



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Elaborer un nouveau produit et - BTSA BIOQUALIM (Qualité, Alimentation, Innovation et Maîtrise Sanitaire) - Session 2021

1. Rappel du contexte

Ce sujet d'examen porte sur l'analyse technico-économique dans le cadre de la transformation laitière, plus précisément sur la production de yaourts par la SARL Riolet. L'entreprise envisage de diversifier sa production en intégrant des yaourts bio, ce qui soulève des questions sur le marché, les capacités de production, et la mise en marché de nouveaux produits.

2. Correction question par question

PARTIE 1 : ÉTUDE D'OPPORTUNITÉS

1.1 Avantages et limites de la spécialisation de l'entreprise Riolet

La question demande de présenter les avantages et les limites de la spécialisation de l'entreprise.

Raisonnement attendu : Il faut identifier les points forts et les faiblesses liés à la spécialisation dans un seul produit (yaourt nature).

Réponse modèle :

- **Avantages :**
 - Concentration des ressources et savoir-faire sur un produit spécifique.
 - Fidélisation d'une clientèle ciblée (restauration collective).
 - Optimisation des coûts de production et des processus.
- **Limites :**
 - Vulnérabilité face aux fluctuations du marché (diminution de la demande pour les yaourts nature).
 - Manque de diversification, ce qui peut freiner la croissance.
 - Risque d'image de marque limitée à un seul type de produit.

1.2 Menaces et opportunités du marché des yaourts en France

Cette question nécessite une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) du marché des yaourts.

Raisonnement attendu : Identifier les tendances du marché, les attentes des consommateurs, et les risques potentiels.

Réponse modèle :

- **Opportunités :**
 - Augmentation de la demande pour les produits bio.
 - Tendances vers des produits sains et naturels.
 - Possibilité d'innovation avec des yaourts aromatisés.
- **Menaces :**
 - Concurrence accrue sur le marché des produits laitiers.
 - Évolution des habitudes de consommation (baisse de la consommation d'ultrafrais).

- Réglementations strictes sur les produits bio.

1.3 Intérêt de la diversification envisagée par l'entreprise Riolet

Il s'agit de démontrer pourquoi la diversification vers les yaourts bio est bénéfique.

Raisonnement attendu : Analyser les avantages économiques et stratégiques de la diversification.

Réponse modèle :

- La diversification permet de réduire les risques liés à la spécialisation.
- Elle répond à une demande croissante pour des produits bio, augmentant ainsi le potentiel de vente.
- Elle permet d'attirer une nouvelle clientèle et d'améliorer l'image de marque de l'entreprise.

PARTIE 2 : CHOIX D'UNE DOSEUSE / OPERCULEUSE DE YAOURT

2.1 Choix d'un modèle de doseuse-operculeuse

Il faut justifier le choix entre les modèles A4000 et A5000.

Raisonnement attendu : Comparer les capacités de production, le coût et l'efficacité des deux modèles.

Réponse modèle :

Je choisis le modèle A5000 car il permet une cadence de 10 500 pots/heure, ce qui est supérieur à celle de l'A4000 (6 300 pots/heure). Bien que son coût soit plus élevé (70 000 € contre 50 000 €), la réduction du nombre de conducteurs nécessaires (1 contre 2) compense cette différence de prix. Cela optimisera les coûts de main-d'œuvre à long terme.

2.2 Sélection des options adaptées aux besoins de l'entreprise

Il faut justifier le choix des options pour la doseuse-operculeuse.

Raisonnement attendu : Identifier les options qui répondent aux besoins de diversification et de production.

Réponse modèle :

- Hotte à flux laminaire : pour garantir la qualité microbiologique des yaourts bio.
- Chargeur de pots et opercules grande autonomie : pour réduire les temps d'arrêt et améliorer l'efficacité.
- Outillage à changement rapide : pour s'adapter rapidement aux différentes tailles de produits (nature et aromatisés).

PARTIE 3 : FAISABILITÉ D'EXTENSION DES LOCAUX

3.1 Tracer les nouveaux espaces nécessaires sur l'Annexe A

Il faut justifier les choix d'extension des locaux.

Raisonnement attendu : Identifier les zones saturées et les besoins d'extension.

Réponse modèle :

Les espaces nécessaires pour l'extension doivent inclure des zones pour l'étuvage et le refroidissement, qui sont actuellement saturées. Je propose d'augmenter ces zones de 50 % pour permettre une production de 1 100 T/an. Cela nécessite une extension de l'aire de production vers l'est de l'usine, où la zone pointillée est disponible.

3.2 Représentation des flux matières sur l'Annexe A

Il faut représenter les flux matières conventionnels et bio sur le plan.

Raisonnement attendu : Montrer clairement les flux de production et leur séparation.

Réponse modèle :

Les flux matières conventionnels seront représentés par des flèches continues, tandis que les flux matières AB seront indiqués par des flèches discontinues. Les ouvertures pour éviter les contaminations doivent être clairement marquées.

3.3 Préconisations pour prévenir l'intrusion des nuisibles

Il faut proposer des dispositifs de lutte contre les nuisibles.

Raisonnement attendu : Identifier les mesures préventives et leur emplacement.

Réponse modèle :

- Installer des grilles anti-insectes aux ouvertures de l'usine.
- Mettre en place un système de surveillance avec des pièges à nuisibles.
- Former le personnel à la gestion des déchets pour éviter d'attirer les nuisibles.

PARTIE 4 : MISE EN MARCHÉ

4.1 Choix du mode de commercialisation

Il faut comparer les deux modes de commercialisation proposés.

Raisonnement attendu : Identifier les avantages et inconvénients de chaque option.

Réponse modèle :

- **Point de vente :**
 - Avantages : contact direct avec le consommateur, possibilité de valoriser l'image de marque.
 - Inconvénients : coûts d'installation et de fonctionnement élevés.
- **Vente à un distributeur :**
 - Avantages : accès à un large public, réduction des coûts de distribution.
 - Inconvénients : perte de contrôle sur la présentation des produits.

Je choisis la vente à un distributeur car elle permet d'atteindre un public plus large tout en réduisant les coûts liés à la gestion d'un point de vente.

4.2 Proposition de positionnement marketing

Il faut proposer un positionnement marketing pour la nouvelle gamme de produits AB.

Raisonnement attendu : Identifier les attentes des consommateurs et comment y répondre.

Réponse modèle :

Le positionnement marketing doit se focaliser sur la qualité, le naturel et l'origine locale des produits. En mettant en avant des ingrédients bio, sans additifs, et en soulignant l'aspect artisanal de la production, l'entreprise pourra séduire une clientèle soucieuse de sa santé et de l'environnement. Une communication transparente sur les méthodes de fabrication et les valeurs de l'entreprise sera essentielle.

3. Petite synthèse finale

Erreurs fréquentes :

- Ne pas justifier les choix de manière suffisamment détaillée.
- Oublier d'analyser les documents fournis dans le sujet.
- Ne pas structurer les réponses de manière claire et logique.

Points de vigilance :

- Respecter les consignes de chaque question.
- Utiliser des données chiffrées lorsque cela est possible.
- Prendre en compte les évolutions du marché dans les réponses.

Conseils pour l'épreuve :

- Lire attentivement chaque question avant de répondre.
- Faire un plan rapide pour structurer vos réponses.
- Relire vos réponses pour corriger les erreurs éventuelles.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.