

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

SPÉCIALITÉ MCV B

Session 2022

ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

Le dossier comporte 24 pages numérotées 1 à 24.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Temps de préparation : 4 heures

Prestation : 30 minutes (20 minutes d'exposé et 10 minutes d'entretien)

CONSIGNES AUX CANDIDATS DE L'ÉPREUVE PRATIQUE ORALE :

Votre épreuve pratique orale se déroule en trois phases :

- Vous disposez d'un temps de préparation d'une durée de 4 heures, pour :
 - Prendre connaissance de la situation proposée, du travail à faire et de l'ensemble de la documentation papier et multimédia fourni.
 - Rechercher et exploiter les informations.
 - Sélectionner et concevoir les documents supports utiles à votre présentation. Vous utiliserez l'outil numérique de votre choix parmi la liste suivante : Suite Office (Word, Powerpoint...).
- Une présentation dynamique et professionnelle d'une durée de 20 minutes maximum.

Vous pouvez, lors de votre prestation, utiliser l'ensemble des supports qui vous a été fourni (documentation papier...). Vous devez **obligatoirement** appuyer votre présentation par des supports multimédias (diaporama...), ceux proposés en l'état ou modifiés, ou d'autres élaborés par vos soins à partir des logiciels fournis. Pour effectuer votre présentation, vous avez à votre disposition un ordinateur portable ainsi qu'un vidéoprojecteur. Toutefois, vous devez apprécier le temps nécessaire à cette présentation, en l'intégrant de façon opportune à votre prestation pour ne pas dépasser la durée maximale.

- Un entretien avec le jury d'une durée de 10 minutes maximum : cet entretien correspond à l'analyse de la prestation que vous venez de réaliser. Vous serez amené à répondre à des demandes de précision de la part du jury.

PRÉPARATION :

Pour mener à bien votre mission, vous disposez de :

- ✓ Un ordinateur équipé de logiciel de bureautique,
- ✓ Une imprimante,
- ✓ Un dossier professionnel composé des éléments suivants :
- ✓ Le sujet de l'épreuve orale en version numérique
- ✓ Un accès à la boutique en ligne Artisans du Monde : <https://www.boutique-artisans-du-monde.com/>
- ✓ Un accès au site FairBox : <https://www.fairbox.fr>
- ✓ Un accès au site Mappy : <https://fr.mappy.com>
- ✓ Une clé USB pour enregistrer votre présentation numérique

SOMMAIRE

Mise en situation professionnelle	P 4
Votre plan d'action	P 5

Dossier 1. Connaissance d'Artisans du Monde

<u>Ressource n°1 :</u> Coordonnées de l'entreprise	P 6
<u>Ressource n°2 :</u> Vidéo présentation Artisans du Monde	P 6
<u>Ressource n°3 :</u> Carte des magasins Artisans du Monde en France	P 7
<u>Ressource n°4 :</u> Carte régionale des magasins spécialisés en France	P 8
<u>Ressource n°5 :</u> Qui sommes-nous ?	P 9
<u>Ressource n°6 :</u> Artisans du Monde et le commerce équitable	P 10 à 11

Dossier 2. Connaissance de l'offre produits

<u>Ressource n°7 :</u> Dépliant Artisans du Monde	P 12 à 13
<u>Ressource n°8 :</u> Dépliant Fairbox	P 14 à 15
<u>Ressource n°9 :</u> Le concept de la box mensuelle : un marché florissant	P 16
<u>Ressource n°10 :</u> Exemples de thématiques Fairbox	P 17 à 20

Dossier 3. Connaissance de votre secteur

<u>Ressource n°11 :</u> Base de données des magasins spécialisés	P 21 à 22
<u>Ressource n°12 :</u> Cartographie du Val de Marne	P 23
<u>Ressource n°13 :</u> Distances kilométriques (à titre indicatif)	P 24
<u>Ressource n°14 :</u> Les éléments du coût des visites commerciales	P 25

Toutes les ressources de ce dossier sont également disponibles sur votre clé USB

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE



Marque pionnière du commerce équitable en France, Artisans du Monde propose des produits d'épicerie et d'artisanat du monde.

Sa centrale d'achat Solidar'Monde, distribue les produits labellisés Artisans du Monde dans les réseaux spécialisés bio ou équitables.

Artisans du Monde et Solidar'Monde considèrent ses fournisseurs comme des partenaires en les rémunérant à des prix justes et en développant des relations durables. Il s'agit d'une véritable philosophie afin d'être cohérent avec les valeurs de ce qu'ils défendent : équité, solidarité mais aussi amélioration de la vie des producteurs.

Sous la direction de madame Boréal, responsable commerciale, vous évoluez en tant qu'attaché(e) commercial(e), au sein d'Artisans du Monde.

MISSION

Artisans du Monde a participé au Salon Gourmet Porte de Versailles à Paris. Il s'agissait d'un salon dédié aux fournisseurs d'épicerie fine et de gastronomie qui s'adresse aux circuits de distribution sélective ou spécialisée.

Durant le salon, vous avez eu l'occasion de reprendre contact avec différents clients distributeurs de la marque Artisans du Monde.

À l'heure actuelle, ils ne proposent pas le produit FairBox dans leurs points de vente. En effet, depuis son lancement en 2019, la FairBox n'a pas eu le succès escompté : le concept n'est pas connu auprès des magasins spécialisés. Jusqu'à présent, personne n'a été désigné dans la promotion et la valorisation de la FairBox auprès de cette cible.

