

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

VENTE

Session : 2017

E.2 - ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE

Sous-épreuve E22

UNITÉ CERTIFICATIVE U22

Préparation et suivi de l'activité commerciale

Durée : 3h

Coef. : 3

DOSSIER SUJET

Ce dossier comprend 14 pages numérotées de DS 1/14 à DS 14/14.

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits (circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999).

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 1/14

SOMMAIRE

Page 2 :	Sommaire et barème.
Pages 3 à 6 :	Énoncé du sujet.
Page 7 :	Récapitulatif des documents et annexes.
Pages 8 à 11 :	Documents.
Pages 12 à 14 :	Annexes à rendre avec la copie.

BARÈME

PARTIE I : ANALYSER LE MARCHÉ DU MEUBLE DE CUISINE **/24 points**

PARTIE II : ORGANISER UNE TOURNÉE **/16 points**

PARTIE III : PARTICIPER À UN SALON **/20 points**

TOTAL DE L'ÉPREUVE : **/60 points**

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 2/14

SUJET**SARL BIGUGLIA CUISINES ET BAINS**

SARL Biguglia Cuisines et Bains distribue, des cuisines et salles de bains sous les marques Schmidt (leader national) & Cuisinella.

Implantée à Biguglia en Corse depuis 4 ans, cette entreprise compte un effectif de neuf salariés.

La SARL Biguglia Cuisines et Bains est leader sur le marché régional.

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 3/14

PARTIE I

ANALYSER LE MARCHÉ DU MEUBLE DE CUISINE

Vous venez d'être recruté.e comme commercial.e.

Votre directeur, Sylvain FANTI, vous confie la mission de développer le portefeuille des prescripteurs.

TRAVAIL À FAIRE

Dans un premier temps, il vous est demandé d'effectuer une analyse du marché du meuble de cuisine et de repérer les mobiles d'achat.

À partir du document 1 :

- 1.1) Rédiger sous forme d'une note de 30 lignes maximum, à *rendre sur votre copie*, une analyse du marché du meuble de cuisine présentant :
- L'évolution du marché et les perspectives pour les années à venir en mettant en lumière les réserves du marché.
 - La tendance dans la conception du produit.
 - Les modes de distribution en faisant apparaître la place de Schmidt.

À partir du document 2 :

- 1.2) Avant votre prise de contact avec la clientèle, Monsieur FANTI vous présente la charte Toute Tranquillité Comprise (TTC) (**document 2**), créée pour l'année 2016. Relever dans un tableau à construire *sur votre copie*, les différents engagements de cette charte. Indiquer les mobiles d'achat auxquels elle répond et justifier votre choix.

À partir du document 3 :

- 1.3) Calculer, à l'aide du **document 3**, l'évolution du marché de 2015 par rapport à 2014, à *rendre avec votre copie*. Arrondir le résultat final à l'unité supérieure.

En 2015, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 1 765 000 €, malgré un marché en baisse, Monsieur FANTI table sur une croissance des ventes pour 2016 de 2,2 %.

- 1.4) Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel en milliers d'euro pour 2016, à *rendre sur votre copie*. Commenter brièvement ce résultat.

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 4/14

PARTIE II

ORGANISER UNE TOURNÉE

La SARL Biguglia Cuisines et Bains souhaite développer sa clientèle de professionnels.

Votre directeur vous remet un fichier de prospects composé de promoteurs immobiliers rencontrés lors de différentes manifestations commerciales organisées en Corse.

Il vous demande de réaliser une prospection téléphonique en vue de prendre des rendez-vous puis d'évaluer le temps nécessaire pour réaliser la tournée.

TRAVAIL À FAIRE

2.1) Rédiger le plan d'appel téléphonique, à rendre avec votre copie, vous permettant d'obtenir un rendez-vous.

Dans le cadre d'un premier contact, votre interlocutrice est Mme Casanova, directrice de CORSIMMO, rencontrée lors du Salon de la Maison à Bastia (Haute Corse) en avril 2016.

