

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
VENTE

Session : 2018

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 17 pages numérotées de DS 1/17 à DS 17/17.

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

« L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen est autorisé »

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 1/17

SOMMAIRE

Page 2 :	Barème et sommaire.
Pages 3 à 6 :	Énoncé du sujet.
Page 7 :	Récapitulatif des documents et annexes.
Pages 8 à 15 :	Documents.
Pages 16 à 17 :	Annexes à rendre avec la copie.

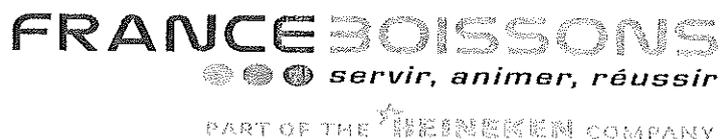
BARÈME

PARTIE I : ANALYSER LE MARCHÉ DU THÉ DANS LES CHR *	/20 points
PARTIE II : ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION	/20 points
PARTIE III : ANALYSER LES RÉSULTATS DE LA FORCE DE VENTE	/20 points
TOTAL DE L'ÉPREUVE :	/60 points

* CHR : Cafés Hôtels Restaurants

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 2/17

SUJET FRANCE BOISSONS



Vous êtes recruté(e) en qualité de commercial(e) au sein de la filiale de France Boissons à l'agence de Rosny-sur-Seine (78).

Ce groupe est leader sur le marché français de la distribution de boissons aux professionnels de la « Consommation Hors Domicile » (CHD) qui regroupe les cafés, bars, pubs, hôtels, restaurants, établissements de nuit, points de vente à emporter mais aussi collectivités locales et groupes chaînés.

France Boissons se positionne aujourd'hui comme un partenaire privilégié des professionnels.

Votre agence de Rosny-sur-Seine recouvre un secteur géographique allant de Compiègne jusqu'au Havre en passant par Rouen. Elle souhaite adapter son offre de produits à son marché local qui se caractérise par une consommation plus importante de boissons chaudes et notamment de thés dans les CHR (Cafés, Hôtels et Restaurants) de la région Ouest de la France.

Elle voudrait donc étoffer et valoriser sa gamme de thés pour satisfaire les consommateurs et permettre à ses clients CHR d'augmenter leur chiffre d'affaires.

Votre responsable, le directeur de l'agence, vous demande donc de l'aider dans cette démarche.

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 3/17

PARTIE I

ANALYSER LE MARCHÉ DU THÉ DANS LES CHR

Afin de mieux connaître les attentes des consommateurs de thé dans les CHR, votre responsable vous demande d'étudier le marché du thé en France. Cette analyse vous amènera à repérer et qualifier les différents intervenants sur le marché et à identifier les attentes des consommateurs et les besoins de vos clients.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 1, 2, 3 et de vos connaissances :

- 1.1. Analyser le marché du thé en France en rédigeant, *sur votre copie*, une note structurée d'une trentaine de lignes.

Présenter :

- Ses tendances,
- L'offre et la distribution,
- La demande avec ses caractéristiques et les habitudes de consommation.

Votre analyse du marché du thé, notamment dans les CHR, a conduit votre responsable à envisager un partenariat exclusif avec un grand nom du thé français de luxe : la société Dammann Frères.

- 1.2. Indiquer, *sur votre copie*, deux raisons liées au marché qui justifient le choix de la société Dammann Frères comme fournisseur exclusif de France Boissons.

À partir des documents 4, 5 et de vos connaissances :

- 1.3. Présenter, *sur votre copie*, trois avantages que la société Dammann Frères apporterait à ce partenariat exclusif.

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 4/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

PARTIE II

ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION

Après avoir étudié le marché du thé dans les CHR, vous avez pour mission de préparer et d'analyser les outils nécessaires à l'opération de prospection de ce secteur.

TRAVAIL À FAIRE

France Boissons souhaite promouvoir sa nouvelle gamme de thé Dammann Frères auprès d'une clientèle ciblée composée des CHR « boissons chaudes ».