Aujourd'hui, Artisans du Monde souhaite que vous développiez les ventes de la FairBox : votre objectif est d'obtenir le référencement dans les magasins spécialisés du Val de Marne (94).

Vous avez rendez-vous avec votre responsable commerciale madame Boréal pour lui présenter le plan d'action que vous proposez de mettre en œuvre en précisant la démarche et en justifiant les choix réalisés en relation avec l'objectif fixé.

VOTRE PLAN D'ACTION

Élaborer le plan d'action, permettant d'atteindre l'objectif fixé par votre responsable commerciale, en portant une attention particulière aux éléments suivants :

- ✓ La sélection des magasins spécialisés nécessitant une visite immédiate (prospects chauds).
- ✓ L'organisation de votre plan de tournée qui permettra de rencontrer les professionnels sélectionnés, sachant que les visites seront positionnées sur une journée et auront lieu de 9h00 à 12h et de 14h à 18h avec un retour au siège en fin de journée. La durée moyenne d'une visite est de 1 heure.
- ✓ Le calcul du coût de votre opération de prospection en optant pour la solution la plus en adéquation avec les valeurs d'Artisans du Monde.
- ✓ La construction de l'argumentaire pour l'entretien avec le ou la responsable du magasin spécialisé permettant de valoriser la FairBox (10 arguments).
- ✓ Les principales objections qui risquent de vous être posées (1 objection par mobile d'achat).
- ✓ Les arguments pour les contrer (1 argument pour chaque objection).

Lors de votre prestation orale, vous présenterez brièvement l'entreprise et les missions confiées, puis vous exposerez votre plan d'action. Ce dernier devra préciser la démarche mise en œuvre, la justification des choix réalisés en relation avec l'objectif fixé.



DOSSIER 1 – CONNAISSANCE D'ARTISANS DU MONDE

Ressource N°1 : Coordonnées de l'entreprise



Solidar'Monde / Fédération Artisans du Monde

14 rue de la Beaune

93100 Montreuil

Tél. : +33 (0)1 43 60 11 60

cdes@solidarmonde.fr

www.artisansdumonde.org

Ressource N°2 : Vidéo de présentation Artisans du Monde



Ressource N°3 : Carte des magasins Artisans du Monde en France



Source : www.boutique-artisans-du-monde.com

Ressource N°4 : Carte régionale des magasins spécialisés en France

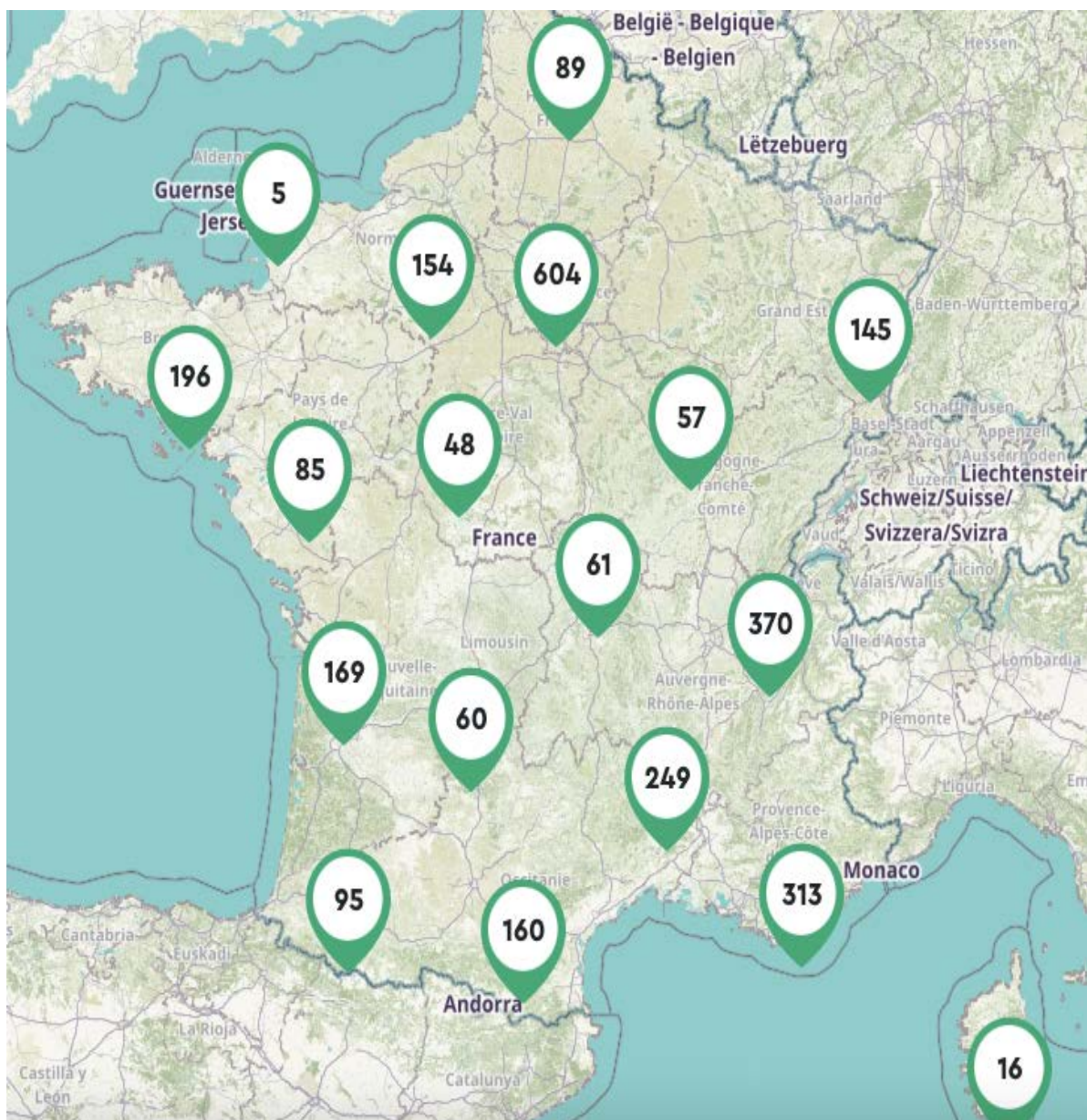
Il existe en France de nombreux magasins bio, qu'il s'agisse d'enseignes rattachées à de grands groupes ou de petits magasins indépendants.