Suite à l'opération de prospection téléphonique, vous avez obtenu 37 rendez-vous.

2.2) À l'aide du **document 4**, calculer *sur votre copie* le nombre de visites que vous pouvez réaliser en une semaine de travail. Arrondir le résultat final à l'unité inférieure.

2.3) Calculer le nombre de jours nécessaires à la visite des prospects, à rendre *sur votre copie*. Arrondir le résultat final à l'unité supérieure.

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 5/14

PARTIE III

PARTICIPER À UN SALON

La SARL Biguglia Cuisines et Bains participera cette année encore au Salon de la Maison à Bastia.

Première manifestation de son secteur en termes de fréquentation et d'exposants, le Salon de la Maison s'affirme comme le rendez-vous maison du printemps en Corse.

Il se tiendra à Bastia du 16 au 19 juillet 2017 sur la Place St-Nicolas.

Votre responsable Sylvain FANTI espère que cette nouvelle participation permettra de développer davantage de contacts, mais également de faire découvrir les nouveautés à ses clients actuels, de fidéliser une partie de sa clientèle et d'accroître la notoriété de l'entreprise.

La cible durant le salon est une clientèle de professionnels de l'immobilier en Corse susceptibles de passer des commandes à gros volumes.

Votre responsable vous confie ce dossier et vous demande :

- D'informer ses clients professionnels de sa participation au salon, par courrier électronique.
- D'étudier le coût du salon. (Il souhaite cette année encore plus de visibilité pour le stand et de confort pour ses clients)

TRAVAIL À FAIRE

3.1) Rédiger sur *l'annexe n°1, à compléter et à remettre avec la copie*, le message électronique adressé aux responsables des sociétés de promotion immobilière clientes.

Objectif : Faire venir ces clients sur le stand de la SARL Biguglia Cuisines et Bains au Salon de la Maison.

Animation prévue : Un cocktail d'inauguration se déroulera le 15 juillet à 19h30 sur le stand de la SARL Biguglia Cuisines et Bains.

À partir des documents 5 et 6 :

3.2) Calculer sur *l'annexe n°2, à compléter et à remettre avec la copie*, le coût total de la participation au salon pour la SARL Biguglia Cuisines et Bains.

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 6/14

PAGE RÉCAPITULATIVE DES DOCUMENTS ET DES ANNEXES À REMETTRE AVEC LA COPIE
--

Document 1	Cuisine : le point sur le marché, les enjeux	<i>Pages 8-9</i>
Document 2	La Charte TTC : les engagements Schmidt Excellence	<i>Page 10</i>
Document 3	Chiffre d'affaires du secteur cuisine en France	<i>Page 11</i>
Document 4	Informations relatives à l'organisation d'une tournée	<i>Page 11</i>
Document 5	Éléments relatifs à la participation de la société au Salon de la Maison	<i>Page 11</i>
Document 6	Bulletin de réservation du Salon	<i>Page 12</i>
<hr/>		
Annexe 1	Courrier électronique d'invitation	<i>Page 13</i>
Annexe 2	Calcul du coût total de la participation au Salon	<i>Page 14</i>

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 7/14

CUISINE : LE POINT SUR LE MARCHÉ, LES ENJEUX

Représentant aujourd’hui un quart du marché du meuble dans l’Hexagone, le mobilier de cuisine, même s’il souffre un peu plus ces dernières années, a bien su résister à la crise. Une crise qui, toutefois, a engendré – et engendre encore – de nombreux bouleversements dans ce secteur. Panorama des forces en présence, attitudes et besoins des consommateurs, enjeux... le point sur un marché bien spécifique.