À partir des documents 5, 6, 7, 8 et de vos connaissances :

- 2.1. Contacter les CHR « boissons chaudes » grâce à un publipostage qui présentera l'entreprise Dammann Frères et sa gamme vendue par France Boissons et qui informera les prospects qu'ils trouveront en pièce jointe le catalogue des produits et le mini coffret de dégustation offert.
Réaliser le publipostage, *sur la copie*, que vous signerez du nom de votre responsable M. George Smith.
- 2.2. Déterminer le nombre de coffrets à envoyer en fonction de la cible établie par France Boissons. Pour cela, compléter **l'annexe 1**.
- 2.3. En vue de rencontrer vos prospects, rédiger, *sur votre copie*, trois arguments structurés sur les thés Dammann Frères en précisant à quel mobile d'achat répond chacun des arguments proposés.

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 5/17

PARTIE III

ANALYSER LES RÉSULTATS DE LA FORCE DE VENTE

Dans le cadre de cette opération de prospection, votre responsable organise une réunion pour faire le bilan du lancement de la gamme Dammann auprès des nouveaux clients de l'entreprise.

TRAVAIL À FAIRE

Pour cette opération, les commerciaux ont été rémunérés sur la base d'un fixe et d'une commission variable calculée sur le chiffre d'affaires réalisé et d'une prime sur objectif.

À partir des documents 9 et 10 et de vos connaissances :

- 3.1. Analyser, *sur votre copie*, le système de rémunération actuel.
- 3.2. Déterminer la rémunération totale des quatre commerciaux pour le mois de mai 2018, en complétant l'**annexe 2**.
- 3.3. Analyser, *sur votre copie*, les résultats en chiffre d'affaires de votre équipe, en repérant notamment le commercial le plus performant.
- 3.4. Indiquer, *sur votre copie*, deux avantages et deux inconvénients de la rémunération variable pour les commerciaux.
- 3.5. Citer, *sur votre copie*, deux autres éléments de motivation pouvant être utilisés pour dynamiser une équipe commerciale.

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 6/17

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

Document 1	(2 pages)	Données sur le marché du thé	<i>Pages 8 et 9</i>
Document 2	(1 page)	Le marché du thé en CHR	<i>Page 10</i>
Document 3	(1 page)	Les attentes des consommateurs	<i>Page 11</i>
Document 4	(1 page)	La société Dammann	<i>Page 12</i>
Document 5	(1 page)	Plaquette de présentation des thés Dammann à destination des commerciaux	<i>Page 13</i>
Document 6	(1 page)	Clientèle CHR distributeurs de France Boissons	<i>Page 14</i>
Document 7	(1 page)	Coffret de dégustation	<i>Page 14</i>
Document 8	(1 page)	La gamme Dammann commercialisée par France Boissons	<i>Page 14</i>
Document 9	(1 page)	Modalités de calcul de la rémunération variable	<i>Page 15</i>
Document 10	(1 page)	Modalités d'attribution de la prime sur objectif	<i>Page 15</i>
Annexe 1	(1 page)	Calcul du nombre de coffrets à envoyer aux clients Platine	<i>Page 16</i>
Annexe 2	(1 page)	Tableau de suivi de l'activité des commerciaux pour le calcul des rémunérations	<i>Page 17</i>

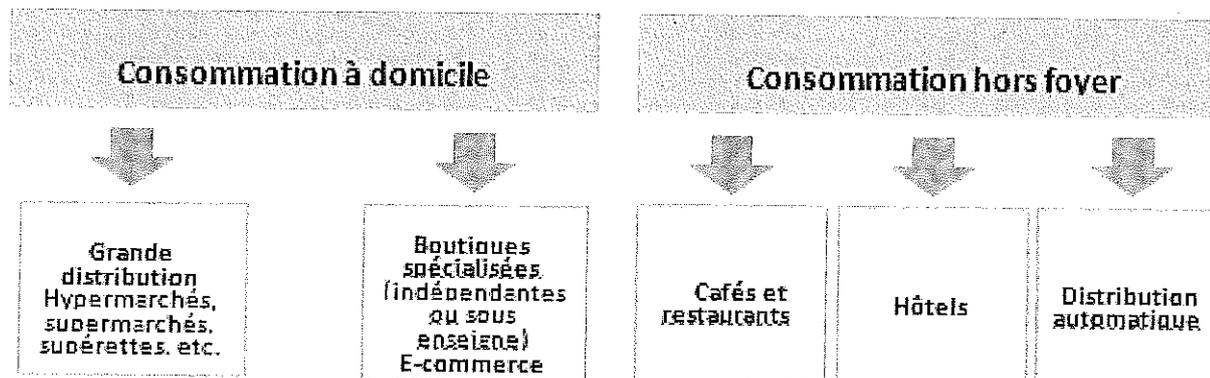
DONNÉES SUR LE MARCHÉ DU THÉ

Principaux indicateurs clés du marché du thé et du café en 2015 et 2016 :