○ Les grandes enseignes de magasins bio :

On compte en France une quinzaine d'enseignes spécialisées dans les produits bio. Les cinq enseignes de magasins bio qui arrivent en tête du classement en matière de chiffre d'affaires sont Biocoop, la Vie Claire, Comptoir de la bio, Biomonde, Naturalia.

○ Les magasins bio indépendants :

Parallèlement au développement des grandes enseignes spécialisées, de nombreux petits magasins bio ont ouvert leurs portes ces dernières années. Dans le département du Val de Marne, on peut citer : Scop Bulles de vie, Un point c'est Bio, Bio-K, Votre Terre...



Source : www.biolaune.com

Ressource N°5 : Qui sommes-nous ?

En 1974, personne n'y croyait.

C'est pourtant cette année, animé par un désir de justice et un esprit follement avant-gardiste, qu'Artisans du Monde a créé la première boutique équitable en France.

À l'époque déjà, Artisans du Monde favorise les relations directes avec les producteurs, le respect des droits humains fondamentaux, ainsi qu'une juste rémunération qui leur permette de subvenir aux besoins de leur famille. Une prime, qui leur est systématiquement versée, est destinée à des projets de développement local comme l'amélioration des routes, l'équipement d'écoles primaires ou la protection de la biodiversité.

Le succès est au rendez-vous et ne cesse de croître depuis 40 ans : en 2016, la consommation de produits issus du commerce équitable poursuit son irrésistible ascension avec une croissance. Aujourd'hui, dans les 130 boutiques Artisans du Monde qui maillent la France, ce sont 105 organisations de producteurs originaires de 44 pays qui sont représentées.

L'histoire d'Artisans du Monde et de Solidar'Monde

Solidar'Monde a été fondée en 1984 à l'initiative de la fédération Artisans du Monde.

La mission de Solidar'Monde est de commercialiser des produits artisanaux, alimentaires et cosmétiques du commerce équitable. Ces produits proviennent de pays en développement et sont commercialisés selon les principes d'équité et de solidarité, avec pour objectif d'améliorer les conditions de vie des producteurs.

Solidar'Monde considère ses fournisseurs comme des partenaires, en les rémunérant à un juste prix et en développant des relations durables.

Solidar'Monde a également pour mission de sensibiliser les consommateurs aux conditions des échanges économiques avec ces pays et de promouvoir un commerce plus équitable et juste. Solidar'Monde est membre de l'European Fair Trade Association (EFTA) qui regroupe 11 centrales d'importation de commerce équitable dans 9 pays.

Solidar'Monde est également membre de l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO).

Notre équipe compte des salariés qui œuvrent pour vous proposer les meilleurs produits équitables :

- de l'artisanat issu de savoir-faire uniques : bijoux, déco, art de la table, jeux pour enfants et bien d'autres objets éthiques ;
- une sélection de chocolats, cafés, thés, quinoas, super graines, riz, fruits séchés équitables et bio ;
- des cosmétiques responsables et respectueux des producteurs, de l'environnement et votre corps.



Source : www.boutique-artisans-du-monde.com

► **Artisans du monde réveille les consciences**

Artisans du Monde est la marque pionnière du commerce équitable qui, au-delà du plaisir du palais, porte une véritable histoire : celle des paysans qui perpétuent un savoir-faire traditionnel, celle des bénévoles qui se mobilisent chaque jour pour un commerce plus humain et plus soucieux de l'environnement et celle des consommateurs qui par leur acte d'achat s'engagent pour un commerce équitable exigeant.

Une histoire de bon sens

En 1974, personne n'y croyait. C'est pourtant cette année, animé par un désir de justice et un esprit follement avant-gardiste, qu'Artisans du Monde a créé la première boutique équitable en France.

A l'époque déjà, la marque favorise les relations directes avec les producteurs, le respect des droits humains fondamentaux, ainsi qu'une juste rémunération qui leur permette de subvenir aux besoins de leur famille. Une prime, qui leur est systématiquement versée, est destinée à des projets de développement local.

Le succès est au rendez-vous et ne cesse de croître depuis 40 ans : la consommation de produits issus du commerce équitable poursuit son irrésistible ascension.