En 2014, le marché du meuble de cuisine s’élevait à 2,29 milliards d’euros, et représentait un quart du marché du meuble français (9,12 milliards)... alors qu’en 1997, il dépassait à peine les 17 %. C’est en effet le segment qui affiche les meilleures performances depuis les quinze dernières années, avec un taux de croissance annuel moyen de 2,7 % ; et même si les données sont à la baisse depuis trois ans, faisant suite à vingt années glorieuses, les chiffres enregistrés sur les neuf premiers mois montrent une vraie reprise pour 2015.

La cuisine, en proie à de nombreux bouleversements – notamment la concentration, voire la disparition de certains acteurs – attire cependant toujours les convoitises. Avec un taux d’équipement faible (60 %) et une durée de vie des meubles des plus longues (23 ans), le potentiel de développement est impressionnant. Avec une population de 63 millions de personnes et 2,3 personnes par ménages (contre 2,9 en 1975), la France compte 27,5 millions de ménages. 60 % d’entre eux, seulement, sont équipés d’une cuisine intégrée, qu’ils renouvellent tous les 23 ans... alors que nos voisins allemands la changent tous les douze ans, et les habitants des pays scandinaves tous les huit ans.

Le potentiel de développement du marché reste donc extrêmement important, avec plus de onze millions de cuisines à équiper... sans compter les résidences secondaires.

À quoi ressemble aujourd’hui la cuisine des Français ?

Si l’idée de la cuisine laboratoire s’est démocratisée à la fin des années 60, des mouvements comme le « cocooning » (ainsi baptisé par la célèbre papesse américaine du marketing Faith Popcorn) qui prône le « rester chez soi » et la construction d’un nid douillet pour se protéger du monde extérieur, ou encore le « hiving » (« ruche » en anglais), qui symbolise le foyer protecteur s’ouvrant sur les autres (amis de passage ou virtuels, avec les réseaux sociaux), ont provoqué l’ouverture de la cuisine sur la pièce à vivre, recréant ainsi l’esprit des cuisines 1900 où se retrouvait toute la famille.

Aujourd’hui, celui qui cuisine veut garder le contact avec les membres de sa famille. Aussi les promoteurs ont-ils abattu les cloisons, gagnant de la place et de l’argent, créant ainsi une grande pièce où l’on peut cuisiner, manger, travailler... Les îlots centraux se sont multipliés. Ils sont présents dans plus de 11 % des cuisines actuelles. Les fabricants ont étoffé leur offre pour meubler cette nouvelle pièce ouverte, aux multiples activités, en créant de nouveaux rangements plus décoratifs, des étagères, des niches ouvertes, des tables, des bureaux d’appoint... Le prix d’achat moyen d’une cuisine (kit ou monté, hors électroménager, hors pose et hors livraison) se situe autour de 2 720 euros TTC. Il est un peu au-dessus de 1 500 euros TTC dans les grandes surfaces de bricolage ou dans la grande distribution ameublement, et avoisine les 5 300 euros TTC chez les spécialistes.

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l’activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 8/14

Une distribution éclectique

La distribution de cuisines intégrées se partage entre les spécialistes de la cuisine et les artisans, qui représentent un peu plus de 56 % du marché en valeur. De l'autre côté, la grande distribution (qui intègre la grande distribution ameublement, grandes surfaces de bricolage, spécialistes électroménager et vente à distance) détient 44 % du marché en valeur. La grande distribution, pour sa part, s'impose largement pour les ventes en volume avec près de 70 % des cuisines vendues, laissant 30 % de part de marché pour les spécialistes de la cuisine. Avec 56 % des ventes en valeur, les spécialistes de la cuisine dominent le marché des cuisines intégrées, une communication efficace soutient cette prédominance. En 2014 et 2015, les spécialistes de la cuisine ont vraiment joué leur rôle de spécialiste en multipliant les innovations et les nouveaux concepts, tout en restant proche du consommateur. L'accent mis sur la formation des vendeurs n'est sans doute pas étranger non plus aux bons résultats du circuit sur les premiers mois 2015. Les réseaux leader émanent des deux plus grands fabricants français : la SALM (Société Alsacienne de Meubles) et le groupe Fournier (spécialiste de la cuisine).

