

U.F.R DE LANGUES - CENTRE INTERNATIONAL de LANGUES  
LEA

SESSION 1 - Sem. 1

DIPLOME :            CYCLE :                            NIVEAU : Master 1

UNITE D'ENSEIGNEMENT CONCERNEE : UE...75.

INTITULE DE L'EPREUVE : Marketing International.....

EPREUVE POUR : DA ou DA& ASSIDUS (*raier la mention inutile*)

DOCUMENTS AUTORISES : .....Calculatrice.....

NOM DU PROFESSEUR RESPONSABLE : Stéphane Duperray.....

OBSERVATION DU PROFESSEUR : ...Vous serez **bref, précis et professionnel.**

La réponse du cas N°1 doit être obligatoirement en anglais.

DATE 17 janvier 2012

HEURE : 8h30

SALLE : Amphi A.

DUREE :            2 heures

**Cas N°1**

You are the European Product Manager (located in Paris) of an american company manufacturing top of the range pens (cost price after duties: USD 31 per unit).

However, as shown below, your results are collapsing. The answer cannot lie in currencies variations but in your own (or your predecessor's) pricing strategy.

Think twice about it and write a convincing memo to the International Sales Manager (located in NYC) to avoid your dismissal...

Distributor (area)	Sales price to distributor (USD)	Sales 2009 (in sold units)	Sales 2010	Sales 2011
Mr.Acquavit (Stockolm)	49	3000	3200	2300
Ms.Grappa (Milan)	47	4200	4400	4700
Mr.Génépi (Geneva)	52	2200	2400	2600
Mr.Paddy (Dublin)	44	1000	900	800
Mr.Schnaps (Berlin)	48	5900	5100	3900
Ms.Zubrowka (Warsaw)	36	1100	1900	4100

## Cas N°2

*Kervelectronic SA* est une entreprise nantaise spécialisée dans la conception et la fabrication d'appareils électroniques de protection haut de gamme.

Le dernier modèle, et le plus vendu, est le KV100, destiné à la sécurité des domiciles et de leurs habitants. A la moindre alerte donnée par ses caméras infrarouges, il appelle un service de sécurité privé, un service de soins d'urgence, la police ou les pompiers selon le cas. Sa simplicité de mise en service et d'entretien lui a valu un gros succès chez les retraités aisés et les propriétaires de résidences secondaires en France.

Une étude de marché a sélectionné l'Espagne comme marché test à l'international pour ce produit. Après une première prospection vous avez trouvé deux modes de distribution possibles.

Vous devez suggérer un choix en expliquant ses avantages par rapport à l'autre sous la forme d'un court mémo destiné au PDG de l'entreprise.

1/ *Diego de la Vega SL*, dont le siège est à Madrid, est, depuis 1975, un des plus gros distributeurs du pays en appareillages électroniques de sécurité, principalement des alarmes pour habitations. Il possède 27 points de vente répartis dans les plus grosses agglomérations du territoire espagnol et un personnel d'installation et de maintenance.

Il commercialise des produits chinois sous sa propre marque «*Zorro* » mais également des modèles Coréens moyen de gamme, quelques Italiens et un Israélien.

L'entreprise cherche à développer une offre haut de gamme en proposant le KV100 qui deviendrait, selon M. de la Vega, le produit phare de son catalogue et donc un succès garanti. Ce point de vue est corroboré par divers contacts qui donnent une forte notoriété à cette entreprise mais un positionnement très moyen.

2/ L'ex capitaine des transmissions *Jordi Puig* est un jeune retraité de la Marine Espagnole. Depuis 2002, il est agent multicarte spécialisé dans la domotique grâce au réseau de son épouse architecte (cabinets d'architectes, promoteurs, professionnels du bâtiment etc). Basé à Barcelone, il travaille sur toute la côte méditerranéenne et aux Baléares.

Il s'est occupé avec succès de plusieurs fabricants allemands et suisses pendant le boom de la construction mais la crise espagnole le pousse aujourd'hui à s'orienter vers l'équipement de maisons déjà construites et donc à diversifier son offre.

D'après M. Puig, le KV100 correspond à un marché de niche qu'il connaît bien, à savoir les résidences secondaires pour étrangers, très nombreuses et souvent luxueuses dans la région qu'il couvre.