M5 : LE MARKETING D'UNE ENTREPRISE ESS

Document élève



Déroulement

Votre enseignant-e vous a distribué l'image d'un objet « corporate » fabriqué par l'atelier CREATURE, une entreprise de l'économie sociale et solidaire (ESS) fondée à Genève en 2011. En vous basant sur vos connaissances du marketing et en vous informant plus avant sur CREATURE par la consultation de son site www.creature.ch, répondez aux questions suivantes. Vos réponses feront l'objet d'une discussion.

1. Décrivez l'objet représenté sur l'image.

a. À quel usage cet objet est-il apparemment destiné ?

b. De quelle(s) matière(s) est-il constitué et d'où proviennent ces matériaux ?

c. À quel(s) besoin(s) peut-il répondre ?

2. Le public-cible visé par CREATURE et votre objet en particulier.

a. Qu'est-ce qu'un objet « corporate » ?

b. Quel type de « message » ce produit véhicule-t-il ?

c. Faites une liste des entreprises ou organismes que cet objet CREATURE pourrait intéresser et dites pourquoi.

3. La segmentation du marché de CREATURE.

a. En plus de son atelier employant une dizaine de couturières, CREATURE possède une boutique aux Eaux-Vives et un site Internet. Quelles clientèles supplémentaires ces vitrines lui permettent-elles d'approcher ?

b. En quoi ces marchés se distinguent-ils des entreprises-clientes ?

c. CREATURE envisage de se diversifier dans la production d'objets de demi-luxe. Pensez-vous que cela soit une bonne idée ? Expliquez brièvement votre point de vue en décrivant les caractéristiques d'une telle clientèle.

4. CREATURE face à la concurrence ou comment concilier rentabilité et solidarité.

a. L'atelier CREATURE ne fait pas de retouches pour ne pas concurrencer les couturières locales. Pourquoi cette concurrence serait-elle en effet déloyale ? Pensez au type de personnes employées par CREATURE !

b. Discutez les avantages et inconvénients des objets CREATURE face à un concurrent comme FREITAG, qui vend aussi des sacs en bâche recyclée.

c. Après avoir rappelé la définition de ce concept, dites en quoi le *marketing one-to-one* constitue un avantage compétitif important pour CREATURE.

4. Le marketing-mix de CREATURE.

a. Dans le tableau ci-dessous, notez par une croix trois initiatives de CREATURE visant à optimiser sa communication et développer son activité. Vous expliquerez votre note oralement.

				
Organiser des apéritifs réguliers pour inviter ses partenaires dans la boutique.				
Fabriquer pour les grandes surfaces.				
Animer des ateliers à destination des écoles.				

b. L'atelier CREATURE a été approché par de grandes multinationales cherchant à soigner l'image « sociale » qu'elles veulent donner d'elles-mêmes. En échange d'un financement modeste de CREATURE et en distribuant des objets « corporate », ces entreprises parfois critiquées veulent se prévaloir d'une certaine éthique, même si elles exploitent des travailleurs mal payés partout dans le monde. À votre avis, faut-il refuser ces offres ou les accepter en pensant à la publicité ainsi créée en faveur de l'économie sociale et solidaire ?