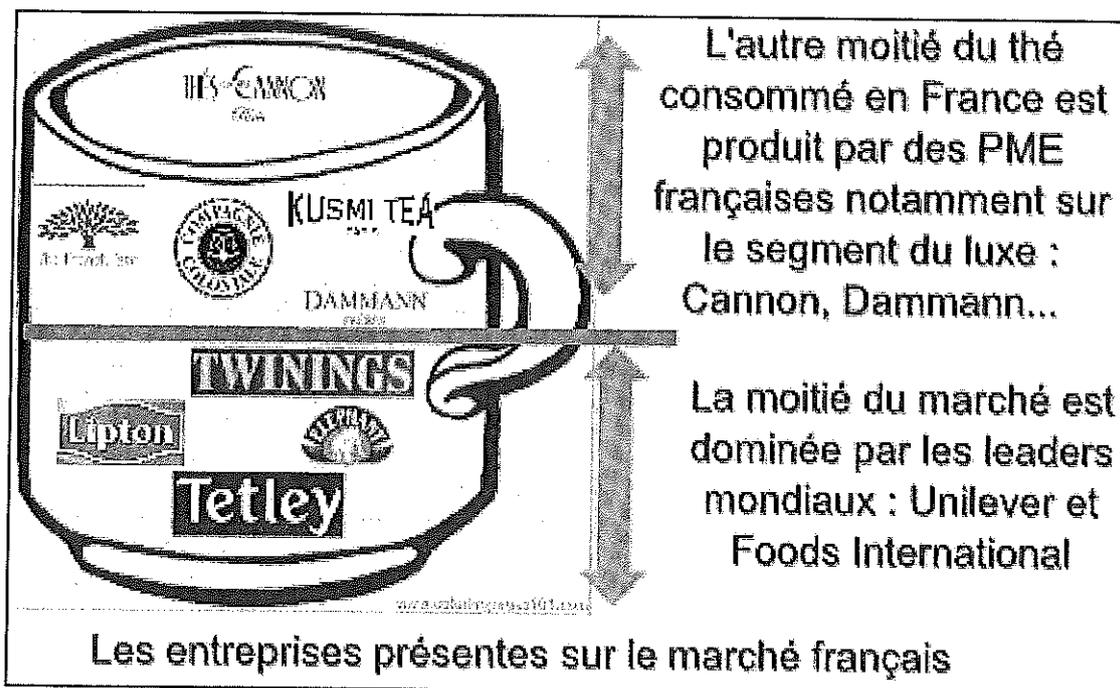
Indicateurs :	Variation 2015	Prévision 2016
Les prix à la consommation des thés et infusions	-1,2 %	↘
La consommation des ménages en thé et café	+1,5 %	+3,5 %
La production de thés et de cafés transformés	+2,5 %	+1,5 %
Le chiffre d'affaires des fournisseurs de thé et café	+6,0 %	↗

Deux principaux circuits de distribution :

Les fournisseurs de thé disposent de deux débouchés principaux : le circuit de la restauration hors foyer et le commerce de détail :



