

# Les grandes fonctions de l'entreprise

## Marketing – Étude de cas

---

Ce cours vous est proposé par Christophe FOURNIER, Maître de conférences à IAE Montpellier, Université de Montpellier, et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

---

### Étude de cas : l'entreprise Green Future

#### Contexte

L'entreprise Green Future est spécialisée dans la conception et la commercialisation de produits écologiques et durables. Elle accompagne la transition écologique des consommateurs en proposant des alternatives responsables aux produits du quotidien. Actuellement, elle commercialise trois produits distincts, chacun positionné sur un segment de marché différent.

Les consommateurs français sont de plus en plus sensibles aux enjeux écologiques et attendent des marques un véritable engagement en faveur du développement durable. Face à la surconsommation, ils privilégient désormais la qualité sur la quantité, recherchant des produits durables, réparables et issus de l'économie circulaire. L'essor des circuits courts et du « made in France » témoigne également d'un attachement croissant à une consommation plus locale et responsable. Par ailleurs, la transparence devient un critère essentiel dans leurs choix : ils exigent des informations précises sur l'origine des matières premières, les conditions de production et l'empreinte carbone des produits. Le rejet du greenwashing est de plus en plus marqué, les consommateurs préférant des labels de confiance et des preuves concrètes d'engagement environnemental. Dans cette dynamique, l'attrait pour les emballages biodégradables, recyclables ou le vrac ne cesse de croître, réduisant ainsi la dépendance aux plastiques à usage unique. La digitalisation joue aussi un rôle clé, avec une prise d'information accrue sur les marques et leurs pratiques avant l'acte d'achat. Enfin, les attentes évoluent sous l'influence des réglementations environnementales, que de nombreux consommateurs

soutiennent, espérant que les entreprises adoptent des pratiques vertueuses sans attendre d'y être contraintes.

Le premier produit, l'EcoBouteille, est une gourde réutilisable fabriquée à partir de matériaux recyclés. Son marché connaît une forte croissance, avec une progression annuelle de 12 %. L'essor des réglementations visant à réduire l'usage des plastiques à usage unique et la prise de conscience des consommateurs en matière de développement durable stimulent la demande. Bien que les acheteurs soient sensibles au prix, ils sont prêts à investir davantage dans des produits de qualité et à long terme. Les principales cibles de ce produit sont les jeunes actifs, les familles et les sportifs. L'EcoBouteille est vendue en magasins bio, grandes surfaces et sur des plateformes e-commerce, et génère un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros.

Le second produit, le BioNettoyant, est un produit d'entretien biodégradable destiné à un usage domestique. Contrairement à l'EcoBouteille, son marché est stable, avec une croissance nulle. Bien qu'il réponde aux attentes des consommateurs soucieux de l'environnement, il évolue dans un secteur déjà bien établi, avec une concurrence forte, notamment de grandes marques qui ont su s'adapter aux nouvelles exigences écologiques. La sensibilité au prix est élevée, car les consommateurs comparent fréquemment ce type de produit aux alternatives classiques. Le BioNettoyant est principalement distribué dans les supermarchés et magasins bio et s'adresse aux familles et aux ménages CSP+. Son chiffre d'affaires annuel est de 3 millions d'euros.

Enfin, le troisième produit, le CompostPack, est une gamme d'emballages alimentaires compostables. Malheureusement, ce marché est en déclin, avec une décroissance de 5 % par an. L'évolution des réglementations et l'émergence de nouvelles solutions alternatives ont fragilisé la position de ce type de produit. La pression sur les prix est très forte, car les entreprises clientes cherchent à minimiser leurs coûts. Principalement destiné aux restaurateurs et commerces alimentaires, le CompostPack est vendu en B2B via des fournisseurs spécialisés. Son chiffre d'affaires annuel s'élève à 2 millions d'euros.

Dans ce contexte, vous envisagez de diversifier votre offre avec un quatrième produit, le GreenSnack, une gamme de snacks biologiques et écologiques, sans emballage plastique. Ce produit répond aux nouvelles attentes des consommateurs en matière d'alimentation saine et durable. Son marché est en pleine expansion, porté par une demande accrue pour des alternatives respectueuses de l'environnement. La sensibilité au prix est modérée, car les acheteurs sont enclins à payer un supplément pour des produits bénéfiques pour leur santé et

la planète. Destiné aux urbains actifs, aux sportifs et aux familles soucieuses de leur alimentation, le GreenSnack sera distribué via des magasins bio, des grandes surfaces et le e-commerce.

## Questions

Votre mission consiste à analyser la situation de l'entreprise et à proposer des recommandations stratégiques pour optimiser sa croissance et assurer le succès du lancement du GreenSnack.

Pour cela vous répondrez aux questions suivantes :

**1. Analyse de la situation de l'entreprise :**

- Quelles sont les grandes tendances du marché ?
- Analysez la position des trois produits actuels de l'entreprise,
- Identifiez les forces, faiblesses, opportunités et menaces et concluez avec une matrice SWOT et éventuellement bâtir une matrice BCG (optionnel).

**2. À partir de cette analyse, quelle recommandations stratégiques formulez-vous ?**

- Quelles actions recommandez-vous pour améliorer la position concurrentielle de l'entreprise ?
- Faut-il privilégier un produit en particulier ou envisager l'abandon d'un autre ? Justifiez votre choix.

**3. Lancement du nouveau produit, GreenSnack :**

- Proposez un mix marketing adapté pour le lancement de ce nouveau produit,
- Quelle stratégie de lancement adopter pour assurer son succès ?

# Références

## Comment citer ce cours ?

Les grandes fonctions de l'entreprise - Marketing, Christophe FOURNIER, AUNEGe (<http://aunege.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.