Aujourd'hui, dans les 130 boutiques Artisans du Monde qui maillent la France, ce sont 105 organisations de producteurs, originaires de 44 pays qui sont représentées

► **L'exigence du champ à l'assiette**



Croquer dans l'un de nos produits signifie bien plus qu'un plaisir gustatif : c'est un acte citoyen. Derrière les produits se cache un mouvement qui porte une vision exigeante du commerce équitable. Symbole de cet engagement, le label international WFTO (1) garantit le contrôle des conditions de travail, les salaires, l'absence de travail des enfants et la protection de l'environnement. Mais au-delà de la certification, nous avons une ambition de progression permanente pour permettre aux producteurs d'être les propres acteurs de leur développement.

La marque a fait le choix d'une distribution 100% équitable, uniquement dans des boutiques associatives et des magasins bio. Pour porter ces convictions et faire en sorte que l'équitable soit la norme et non plus l'exception, 6000 bénévoles se mobilisent chaque jour via des campagnes de sensibilisation et des actions d'éducation. Un nouveau citoyen qui s'engage, un nouveau consommateur qui déguste les produits, et c'est tout le mouvement qui grandit.

Notre ambition par le Commerce Equitable :

- **Développer l'économie** : prix minimum garanti, préfinancement des commandes, prime pour des projets collectifs, engagement durable avec les producteurs et transparence de la chaîne de commercialisation.
- **Protéger l'environnement** : réduire l'empreinte écologique de la production, défendre la biodiversité.
- **Défendre les droits sociaux et humains.**

► Le prix équitable

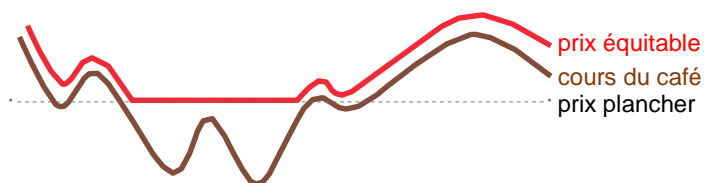
Le prix payé aux producteurs est le résultat d'une négociation entre les différentes parties prenantes : producteurs, travailleurs, acteurs économiques, associations de commerce alternatif, représentants des labels. L'objectif est d'obtenir un prix visant à couvrir les frais de production, de vie quotidienne et d'organisation.

Nos filières labellisées font l'objet d'une fixation d'un prix minimum garanti encadré par des standards internationaux. A ces prix minima garantis est ajoutée une prime « commerce » équitable destinée à financer des actions collectives et éventuellement une prime biologique si le produit est certifié.

Ces standards diffèrent selon les pays, les produits et les types d'organisations. Ils sont réévalués régulièrement.

Le mécanisme de fixation des prix répond au schéma suivant de manière à éviter les variations trop importantes de prix en cas de prix du marché bas (minimum garanti) et à garantir que le « prix équitable » soit toujours supérieur (prime équitable) au marché conventionnel.

Cette « technique » garantit un avantage comparatif du commerce équitable fort, notamment en période de cours bas.



► La Fairbox, première box 100% bio et équitable



Un coffret responsable par mois pour se régaler tout en voyageant à 29,90€

Chaque mois, **la Fairbox** emmène ses abonnés à la rencontre de saveurs nouvelles qui allient gastronomie et exigence.

Plus qu'un coffret culinaire, elle invite au voyage avec **une recette, une rencontre de producteurs et des infos sur un produit insolite...** le tout dans un coffret 100% réutilisable qui change de look tous les mois !

Les garanties

Attachés à une agriculture paysanne respectueuse de l'environnement, il n'y a **que des produits labellisés Bio et Commerce Équitable dans la Fairbox.**

Il s'agit d'un **abonnement sans engagement**, facile à arrêter et à reprendre.

Bref, **le cadeau responsable** qu'on peut faire aux autres comme à soi sans contrainte !

Pas de mauvaise surprise, le coût de la livraison est compris dans le prix de la box.

Toutes les Fairbox peuvent aussi être commandées à l'unité sur la boutique en ligne d'Artisans du Monde.

Fairbox.bio

À découvrir sur www.fairbox.fr

fairbox_bio

Source : www.boutique-artisans-du-monde.com

DOSSIER 2 – CONNAISSANCE DE L'OFFRE PRODUITS

Ressource N° 7 : Dépliant Artisans du Monde (Recto-Verso)



The flyer features a green background with large tropical leaves. At the top, three stylized figures (a woman in a purple sari, a man in a yellow shirt, and a woman in a purple jacket) stand behind a red sign that reads 'Depuis 1974 Artisans du Monde Pour un commerce équitable'. Below this, the main title 'ARTISANS DU MONDE, PIONNIER DU COMMERCE ÉQUITABLE, RÉVEILLE LES CONSCIENCES' is written in bold green letters. The flyer is divided into three columns, each with a red header box and a green icon. The first column is about product range, the second about market standards, and the third about the mission. At the bottom, there is a collection of products including coffee, chocolate, and grains, along with a red call-to-action box and logos for Fairtrade, the European Union, and Solidar Monde.

Depuis 1974
Artisans du Monde
Pour un commerce équitable

ARTISANS DU MONDE, PIONNIER DU COMMERCE ÉQUITABLE, RÉVEILLE LES CONSCIENCES

+ de 1000 références bio et équitables

Notre démarche

Notre mission

Exclusivement en boutiques associatives et en magasin spécialisés :
café, sucre, chocolat, supers graines, mode, déco, jouets...