Source : Xerfi

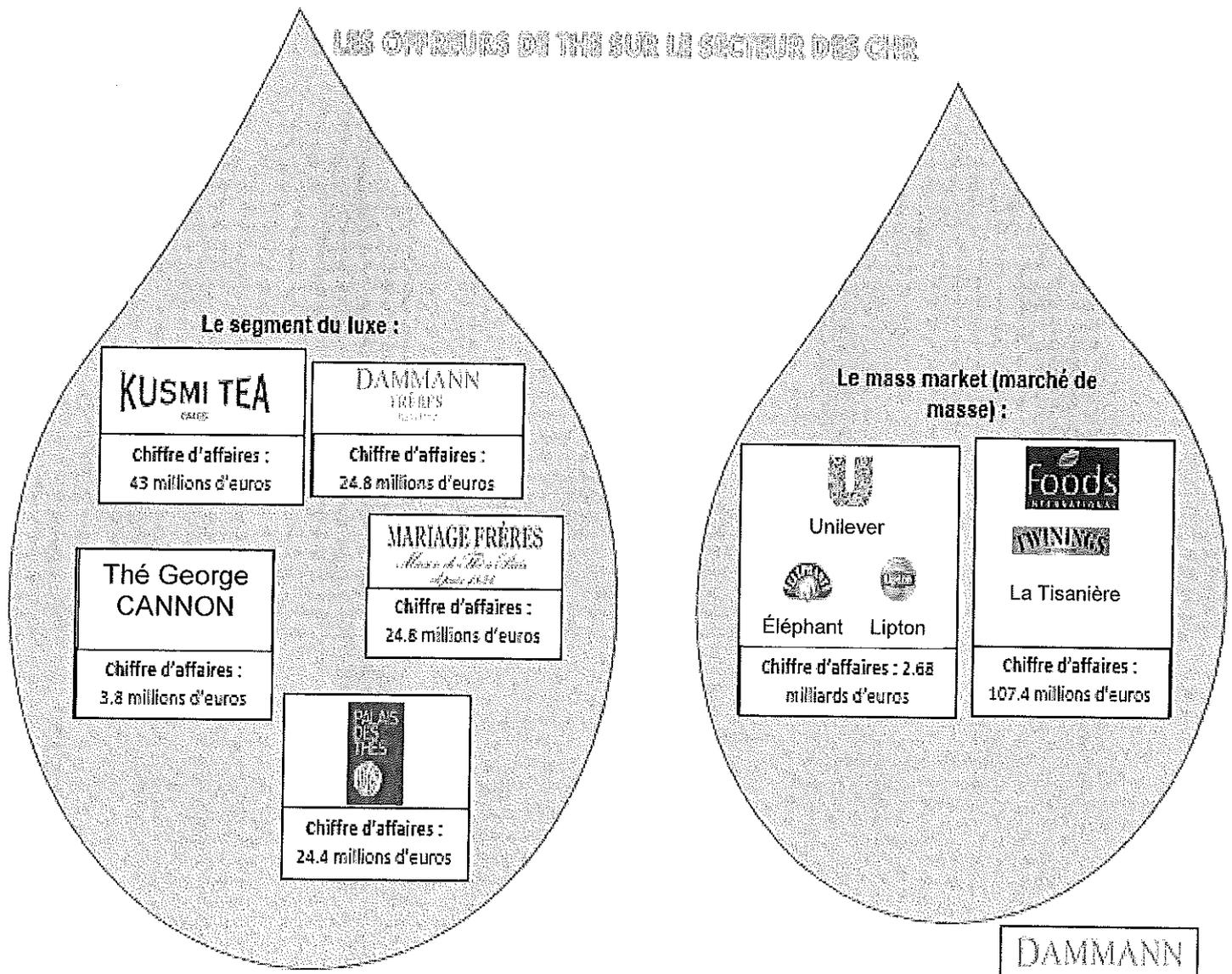


Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 8/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

PLUSIEURS ACTEURS FRANÇAIS TIRENT LEUR ÉPINGLE DU JEU :

Aux côtés des géants mondiaux de l'agroalimentaire (Unilever et Foods International), quelques entreprises françaises possèdent une place de choix dans le marché du thé : Dammann Frères, Mariage Frères, Kusmi Tea (entreprise non présente sur le marché des CHR). Elles se développent sur le segment du luxe grâce à la vente en ligne, le développement de boutiques spécialisées, la création de réseaux de revendeurs exclusifs et des partenariats avec des chaînes de grands palaces et de cafés, hôtels et restaurants.

xerfi France

LES OFFREURS DE THÉ SUR LE SECTEUR DES CHR

Source : XERFI, d'après INSEE, greffes des tribunaux de commerce.

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 9/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

LE MARCHÉ DU THÉ EN CHR



58% des français consomment du thé
2/3 des consommateurs sont réguliers

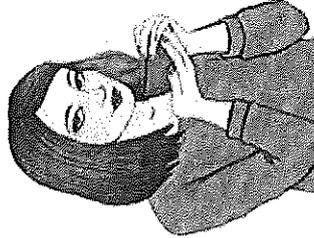


La consommation de thé
a triplé depuis 25 ans



Les français
consomment 230
grammes de thé par
an et par habitant.
La France, classée
30ème, a encore
beaucoup de potentiel
et progresse.

Le consommateur de thé en CHR



Ce sont les femmes qui boivent le plus de thé : 2 femmes sur 3 contre 1 homme sur 3.

Elles vivent surtout en région parisienne (on y consomme 2 fois plus de thé que dans les autres régions) et dans l'Ouest de la France.