L'organisation du marché

- **Les spécialistes de la cuisine** dominent le marché avec plus de 56 % des ventes en valeur.
- **Les grands fabricants** de cuisine développent une ou plusieurs enseignes (positionnées sur des gammes différentes) pour commercialiser leurs cuisines : le groupe SALM avec Cuisines Schmidt et Cuisinella ; le groupe Fournier avec Mobalpa, Perene et SoCoo'c ; le groupe Snaidero avec Arthur Bonnet, Ixina et Cuisine Plus.
- **Les grandes surfaces de bricolage** (Leroy Merlin, Castorama, etc.) constituent le deuxième circuit de distribution des meubles de cuisine. Les ventes de cuisine en kit représentent plus de la moitié des volumes de vente de cuisine.
- **Les grandes enseignes de la distribution d'ameublement** (Ikea, But, Conforama) gagnent des parts de marché année après année. Elles sont positionnées sur l'entrée de gamme et le moyen de gamme.

Une quinzaine d'entreprises se partagent 90 % de la production française.

La production des 825 entreprises françaises recensées par l'INSEE comme fabricant de la cuisine se monte à 874 millions d'euros en 2014 (estimation INSEE).

On enregistre un pic de production en 2008, début de la crise économique qui a secoué le marché mobilier et a amené une baisse de plus de 10 % en un an. Depuis, cette production peine à repasser au-dessus des 900 millions.

Le groupe SALM et le groupe Fournier dominent cette production et une quinzaine d'acteurs fabriquent 90 % des 874 millions d'euros.

Source : Le courrier du meuble et de l'habitat

<http://courrierdumeuble.fr/dossier/cuisine-le-point-sur-le-marche-les-enjeux/>

13 novembre 2015

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 9/14

LA CHARTE TTC : LES ENGAGEMENTS SCHMIDT EXCELLENCE

SCHMIDT

UN MONDE D'ATTENTIONS

VOTRE TRANQUILLITÉ N'A PAS DE PRIX!

Pour que votre plaisir reste le même.
Partout et longtemps.
En toute Sérénité.
En toute tranquillité.

CONSEIL, PRIX, SERVICES, EXTENSION DE GARANTIE,
aucune marque n'est allée aussi loin pour que
votre plaisir dure longtemps, très longtemps ...

**C'EST UNIQUE SUR LE MARCHÉ
SCHMIDT VOUS L'OFFRE !**



Pour l'ensemble de ces points,
voir les conditions d'application en magasin
et sur www.cuisines-schmidt.com

* exclusivement pour les équipements achetés dans un magasin français et installés en France.
** Pièces, main d'œuvre et déplacement *** pièces 25 ans, main d'œuvre et déplacement 10 ans.

NOS ENGAGEMENTS SCHMIDT EXCELLENCE

- 1 UN SEUL INTERLOCUTEUR**
de l'étude à la mise en service de votre aménagement
- 2 UN DEVIS GRATUIT ET DETAILLÉ DE VOTRE PROJET**
incluant la prise de mesure à votre domicile
- 3 LES PRIX LES PLUS JUSTES**
garantis par le remboursement de la différence
- 4 LE RESPECT DE LA DATE D'INSTALLATION**
garanti par la mise à disposition d'éléments de prêt ou, à défaut,
un dédommagement de 100 euros pour chaque semaine de retard
- 5 UNE GARANTIE D'EXCELLENCE***
 - 10 ANS SUR LES MEUBLES ET PLANS DE TRAVAIL**
 - 25 ANS SUR LES CHARNIÈRES ET SUR LES PIÈCES MÉTALLIQUES***
des tiroirs & blocs coulissants
 - 5 ANS SUR LES APPAREILS ÉLECTROMÉNAGERS AVEC REMPLACEMENT À NEUF SANS VÉTUSTÉ**
si non réparables
 - 5 ANS SUR LA PLOMBERIE**
en cas de défaillance du mitigeur ou de fuite au niveau des raccords
- 6 LA GARANTIE DE LIVRAISON ET D'ACHÈVEMENT DE LA POSE**
par la marque en cas de défaillance de votre centre conseil
- 7 LA RÉCEPTION DE VOTRE AMÉNAGEMENT**
par votre interlocuteur après l'installation
- 8 SCHMIDT À VOTRE SERVICE**
un accueil téléphonique dédié pour toute demande
(6j/7, coût d'un appel local)

