Document .1 : Gammes de produits

Les marques de LESIEUR CRISTAL sont présentes dans plus de quarante pays à travers le monde. LESIEUR CRISTAL se différencie par sa connaissance et son analyse pointue des marchés internationaux. Dans une démarche d'innovation continue au service de ses clients, elle poursuit le développement de l'ensemble de ses gammes qui répondent aux besoins de millions de consommateurs et à leurs nouveaux usages tout en tenant compte de leurs spécificités locales et culturelles.



Huile végétale :
Cristal soja, Cristal tournesol, Cristal maïs, Oléor tournesol, Oléor soja, Oléa soja.
Huile d'olive : Oléa Moresca, Jawhara, Al Horra, Mabrouka



Hygiène corporelle :
Taous douche, Taous Savon dur, Taous savon liquide, Taous shampoing.



Hygiène de la maison et du linge :
La main, El kef, Mano.

Document 2 : Lancement d'une nouvelle gamme

LESIEUR CRISTAL a lancé sur le marché des condiments une gamme de mayonnaise et ketchup sous la marque Lesieur.

La cible des condiments est le public de masse, l'idée est de fournir un produit de qualité au plus grand nombre de personnes, quelle que soit leur classe sociale. Il s'agit de démocratiser le bon goût, de ce fait les prix pratiqués sont très abordables, se rapprochant de la concurrence (les marques Star et Pikarome).

La campagne de promotion de la mayonnaise et ketchup de LESIEUR CRISTAL est lancée dans certaines enseignes Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), soutenue par une campagne nationale d'affichage.

Document 3 : Politique de distribution

LESIEUR CRISTAL distribue ses produits aux consommateurs particuliers à travers deux circuits de distribution principalement : les détaillants, les grossistes et les semi-grossistes. Le groupe vend aussi via les circuits modernes (supermarchés/hypermarchés).

Sur le marché des ventes aux industriels, LESIEUR CRISTAL est le premier fournisseur de l'industrie marocaine en huiles raffinées destinées notamment aux secteurs de la conserverie de poissons, de la margarinerie et de la biscuiterie

Travail à faire :

1. Commenter la phrase soulignée dans le document .1
2. a) Montrer que LC poursuit une politique de diversification des gammes ;
   b) Présenter la largeur de la gamme « hygiène corporelle ».
3. a) Identifier la politique de prix adoptée par LC pour les condiments ;
   b) Indiquer un avantage de cette politique de prix.
4. Reproduire et compléter le tableau ci-après :

Techniques de communication des condiments	Objectif principal

5. a) Schématiser les canaux de distribution adoptés par LC ;
   b) Nommer la politique de distribution poursuivie par LC.