteurThème 3 : Création de valeur et performanceThème 3 : Temps et risque |
| Capacités et notions évaluées | * **Caractériser les comportements individuels au sein des groupes***Individu : attitude*
* **Identifier les indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation**

*Performance commerciale : chiffre d’affaires, part de marché** **Utiliser des données prospectives pour repérer l’incidence d’une évolution de l’activité d’une organisation sur son résultat (seuil de rentabilité)**

*Prospective en matière d’activités : seuil de rentabilité* |
| Barème  | Q1, 3 et 4 : 4 points Q2 : 2 ptsQ 5 : 6 pts Voir détail sur le corrigé  |

Corrigé Kusmi Tea

1- Identifiez les composantes de l'attitude du consommateur de thé. (annexe 1) 4 pts

 *(th1 Q2 : caractériser les comportements individuels au sein des groupes )*

Attitude :

- Cognitive : 2 pts

\* Le thé est considéré comme bon pour la santé (faire du bien à son corps).

\* La présence d’antioxydants aide à lutter contre le vieillissement.

\* Les consommateurs sont désireux de saveurs variées.

- Conative : La consommation de thé répond aux préoccupations des Français qui cherchent des

produits sains, naturels, bienfaisants et bons. 2 pts

2- Calculez les parts de marchés des acteurs du marché du thé, (annexe 2) .Présentez votre réponse sous forme d'un tableau en justifiant un de vos calculs. 2 pts

*(Th3 – Q2 - identifier les indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation)*

| **Entreprises** | **Chiffre d'affaires** | **Parts de marché** |
| --- | --- | --- |
| Mariages frères | 24,8 | **4,74** |
| Tata Global Beverages (Tetley) | 102,3 | **19,56** |
| Kusmi Tea | 52 | **9,94** |
| Dammann Frères | 31,3 | **5,98** |
| Univeler (Lipton) | 120 | **22,94** |
| Food International (Twinings) | 104,7 | **20,02** |
| Autres | 88 | **16,82** |
| **Total** | **523,1** | **100,00%** |

justification : (24/8 / 523,10) \* 100 = 4,74 1 pt + 1 pt pour le tableau

3- A partir de votre réponse précédente, déterminez leur position concurrentielle. 4 pts

*(Th3 – Q2 - identifier les indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation)*

Le marché est fortement concurrentiel et il est dominé par 3 grands groupes (Unilever, Foods

international et Tata Global Beverages) qui, à eux seuls, représentent 62,5 % du marché.

Unilever avec sa marque Lipton est le leader (22,94 % de PDM) suivi de très près par ses challengers

Foods international avec sa marque Twinings (20,02 % de PDM) et Tata Global Beverages avec sa

marque Tetley (19,56 % de PDM).

Kusmi Tea est un suiveur avec 9,94 %de PDM.

Notions de leader, challengers et suiveurs = 1,5 pts

3 grands groupes dominent le marché : 1,5 pts

4- Analysez les ventes de Kusmi Tea en présentant les taux d'évolution (annexe 3) 4 pts

*(Th3 – Q2 - identifier les indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation)*

| **Années** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Chiffre d'affaires (en millions d'euro) | 25 | 33 | 39 | 45 | 52 |
| Taux d'évolution 1 pt |  | 32,00% | 18,20% | 15,40% | 15,60% |

Présentation d'un calcul

pour 2019 : ((33-25)/25 )\*100 = 32 % 1 pt

Analyse 1 pt

On constate depuis 4 ans une forte croissance des ventes (de 32 % en 2019 à 15,6 % en 2022). Le rythme de cette croissance se stabilise depuis 2021 (autour de 15,5 % par an).

Justification de la hausse 1 pt

Cette hausse peut s’expliquer par l’engouement des consommateurs sur le marché du thé.

5- Déterminez le chiffre d’affaires annuel à réaliser pour rentabiliser l’implantation d’un Kusmikiosk. (annexe 4) 6 pts

*(Th3 – Q2 - identifier les indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation + th4* – *Q9 - utiliser des données prospectives pour repérer l’incidence d’une évolution de l’activité d’une organisation sur son résultat (seuil de rentabilité)*

Compte de résultat différentiel

| CA | 18 \*3 400 | 61 200 0,5 pt |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Charges variables | 61 200 \*0,62 | 37 944 0,5 pt |  |
| Marge sur coût variable |  | 23 2560,5 pt | TMCV = 38 %0,5 pt |
| **Charges fixes 2 pts**acquisition du kcoût du distributeurtechnicienapprovisionneur | 2 0002 30060 \*12 = 7202 20 \* 12 = 2 640 | 7 660 |  |
| résultat |  | 15 596 |   |

SR en valeur = CV/TMCV = 7 660 / 0.38 = 20 157.90 € 1 pt

L’entreprise commence à dégager un bénéfice lorsque le chiffre d’affaires annuel du distributeur automatique dépasse 20157.90 € soit 1120 boites (20 157.90 / 18) 1 pt