

## Séance 5 – L'étude de la concurrence

| Compétences                                                                                              | Savoirs associés                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 1.2 Identifier les caractéristiques d'une offre<br>2.1 Travailler en équipe<br>3.2 Communiquer oralement | Le marché de l'entreprise : l'offre, la demande, l'environnement |

Votre projet de boutique de fruits et légumes avance. Pour réussir votre ouverture, vous devez analyser comment les acteurs du secteur (Grand Frais, Potager City, maraîchers locaux...) se différencient par leurs offres de saison et leurs services.

### Constitution de recherche

| Acteur / Enseigne            | Référence / Site                                           | Membres du groupe |
|------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------|
| Grand Frais                  | <a href="http://www.grandfrais.com">www.grandfrais.com</a> |                   |
| La Ferme de Borde Rouge      | Vente directe_auzeville                                    |                   |
| Potager Citya                | <a href="http://www.potagercity.fr">www.potagercity.fr</a> |                   |
| Les Jardins de Saint Sernina | Villeneuve Circuit court                                   |                   |

### 1. Les produits et l'offre commerciale

- 1.1 Quels types de fruits et légumes sont mis en avant aujourd'hui ?
- 1.2 Y a-t-il une mention « de saison » ou « bio » ou « local » visible ?
- 1.3 Comment sont présentés les produits (cagettes bois, vrac, kraft) ?
- 1.4 Existe-t-il des formats "Paniers" ou des lots anti-gaspi ?

### 2. Les services et l'expérience client

- 2.1 Quels services sont proposés (Livraison, Click & Collect, recettes) ?
- 2.2 Le client peut-il commander en ligne ou par téléphone ?
- 2.3 L'enseigne donne-t-elle des conseils de conservation (ex : au frais, hors frigo) ?
- 2.4 Y a-t-il un programme de fidélité ou un système d'abonnement ?

### 3. L'image de marque et la communication

- 3.1 À quel type de client l'enseigne s'adresse-t-elle (familles, écolos, pressés) ?
- 3.2 Quelle est l'ambiance visuelle (moderne, authentique, rustique) ?
- 3.3 Quel est le slogan ou la promesse principale de la marque ?



## 4. La relation client et les engagements

- 4.1 Quelles valeurs sont mises en avant (Bio, circuit court, zéro déchet) ?
- 4.2 Comment le client peut-il contacter l'enseigne s'il a une question ?
- 4.3 Les avis clients sur Internet sont-ils globalement positifs ? Pourquoi ?
- 4.4 Qu'est-ce qui donne envie au client de revenir chez eux ?

## 5. L'application à notre boutique du lycée

Après avoir étudié votre enseigne, réfléchissez à ce que nous pouvons adapter :

**5.1 Quelle idée de service ou de présentation aimerais-tu reprendre pour notre boutique ?**

**5.2 Quel engagement (écologie, prix bas, local) doit-on mettre en avant en priorité ?**

### Grille d'auto-évaluation

| Critères de réussite                                                   | Fait | À revoir |
|------------------------------------------------------------------------|------|----------|
| J'ai identifié les caractéristiques de l'offre (produits et services). |      |          |
| J'ai compris l'image de marque et les valeurs de l'enseigne            |      |          |
| J'ai proposé une idée concrète pour le projet de notre boutique        |      |          |
| J'ai travaillé en équipe de manière efficace et respectueuse           |      |          |

### Prochaine étape

Présenter votre analyse la classe !

