



# Année Universitaire 2016 - 2017

Session du mois de Janvier 2017

L3 Eco-Gestion

**MARKETING FONDAMENTAL (4314)**

Cours de Mme le Professeur Mathilde GOLLETY

Durée de l'épreuve : 3 heures

Documents autorisés : aucun

## Exercice 1 – 15 points – Cas Décathlon

En quoi ces premières pages d'un catalogue promotionnel distribué par voie postale aux clients détenteurs de la carte Décathlon sont-elles une bonne illustration de l'esprit marketing ? Vous aurez soin d'analyser les deux pages en mettant en exergue les différents concepts vus en cours durant le semestre (Une page et demi maximum, veillez au soin et à l'argumentaire développé). (5 points)

Comment définiriez-vous le métier de Décathlon ? En quoi le métier oriente-t-il la stratégie marketing de Décathlon ? (2 points)

Qu'est-ce que le design ? Expliquez comment le design développé chez Décathlon est un élément indéniable de la performance et du succès des produits. (3 points)

Le chef de produit chaussures de sport football de la marque Kipsa cherche à connaître les critères d'achat d'une chaussure en fonction du profil des footballeurs. Il vous sollicite pour connaître le plan d'échantillonnage que vous mettriez en place et vous invite à vous prononcer sur la pertinence des questions suivantes :

- 1 – Quel est votre revenu annuel (arrondi à la centaine d'euros près) ?
- 2 – Etes-vous un bon joueur de football ?
- 3 – Quel est le budget annuel que vous consacrez à la pratique du football ?
- 4 – Ne vaut-il pas mieux consacrer plus d'argent à l'achat d'une chaussure de marque si elle est de bonne qualité ?
- 5 – Quels sont les points les plus significatifs que vous utilisez pour évaluer une chaussure de football ?

Définissez ce qu'est un plan d'échantillonnage et proposez une reformulation aux questions quand vous le jugez nécessaire. (5 points)

# 40 ANS D'INNOVATION AU SERVICE DU SPORT.

## TOUS PASSIONNÉS DES SPORTS COLLECTIFS CHEZ KIPSTA

Inventer, développer et rendre accessibles au plus grand nombre le plaisir et les bienfaits des sports collectifs partout dans le monde, tel est le sens de KIPSTA :

- Faire rêver par des produits de plus en plus techniques
- Faire rêver par des produits de plus en plus beaux
- Faire rêver par des produits dont le prix ne sera plus jamais un frein à l'achat

Découvrez les coulisses de  
**L'INNOVATION** chez  
Decathlon sur  
[decathlon.fr](http://decathlon.fr)



Ainsi, Kipsta s'associe à des partenaires techniques par une démarche de co-conception, c'est-à-dire un partage des savoir-faire des chefs de produits et de l'expérience des sportifs de haut niveau pour faire naître des produits innovants, techniques et durables. Ces partenaires partagent les valeurs et la philosophie de la marque. Ils testent les produits qu'ils contribuent à développer dans les conditions exigeantes du sport de haut niveau. Ces produits sont ensuite commercialisés pour tous les pratiquants.

### PARTENAIRES FOOTBALL



**LUOVIC GENEST**  
Clément Foch

**YANNICK CAHIZAC**  
Stade de Reims

**FRANCK SIGNORINO**  
Stade de Reims

**JEAN-LOUIS GIRA**  
Stade de Reims

### PARTENAIRES RUGBY



**JEAN-MARC DOUSSAIN**  
Stade Toulousain

**JONATHAN WISNIEWSKI**  
FC Grenoble

**BERNARD LEROUX**  
Racing 92

**MICHAËL KRUGER**  
Stade Toulousain



Chez Decathlon, nous sommes convaincus de la qualité et de la technicité de nos produits. Testez nos produits, nous nous engageons à vous rembourser si vous n'êtes pas pleinement satisfaits.

**GARDONS CONTACT**

**DECATHLON.fr**



**DISPO ou DISPO**  
**1 PRODUIT - 1 COULEUR - 1 TAILLE**  
Pour savoir si votre produit est présent près de vous, consultez le site [decathlon.fr](http://decathlon.fr) avec les filtres de recherche.

## LES ÉTAPES DE LA CONCEPTION D'UNE CHAUSSURE DE FOOTBALL :



### 1/ LE PROJET

Pour concevoir une bonne chaussure de football, il faut avant tout connaître les futurs besoins des utilisateurs. C'est le rôle du chef de produit, qui va à la rencontre des pratiquants sur le terrain pour récolter un maximum d'informations. Ces informations vont permettre au groupe projet, constitué d'un chef de produit, de designers, et d'ingénieurs produit, de définir les avantages techniques, esthétiques et coloriels de la chaussure que nous allons développer (amorti, confort, toucher de balle, design, etc.).



### 2/ LA CONCEPTION

Le designer fait naître le dessin de la chaussure et l'ingénieur définit ses composants, il travaille également la conception 3D de la semelle en respectant des critères économiques fixés au départ. L'objectif est d'atteindre le meilleur rapport valeur d'usage/prix possible.



### 3/ LA VALIDATION

Après la conception, vient le temps de l'homologation et de la validation technique du produit par des tests terrains protocolés et d'autres tests réalisés dans nos laboratoires.

**Florian COLLIGNON,**

Ingenieur Produit Chaussures de Football KIPSTA



### Exercice 2 – 5 points

Choisissez une catégorie de produit.

Imaginez les stratégies de positionnement que les entreprises pourraient développer dans cette catégorie de produit.

Bon courage !