La plus exigeante du marché : nous allons au-delà des critères des labels bio et équitables

Permettre aux **producteurs, aux savoir-faire uniques et traditionnels**, d'être les propres acteurs de leur développement

Epicerie
Artisanat
Cosmétiques

**REJOIGNEZ LE MOUVEMENT
DEVENEZ ARTISANS DU MONDE**

Logos: Fairtrade, European Union, Solidar Monde

Pourquoi acheter des produits Artisans du Monde?

- Parce qu'ils sont **bons!**
- Parce qu'ils sont **bios!**
- Parce qu'ils ont **du sens** : le respect de la **dignité humaine** et de **l'environnement!**



Pourquoi le commerce équitable ?

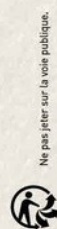
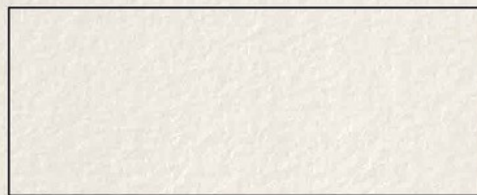
Pour permettre aux producteurs d'être les propres acteurs de leur développement.

Les grands principes du commerce équitable :

- Favoriser le **développement économique** grâce au **prix minimum garanti**, au **préfinancement** des commandes, à la **prime** pour des projets collectifs, à **l'engagement durable** des acteurs et à la transparence de la chaîne de commercialisation
- Protéger l'environnement en **réduisant l'empreinte écologique** et en défendant **la biodiversité** et **l'agriculture biologique**
- Protéger **les droits sociaux et humains** selon les critères de l'Organisation Internationale du Travail

Comment Artisans du Monde s'engage dans le commerce équitable ?

- Une filière intégrée : maîtrise de toute la chaîne, depuis le producteur jusqu'au consommateur
- Relation directe avec les producteurs : priorité aux circuits courts
- **Distribution exclusive des produits en magasins bio ou équitables**



14 rue de la Beaune - 93181 Montreuil Cedex - Tél: 01 43 60 11 50 - Fax: 01 41 63 99 53

Source : Artisans du Monde

FAIRBOX
— 100% BIO ET ÉQUITABLE —

COMMERCE ÉQUITABLE

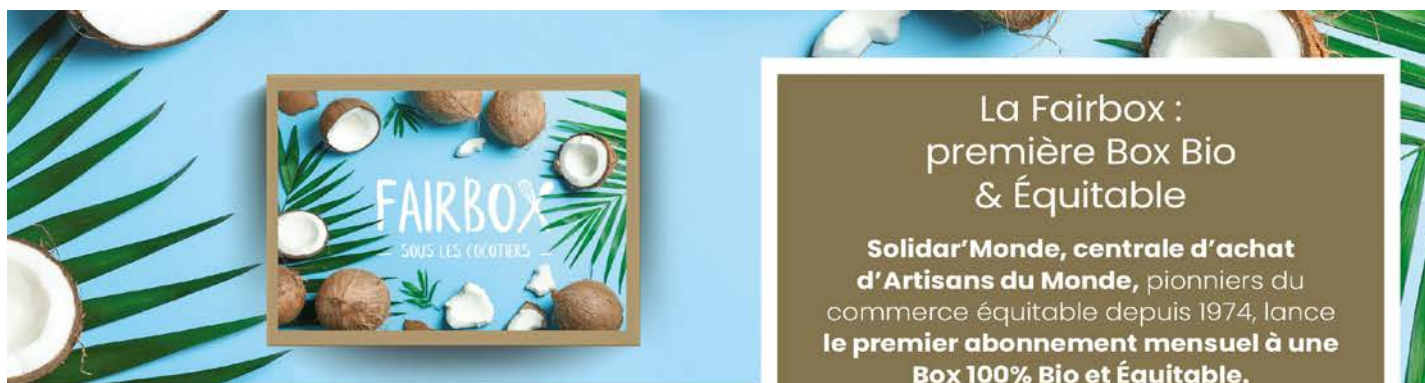
La Première Box
Bio & Équitable

Un nouveau voyage
chaque mois

Des produits
gourmands & engagés

www.fairbox.fr

The poster features a background image of three farmers wearing traditional conical hats working in a field. A stylized world map is overlaid on the bottom half. The text is centered and uses a clean, sans-serif font. The overall color palette is natural and earthy.



Le concept

Un coffret responsable par mois pour se régaler tout en voyageant à 29,90€

Chaque mois, **la Fairbox** emmène ses abonnés à la rencontre de saveurs nouvelles qui allient gastronomie et exigence.

On est en effet convaincu que justice dans l'assiette nous permet d'être bien dans nos baskets ! C'est pourquoi on met beaucoup de cœur et de saveur dans cette **Fairbox**.

Artisans du Monde sélectionne alors parmi **ses meilleurs produits** pour proposer **une expérience qui fera parcourir le monde** à plus d'un gourmand, toujours **dans le respect des hommes et de l'environnement !**

Dans chaque Fairbox, on trouve entre **5 et 7 produits d'épicerie**.

Plus qu'un coffret culinaire, elle invite au voyage avec **une recette, une rencontre de producteurs et des infos sur un produit insolite...** le tout dans **un coffret 100% réutilisable** qui change de look tous les mois !