Les boissons les plus consommées à l'extérieur sont les boissons chaudes (café, thé, chocolat...) surtout en journée. Les thés premiums (hauts de gamme) sont de plus en plus consommés.

SONDAGE RÉALISÉ PAR L'INSTITUT IFOP POUR C10. APRÈS DE 1002 PERSONNES REPRÉSENTATIVES DE LA POPULATION FRANÇAISE. (FÉVRIER 2016).

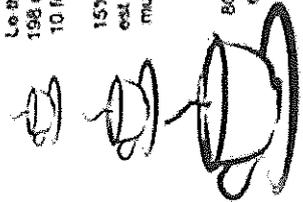


Le profil du consommateur de thé en France :



La consommation hors-domicile augmente car il y a de plus en plus de salons de thé.

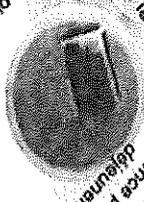
Les plus gros consommateurs sont les plus de 65 ans. Ils apprécient surtout les thés d'origine qui évoquent le voyage et la découverte de cultures.



Le thé glacé représente 194 millions de litres soit 10 fois plus qu'en 2007

15% du thé consommé est du thé vert, volume multiplié par 5 depuis 1996

80% du thé consommé en France est du thé noir



Les thés d'origine sont gâtés par la qualité. Ils dominent le marché. Ils ont été appréciés par les consommateurs les plus exigeants.

Les thés aromatisés sont très appréciés pour un moment gourmand et plaisir.

Les thés verts progressent beaucoup pour une variété sur le marché.

D'après **ALLIANCE THÉ** 15/10/2015



Ce sont les catégories socio-professionnelles supérieures des villes qui le dégustent le plus car il est cher



La dégustation se fait à toute heure et plus seulement le matin.

Le thé se consomme surtout en sachet.

Les consommateurs sont de plus en plus connaisseurs.

Source : theetinfusions.fr

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 10/17
E22 - U22 -- Préparation et suivi de l'activité commerciale			

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Des consommateurs nombreux et dépensiers

Des consommateurs nombreux et qui ne rechignent pas à la dépense. Voilà la clientèle dont les marchands de thé de l'Hexagone disposent aujourd'hui.

Pour Anne-Charlotte Roumier, chef de produits chez Lipton, cet engouement des Français s'explique par *"un accroissement des préoccupations des Français en matière d'alimentation et de santé. Or, le thé est sans conteste la meilleure boisson après l'eau et est riche de bienfaits"*. Même son de cloche chez Philippe Cohen-Tanugi, secrétaire général de Mariages Frères : *"Le thé est moderne : il répond aux attentes du consommateur. Il est naturel, sain, bienfaisant et bon. Or, peu de produits correspondent à ces quatre critères."*

Le thé de luxe, une force française

Un prix de revient faible et des clients nombreux, il ne manquait plus qu'une touche pour que le tableau soit idyllique. Cette touche, ce sera l'image de la France, ont décidé il y a une poignée d'années quelques entreprises aventureuses.

"Il y a vingt ans, nous avons compris qu'il fallait faire entrer le thé dans le domaine de la gastronomie, car en France, on ne boit pas le thé parce que l'on a soif. C'est une occasion gourmande. Or, l'offre de thé était très réduite, contrairement à celle de la gastronomie française de luxe", explique Philippe Cohen-Tanugi, secrétaire général de la société, leader du thé de luxe dans l'Hexagone.

Jusqu'à 60 % de marge

Petit à petit, Mariage Frères a bâti une ligne de 600 produits, avec des thés si rares que seule une dizaine de kilos est produite chaque année. Parfois au prix de 2.000 euros le kilo.

Et peu à peu, comme le vin, le thé est devenu un ingrédient qui s'allie aux autres. Le chiffre d'affaires de Mariage Frères dépasse désormais les 16 millions d'euros en France, et grimpe chaque année de 10 % au moins, tout comme celui de George Cannon, la société d'Olivier Scala. 10 % de hausse annuelle, c'est d'ailleurs le rythme de hausse de l'ensemble du marché du thé de luxe depuis 10 ans.

Olivier Scala avoue bien volontiers s'offrir des marges de 40 à 50 % sur des thés haut de gamme qui ne sont même pas transformés par ses soins. Avec des produits aromatisés ou mélangés, la marge monte à 60 %.

[...]