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 10/14

DOCUMENT 3

CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR CUISINE EN FRANCE

Années	Chiffre d'affaires du secteur en Md€
2015	2,445
2014	2,460
2013	2,526
2012	2,590
2011	2,598

Source : INSEE, Bulletin statistique

DOCUMENT 4

INFORMATIONS RELATIVES À L'ORGANISATION D'UNE TOURNÉE

- ✓ Le service commercial est ouvert du lundi au vendredi, 5 jours par semaine.
- ✓ Le commercial consacre 2 journées par semaine pour des réunions, prospections téléphoniques et du travail administratif.
- ✓ Lors d'une semaine normale sans salon et sans formation, le commercial travaille 7h par jour.
- ✓ Le commercial passe 30 % de son temps hebdomadaire en transport, sa zone commerciale étant très étendue.
- ✓ Une visite prospect dure en moyenne 1 heure 30.

DOCUMENT 5

ÉLÉMENTS RELATIFS À LA PARTICIPATION DE LA SOCIÉTÉ AU SALON DE LA MAISON

Éléments définis lors de la réunion préparatoire réalisée avec le chef des ventes.

Caractéristiques du stand :

Dimension : 20 m²

Stand avec 1 angle

Branchement 2 TV LED

Mobilier d'accueil

Mobilier de réception avec fauteuil

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 11/14



Le Salon de la Maison à Bastia du 16 au 19 juillet 2017

BULLETIN DE RÉSERVATION DU SALON

1. FRAIS OBLIGATOIRES

Comprenant les frais de dossier, 3 annonces micro par jour, 3 badges d'accréditation, vos coordonnées sur le programme : **100 euros HT.**

2. LOCATION D'UN STAND

Tarif au m² comprenant l'espace avec cloisons de séparation, moquette et enseigne à votre nom : **120 euros HT le m².**

➤ OPTIONS

Éléments	En euros HT
Angle (pour stand supérieur à 18 m ²)	300,00
Accès au réseau électrique	200,00
Mobilier d'accueil (1 banque d'accueil + 2 tabourets)	190,00
Mobilier de réception 1 (3 fauteuils + une table basse)	175,00
Mobilier de réception 2 (2 tabourets + une table haute)	90,00
Nettoyage de votre stand	5,00 le m²

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 12/14

ANNEXE 1
À compléter et à remettre avec la copie.**COURRIER ÉLECTRONIQUE D'INVITATION**

NOUVEAU MESSAGE

À : RESPONSABLE SOCIÉTÉ PROMOTION IMMOBILIÈRE

OBJET :

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 13/14

ANNEXE 2

À compléter et à remettre avec la copie.

CALCUL DU COÛT TOTAL DE LA PARTICIPATION AU SALON

POSTES	DÉTAILS DES CALCULS OU JUSTIFICATIONS	RÉSULTATS
FRAIS OBLIGATOIRES		
LOCATION D'UN STAND		
OPTIONS		
	RÈGLEMENT	
MONTANT TOTAL HT		
TVA 20 %		
MONTANT TTC		
ACOMPTE DE 30 % À LA RÉSERVATION		

Baccalauréat Professionnel Vente	AP 1706-VE T 22	Session 2017	DS
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 14/14