Les garanties



Attachés à une agriculture paysanne respectueuse de l'environnement, il n'y a **que des produits labellisés Bio et Commerce Équitable** dans la **Fairbox**. Il s'agit d'un **abonnement sans engagement**, facile à arrêter et à reprendre. Bref, **le cadeau responsable** qu'on peut faire aux autres comme à soi sans contrainte ! Pas de mauvaise surprise, le coût de la livraison est compris dans le prix de la box.

À découvrir sur : www.fairbox.fr

À propos d'Artisans du Monde & Solidar' Monde

Association créatrice du commerce du commerce équitable en France, Artisans du Monde change les règles du commerce international depuis 1974, grâce à ses milliers de bénévoles.

Solidar' Monde a été fondée à l'initiative d'Artisans du Monde en 1984 pour commercialiser des produits alimentaires, artisanaux et cosmétiques du commerce équitable.

L'équipe, animée par les valeurs d'équité et de solidarité, œuvre pour proposer les meilleurs produits en considérant les fournisseurs comme des partenaires et en développant des relations durables.

Source : Artisans du Monde

Ressource N°9 : Le concept de la box mensuelle : un marché florissant



Il y a quelques années déjà, la génération des box mensuelles faisait son apparition dans l'Hexagone. Un peu plus différent du concept des coffrets-cadeaux, la box mensuelle a créé un marché florissant qui s'accapare une part de plus en plus grandissante dans le paysage du e-commerce. Nous allons voir tout de suite, le concept de la box mensuelle, ce qui fait le succès de cette tendance, ses débuts, et également le secret des box qui ont la cote.

Le concept de la box mensuelle

Le concept de la box consiste à payer un abonnement afin de se faire livrer tous les mois une sélection de produits dans le cadre d'une certaine thématique. Il peut s'agir de produits de beauté, de produits liés à la gastronomie, de produits vestimentaires, de produits d'épicerie fine, de produits pour les animaux domestiques... Les produits changent tous les mois, afin de garantir l'effet de surprise à chaque réception de la box.

L'objectif de ce concept ?

Il s'agit de susciter chez le client, l'étonnement, l'émerveillement, la joie de recevoir une surprise, le plaisir...

Par ailleurs, grâce à cette nouvelle tendance, la clientèle spécifiquement ciblée sera fidélisée tant par des produits qui les intéressent, que par des prix qui défient toute concurrence.

Qu'est-ce qui a fait le succès de la box mensuelle ?

La grande possibilité en terme de diversité des box mensuelles fait partie des éléments qui ont contribué au succès du concept (...).

En outre, si le produit sélectionné est apprécié, fidéliser le public sera plus facile et la publicité du produit sera même assurée gratuitement grâce à une communication active sur les réseaux sociaux. Il n'est pas non plus à négliger le sentiment de communauté créé par l'utilisation du produit chez les clients qui aiment partager leur expérience sur leur compte personnel en ligne.

Enfin, le fait de recevoir sa box mensuelle directement chez soi ou dans un magasin spécialisé est un autre atout qui séduit de plus en plus de monde aujourd'hui.

Les avantages pour les abonnés

Il est clair que si la box mensuelle rencontre un tel succès sur le marché, c'est qu'il existe des avantages considérables pour les abonnés. L'utilisateur fait une expérience de découverte du contenu de sa box. Grâce à la box mensuelle, il a la chance de découvrir des produits qu'il n'a pas l'habitude de connaître.

La plupart du temps, le tarif des produits proposés dans la box surpasse nettement le prix de l'abonnement. L'appât d'un prix largement avantageux ne laissera personne indifférent ! Mais encore, l'immense gain de temps en se faisant livrer gratuitement à domicile est encore un autre avantage qui achèvera de convaincre les plus réticents (...).

Source : <http://innoverpoursurvivre.com/concept-de-box-mensuelle-marche-florissant/>

Ressource N°10 : Exemples de thématiques FairBox

Box ambiance Tour du Monde



Description :

Comme une envie d'évasion ? En attendant de pouvoir voyager, on vous a préparé une box pour vous évader le temps d'un instant ...

Composition de la box :

- Spécialité d'ananas bio 250g : 4,01 €
- Carcadé bio 40g : 3,84 €
- Sucre de coco brun bio 500g : 5,52 €
- Chocolat vegan Croquant Amandes bio 100g : 3,35 €
- Spaghetti au quinoa bio 500g : 3,39 €
- Assortiment de curry bio 65g : 3,97 €
- Marque-pages Voyage prix : 7,90 €

Box ambiance Été Indien (Septembre)



Description :

On nous a dit qu'on irait où on voudra quand on voudra... L'Inde ça vous dit ? On vous fait découvrir les origines du Garam Massala, mélange d'épices indien chaleureux et délicieux. Un peu de riz basmati, quelques épices savoureuses venues du voisin Sri Lankais et c'est parti pour un délicieux pour un délicieux périple.

Pour prolonger le voyage, plongez-vous dans notre recette pour associer le riz à une salade craquante concombre-mangue.

Besoin d'une pause ? Parfait, c'est l'heure du thé. Pas n'importe lequel, on a sélectionné un intense Darjeeling, l'un des thés noirs les plus réputés.