**Certains thés rares
ne sont produits
qu'à une dizaine de
kilos par an.**

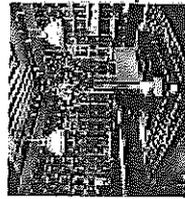
Photo © Olivier Scala

Source : Journal du Net - Mai 2017

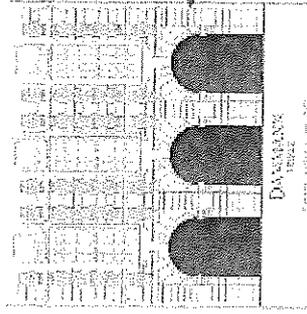
Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 11/17

LA SOCIÉTÉ DAMMANN

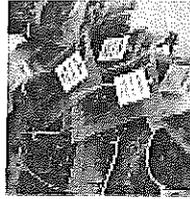
L'histoire commence en 1692 lorsque Louis XIV accorde au sieur Damame le privilège de la vente en France de café, thé, sorbet et chocolat.



Les experts de Dammann sélectionnent les meilleurs thés au monde, l'aromaticienne réalise des mélanges délicats et le blender perfectionne les assemblages de thés pour garantir aux clients des goûts sublimes. Le savoir-faire de Dammann, les relations privilégiées avec les meilleurs producteurs et l'élégance des produits en font le leader du luxe



Dans les années 50, le grand-père des dirigeants actuels reprend la société : c'est lui qui est à l'origine de la vente de thé en vrac en France et de mélanges inédits qui sont aujourd'hui de véritables classiques (les thés "goût Russe Douchka", "Christmas Tea"...)



Entreprise très créative, Dammann a créé le 1er thé parfumé moderne et détient plus de 3300 mélanges exclusifs. Elle a aussi créé le sachet Cristal et propose un assortiment de 60 thés et mélanges conditionnés en sachets nus ou individuels, en étuis, en boîtes ou en coffrets pour un usage privé ou professionnel.

Source : www.dammann.com

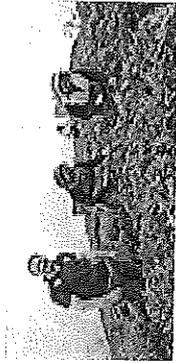
Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 12/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

PLAQUETTE DE PRÉSENTATION DES THÉS DAMMANN À DESTINATION DES COMMERCIAUX

DAMMANN
FRÈRES

UN SAVOIR FAIRE :

Thés, Rooibos, plantes aromatiques, huiles essentielles, sont récoltés à travers le monde auprès des meilleurs producteurs depuis 3 générations.



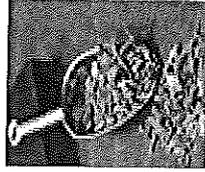
UNE PRODUCTION FRANÇAISE :

Un site de production unique de 35 000m² situé à Dreux où chaque semaine des centaines de lots sont produits, dégustés et contrôlés. Un travail qui garantit une qualité irréprochable.

Dammann Frères est le leader Français de la distribution de thé en vrac.

DES RECETTES UNIQUES :

Dammann Frères répertorie 3 300 mélanges et recettes. Le catalogue propose plus de 130 thés d'origine et un choix de 140 thés parfumés pour un total de 300 références.



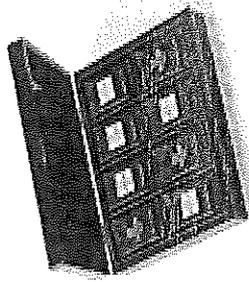
DE L'INNOVATION :

Le sachet Cristal véritable innovation au service d'une consommation de qualité. En matière souple et transparente il permet d'admirer l'infusion des feuilles entières sélectionnées par nos soins. Son voile au goût neutre préserve les arômes et permet un dosage parfait pour une préparation individuelle.

DAMMANN
FRÈRES

DU RAFFINEMENT :

L'exigence de qualité se prolonge dans le choix d'emballages soignés. Dammann Frères propose une collection de coffrets classiques ou originaux contenant des assortiments variés.



DAMMANN FRÈRES EN QUELQUES CHIFFRES :

- 170 collaborateurs
- 1000 Tonnes de thé produit / an
- 105 millions de sachets Cristal / an
- Distribution partout en France et dans 60 pays à travers le monde.