Composition de la box :

- Riz basmati 500g : 3,66 €
- Garam Massala 30g : 2,83 €
- Thé noir Darjeeling 100g : 5,55 €
- Vinaigre à la mangue 200ml : 6,60 €
- Mélange d'épices 20g : 1,47 €
- Clous de girofle 10g : 1,88 €
- Pochon Artisans du Monde : 5,90 €

Box ambiance Le temps des fleurs (Juillet)



Description :

Une box toute fleurie : un bouquet de jasmin pour parfumer le thé ou le riz, des fleurs d'hibiscus pour infusion de carcadé, un chocolat au sucre de fleurs de coco, un miel crémeux et une jolie guirlande. Côté recette, rendez-vous autour d'un délicieux riz au lait et partez à la rencontre de nos producteurs de sucre de coco en Indonésie.

Composition de la box :

- Thé Jasmin 90g : 7,31 euros
- Riz thaï jasmin complet 500 g : 2,75 €
- Miel crémeux 450g : 6,71 €
- Infusion carcadé 40g : 3,65 €
- Chocolat noir au sucre de fleur de coco 80% 100g : 3,15 €
- Guirlande de fleurs Shola : 7,90 €

Box ambiance En terre africaine (novembre)



Description :

Rendez-vous en terre africaine avec notre FairBox ! Découvrez une sélection de produits africains.

Composition de la box :

- Tablette chocolat noir fleur de sel Fairafric Ghana : 2,95 €
- Capsules de café compostables Ethiopie : 13,50 €
- Roiboos Afrique Superfruit : 6,51 €
- Mangues séchées Burkina Faso : 3,45 €
- Décapsuleur Congo : 14,90 €

Source : www.boutique-artisans-du-monde.com

DOSSIER 3 – CONNAISSANCE DE VOTRE SECTEUR

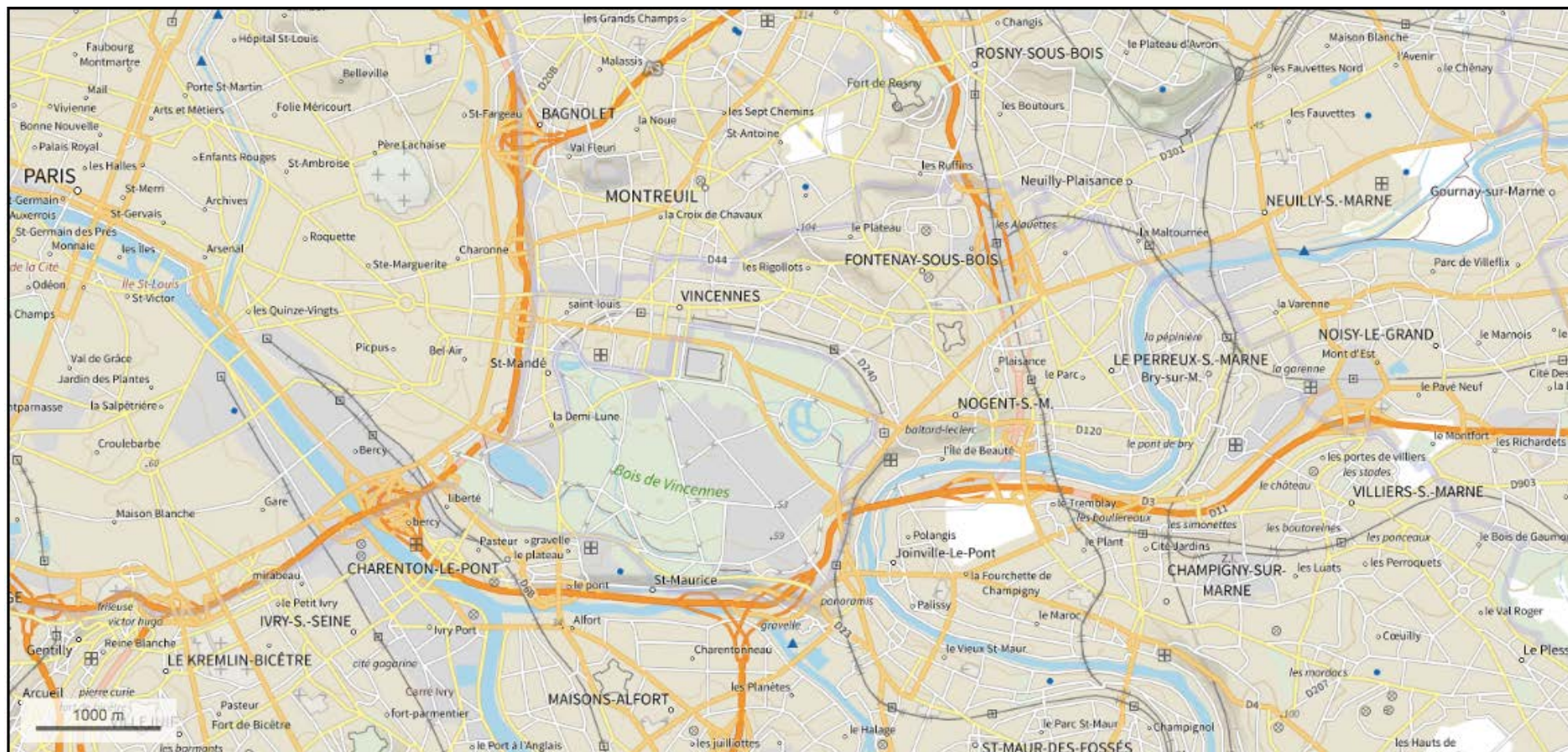
Ressource N°11 : Base de données des magasins spécialisés
--

Nom de l'entreprise	Adresse	Contact	Téléphone	Courriel	Observations
Biocoop Toutelabio	131 avenue Pierre Brossolette 94170 Le Perreux-sur-Marne	Mme Blanchar	01.43.24.82.91	blanchar.sophie@gmail.com	Intéressée, plaquettes de produits pour achats imminents
Naturalia	68 grande rue Charles de Gaulle 94130 Nogent-sur-Marne	M. Pinot	01.43.94.06.39	naturalia94130@free.fr	Intéressé, exprime une intention d'achat
Un point c'est Bio	24 rue des Courts Sillons 94350 Villiers-sur-Marne	Mme Croisic	01.85.44.03.39	m.croisic@gmail.com	Pas de projet dans l'immédiat
La Vie Claire	74 avenue Georges Clemenceau 94170 Le Perreux-sur-Marne	M. Bui	01.48.72.10.85	t.bui@yahoo.fr	Changement de gérant. Pas de projet
Le Blé d'Or	36 boulevard du Général Gallieni 94360 Bry-sur-Marne	Mme Claire	01.48.81.53.30	claire-bledor21@free.fr	Injoignable boîte vocale
Le Grand Panier Bio	61 rue de la Malnoue 93160 Noisy-le-Grand	Mme Théo	01.43.04.65.03	theo.lea@lgpb.fr	Souhaite avoir plus d'informations
Scop Bulles de vie	29 bis boulevard de Verdun 94120 Fontenay-sous-Bois	M. Arnaud	01.48.02.94.05	arnaud.pivot@yahoo.fr	Intéressé par une collaboration mais pas dans l'immédiat
Biocasa	38 rue du Lieutenant André Ohresser 94500 Champigny-sur-Marne	M. Da Silva	06.80.38.68.65	e.dasilva@gmail.com	Aucun projet dans l'immédiat

Les Nouveaux Robinsons	32 rue Marat 94200 Ivry-sur-Seine	M. Izoéno	01.78.12.09.70	lesnouveauxrobinsons94@gmail.com	Changement de gérant. Intéressé, projet à court terme
Bio-K	5 avenue Léopold Sédar Senghor 94100 Saint-Maur-des-Fossés	Mme Bicot	01.49.76.28.27	biok@gmail.com	Injoignable, boîte vocale
Le Fermier	131 Bd de Créteil 94100 Saint-Maur-des-Fossés	Mme Mabire	01.48.86.55.92	lefermier94@yahoo.fr	Souhaite avoir plus d'informations pour un projet en automne mais après les travaux.
Votre terre	20 rue Albert Thomas 94500 Champigny-sur-Marne	M. Ben Sighr	01.48.81.56.94	votre.terre@gmail.com	Intéressé pour une collaboration
Les têtes vertes	1 avenue Léon Blum 94700 Maisons-Alfort	Mme Da Silva	01.43.78.14.95	lestetesvertes@laposte.net	Aucun projet dans l'immédiat
Biocoop	22 avenue du général Gallieni 94340 Joinville-le-Pont	Mme Zuber	01.43.97.90.06	biocoop-joinville@gmail.com	Aucun projet

Source : Document d'auteur

Ressource N°12 : Cartographie du Val de Marne



Source : www.geoportail.gouv.fr

Ressource N°13 : Distances kilométriques (à titre indicatif)

Villes	Montreuil	Le Perreux-sur-Marne	Nogent-sur-Marne	Villiers-sur-Marne	Bry-sur-Marne	Fontenay-sous-Bois	Champigny-sur-Marne	Ivry-sur-Seine	Saint-Maur-des-Fossés	Maisons-Alfort	Joinville-le-Pont
Montreuil	0	7	6	12,5	11	4	9,5	10,5	11	13,5	7
Le Perreux-sur-Marne	7	0	2,5	4	2	4	4,5	15	6,5	8	5
Nogent-sur-Marne	6	2,5	0	5,5	3,5	2,5	3	12	7	7	4
Villiers-sur-Marne	12,5	4	5,5	0	3	5	5	18,5	6,5	12	6
Bry-sur-Marne	11	2	3,5	3	0	5	4	14	6	9,5	5
Fontenay-sous-Bois	4	4	2,5	9	5	0	5,5	14	9	9,5	8
Champigny-sur-Marne	9,5	4,5	3	5	4	5,5	0	12,5	3,5	7,5	2
Ivry-sur-Seine	10,5	15	12	18,5	14	14	12,5	0	11	8	8,5
Saint-Maur-des-Fossés	11	6,5	7	6,5	6	9	3,5	11	0	5,5	4
Maisons-Alfort	13,5	8	7	12	9,5	9,5	7,5	8	5,5	0	3,5
Joinville-le-Pont	7	5	4	6	5	8	2	8,5	4	3,5	0

Source : Document d'auteur

Ressource N°14 : Les éléments du coût des visites commerciales

- Rémunération d'un commercial : 250 €/ jour toutes charges comprises
- Consommation du véhicule (essence ou électrique) :

	Véhicule à essence	Véhicule électrique
Consommation moyenne	5 litres/100 km	15 kWh/100 km
Prix moyen	2 €/ litre	0,25 €/ kWh

- Amortissement + assurance du véhicule : 0,502 €/ km
- Indemnité de déjeuner : 8 €
- Frais de communication (PLV/ILV/Plaquettes) : 10 € par client visité
- Prix de revient de la Box de démonstration offerte par magasins : 15 €

Source : Document d'auteur