Source : www.dammann.com

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 13/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

CLIENTÈLE CHR DISTRIBUTEURS DE FRANCE BOISSONS

L'entreprise France Boissons compte 50.000 clients distributeurs de boissons et segmente sa clientèle de la façon suivante par ordre de chiffre d'affaires décroissant :

N°1	Clients de catégorie Platine	20 % de la clientèle
N°2	Clients de catégorie Or	30 % de la clientèle
N°3	Clients de catégorie Argent	50 % de la clientèle

Le publipostage doit être envoyé aux clients CHR distributeurs de boissons chaudes de catégorie Platine. Ils devront avoir passé commande dans les 6 derniers mois.

Les distributeurs de boissons chaudes représentent 8 % des clients Platine.

90 % des clients Platine boissons chaudes ont commandé dans les 6 derniers mois.

Source : Document d'auteur inspiré par l'entreprise France Boissons

DOCUMENT 7

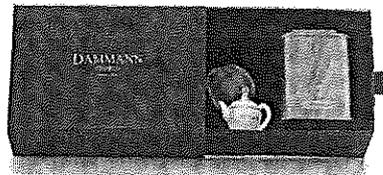
COFFRET DE DÉGUSTATION

Ce mini coffret « Tuileries » est composé d'un thé vert parfumé Miss Dammann 30 g, et d'une boule à infuser.

Poids net : 30 g

L/H/P : 13/6/9 cm

Prix HT professionnel pour l'offre découverte : 4.80 €



Source : www.dammann.com

DOCUMENT 8

LA GAMME DAMMANN COMMERCIALISÉE PAR FRANCE BOISSONS

Dammann Frères est la plus importante et plus ancienne société française de thé. C'est la référence pour les amateurs et connaisseurs de thé en France.

DAMMANN
FRÈRES
Paris 1692

Notre gamme est constituée de :

- Les infusions : Verveine, Tilleul, Menthe, Tisane du berger, Camomille,
- Les Thés noirs: Darjeeling, Ceylan OP, Breakfast, Earl Grey, Jasmin, Fruits rouges, Thé oriental, Thé Vanille...
- Les Thés verts : Bali, Soleil vert, Menthe, Citron, Thé gourmand, Thé printemps...

Source : France Boissons

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 14/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			

MODALITÉS DE CALCUL DE LA RÉMUNÉRATION VARIABLE
--

Taux de réalisation des objectifs en %	Pourcentage du CA retenu pour le calcul de la rémunération variable
< à 80 %	0 %
≥ à 80 % et < à 90 %	0.1 %
≥ à 90 % et < à 100 %	0.15 %
≥ à 100 % et < à 110 %	0.2 %
≥ à 110 % et < à 120 %	0.35 %
≥ 120 %	0.5 %

→ Chaque commercial a un fixe mensuel brut d'un montant de 1 000 €

Source interne

DOCUMENT 10

MODALITÉS D'ATTRIBUTION DE LA PRIME SUR OBJECTIF

Taux de réalisation des objectifs en %	Montant de la prime sur objectif
< à 100 %	0 €
≥ à 100 % et < à 110 %	100 €
≥ à 110 % et < à 120 %	150 €
≥ 120 %	250 €

Source interne

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 15/17

ANNEXE 1

À compléter et à remettre avec la copie.

CALCUL DU NOMBRE DE COFFRETS À ENVOYER AUX CLIENTS PLATINE

ÉLÉMENTS	CALCULS	RÉSULTATS
Nombre de clients Platine		
Nombre de clients boissons chaudes Platine		
Nombre de clients boissons chaudes Platine ayant commandé dans les 6 derniers mois		
Nombre de publipostages à envoyer		

ANNEXE 2

À compléter et à remettre avec la copie.

TABLEAU DE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DES COMMERCIAUX POUR LE CALCUL DES RÉMUNÉRATIONS

Suivi activité chefs de secteur mai 2018							
Nom des commerciaux	Objectif de CA en €	CA réalisé en €	Taux de réalisation des objectifs en %	Pourcentage retenu pour le calcul de la commission	Montant de la commission en €	Montant de la prime sur objectif en €	Montant de la rémunération totale en €
M. Duchêne	49.414,00	48.000,00	(1)		(2)		(3)
Mme Bouhani	45.678,00	49.008,00					
M. Gall	60.540,00	67.200,00					
Mme Farak	58.655,00	68.905,00					
	214.287,00	233.113,00					

Arrondir à deux chiffres après la virgule.

Justification des calculs

(1) :

(2) :

(3) :

Baccalauréat Professionnel Vente	1806-VE T 22	Session 2018	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 17/17
E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale			