

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**  
**MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE**

**OPTION B**  
**Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale**

**Session 2024**

**Durée : 3 heures – Coefficient : 4**

**E2**

**ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE**  
**Analyse et résolution de situations professionnelles**

**Le dossier comporte 17 pages numérotées 1/17 à 17/17.**

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

**Les candidats répondent uniquement sur les copies remises par le centre d'examen.**

**L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.**

**L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.**

**L'usage de calculatrice sans mémoire « type collègue » est autorisé.**

**N.B. : Les informations fournies dans ce sujet sont inspirées d'un cas réel, dans lequel des données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.**

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 1 sur 17

## SOMMAIRE

Contexte professionnel.....	3
MISSION 1 : PARTICIPER AUX ACTIONS DE PROSPECTION .....	4
Ressource n°1 : Les consignes de M. Lebaudy pour mesurer l'évolution du marché des biscuits et gâteaux.....	5
Ressource n°2 : Les chiffres clés du marché des biscuits et gâteaux en France .....	5
Ressource n°3 : La consommation des Français.....	5
Ressource n°4 : Le marché des biscuits et gâteaux en 2022.....	6
Ressource n°5 : Le zoom sur le marché des biscuits salés.....	7
Ressource n°6 : La consommation du biscuit en France .....	7
Ressource n°7 : Les familles de produits et informations sur l'entreprise.....	7
Ressource n°8 : Les consignes de M. Lebaudy pour la campagne d'e-mailing .....	8
Ressource n°9 : Le tableau de synthèse des disponibilités des prospects pour un rendez-vous .....	8
Ressource n°10 : Les contraintes à respecter pour compléter votre agenda .....	8
Ressource n°11 : La carte routière du Calvados.....	9
Ressource n°12 : L'agenda.....	10
Ressource n°13 : La gamme des biscuits salés de la biscuiterie de l'Abbaye.....	11
Ressource n°14 : Les biscuits apéritifs salés de vos concurrents référencés chez les distributeurs locaux.....	12
MISSION 2 : VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE.....	13
Ressource n°15 : Le matériel nécessaire pour l'organisation des journées portes ouvertes .....	14
Ressource n°16 : Le coût d'acquisition du matériel – tarifs T.T.C (T.V.A à 20%) .....	14
Ressource n°17 : Les mentions légales obligatoires sur un flyer .....	16
Ressource n°18 : Les éléments à prendre en compte pour la détermination du résultat de l'opération portes ouvertes.....	16
Ressource n°18 : La suite des éléments à prendre en compte pour la détermination du résultat de l'opération portes ouvertes.....	17
Ressource n°19 : Les résultats de l'enquête de satisfaction des sessions 2022 et 2024 .....	17

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 2 sur 17



# BISCUITERIE DE L'ABBAYE

L'origine du sablé date du début du 18<sup>e</sup> siècle en Normandie et se définit comme « une espèce de pâtisserie assez recherchée, et qui s'émiette comme du sable quand on la mange ». Vers 1870, le mot « sablé » fait son apparition dans le dictionnaire, où il est défini comme « nom d'une sorte de gâteau en Normandie ».

Il y a plus d'un siècle, dans le petit village normand de Lonlay l'Abbaye, le boulanger, Virgile Fouilleul, entre deux fournées de pain, a coutume de cuire doucement au feu de bois des sablés dans des moules fabriqués par le menuisier du village. Ils sont vendus sur place ou envoyés aux soldats sur le front. À sa disparition, son gendre Georges Lautour, reprend l'affaire. Mobilisé lors de la seconde guerre mondiale, à son retour, il décide lui aussi de se lancer dans la fabrication d'un sablé normand pour compenser la perte de clientèle relative à son absence prolongée... Son épouse, Hélène, lui en fournit la recette de ses cahiers...

## Le Sablé de l'Abbaye était né

La biscuiterie est installée au lieu-dit « Le Val », 61700 Lonlay L'Abbaye. Elle fabrique des sablés, des galettes, des cookies et différents autres types de biscuits, notamment « pur beurre ».

### L'entreprise en quelques chiffres :

- 268 employés,
- 293 recettes utilisées,
- 7 606 tonnes de biscuits sucrés et salés produits par an,
- 10 000 visiteurs annuel,
- 44 millions d'euros de chiffres d'affaires, 11% réalisés à l'export dans 43 pays,
- 2019 : la biscuiterie reçoit le label Entreprise du patrimoine vivant.

À l'occasion du 80<sup>ème</sup> anniversaire du débarquement en Normandie qui donnera lieu à des événements (feux d'artifices, concerts, parachutages, bals...), et attirera de nombreux touristes français et étrangers de juin à septembre 2024, la Biscuiterie de l'Abbaye souhaite renforcer sa présence sur le marché régional.

Voilà pourquoi, au printemps 2024, Charles Lebaudy, président de la société Biscuiterie de L'Abbaye et responsable des ventes, a décidé de développer la notoriété de son entreprise grâce à des actions terrain auprès des professionnels et la création d'évènements locaux.

Vous êtes Camille Vivion et c'est dans ce contexte que vous avez été recruté(e) en janvier 2024 en tant que commercial(e) pour renforcer la force de vente.



BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 3 sur 17

## MISSION 1 : PARTICIPER AUX ACTIONS DE PROSPECTION

Afin de développer votre présence auprès des distributeurs locaux, votre responsable, Charles Lebaudy, vous demande d'étudier le marché des biscuits et des gâteaux en France.

### **Activité 1 : Analyser le marché**

Pour vous permettre de répondre au mieux aux questions des professionnels que vous allez rencontrer et aux attentes des consommateurs, Charles Lebaudy vous transmet différents documents. Il vous demande de les étudier et de les exploiter.

⇒ **À partir des ressources n°1 à 7 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.4**

1.1 Analyser l'évolution du marché des biscuits et des gâteaux.

1.2 Caractériser l'offre et la demande du marché des biscuits et gâteaux.

1.3 Repérer 3 forces de la biscuiterie de l'Abbaye sur ce marché.

1.4 Sélectionner deux familles de produits pour lesquelles vous percevez une opportunité de développement en justifiant chacune de vos propositions.

### **Activité 2 : Mener une prospection terrain auprès des distributeurs**

La Biscuiterie de L'Abbaye distribue ses produits via 3 boutiques en nom propre, implantées à Lonlay l'Abbaye (Orne, 61), Bagnoles de l'Orne (Orne, 61) et Granville (Manche, 50). Elle commercialise également son offre via la grande distribution en étant présente dans la plupart des enseignes du département de l'Orne, le plus souvent dans les rayons « produits régionaux » ou en tête de gondole.

Charles Lebaudy souhaite renforcer son positionnement régional et développer les référencements dans les autres départements normands en commençant par le Calvados (14). Dans ce cadre, il vous charge de conduire une opération de prospection physique auprès des distributeurs alimentaires et de suivre les différentes étapes de cette opération.

⇒ **À partir des ressources n°8 à 14 et de vos compétences, réaliser les activités 1.5 à 1.7**

1.5 Préparer un courriel commercial qui sera adressé à vos prospects pour obtenir des rendez-vous, à partir de votre messagerie professionnelle : [camille.vivion@biscuiterie-abbaye.com](mailto:camille.vivion@biscuiterie-abbaye.com)

1.6 Déterminer, sur votre copie, les dates et les heures de début et de fin des rendez-vous pour chaque prospect dans la semaine du 8 au 12 avril.

1.7 Préparer les réponses adaptées à trois objections que vous pourriez rencontrer.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 4 sur 17

**Ressource n°1 : Les consignes de Charles Lebaudy pour mesurer l'évolution du marché des biscuits et gâteaux**



Source : document d'auteurs

**Ressource n°2 : Les chiffres clés du marché des biscuits et gâteaux en France**

	2022	2021	2020
<b>CHIFFRES AFFAIRES TTC en millions €</b>	3918	3679	3628

Source : <https://www.alliance7.com>

**Ressource n°3 : La consommation des Français**

- Les biscuits et gâteaux sont majoritairement consommés au goûter pour 55% des enfants et 28% des adultes
- Les biscuits et gâteaux sont consommés au petit déjeuner pour 32% des enfants et 35% des adultes
- Une consommation à domicile pour 81% des enfants et 84% des adultes
- Un moment convivial qu'on partage en famille pour 70% ou avec des amis pour 50% des enfants des adultes
- Le goûter est le repas préféré de la journée pour 42% des enfants
- Les enfants sont 85% à goûter au moins 4 fois par semaine



Source : <https://www.biscuitsgateaux.com> consulté le 23/11/2023

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 5 sur 17

# LE MARCHÉ DES BISCUITS ET GÂTEAUX EN 2022



**115**  
ENTREPRISES



**12 133**  
EMPLOIS DIRECTS

Source : L'Alliance 7

LES BISCUITS ET GÂTEAUX ENGLOBENT

**80** FAMILLES DE PRODUITS

TOTAL VENTES  
GRANDE DISTRIBUTION FRANCE



**3918**  
MILLIONS €

564736  
tonnes

Source : Circana

## REPARTITION DES VENTES PAR CATEGORIE



Source : Circana HM + SM + Proxi + HD + e-commerce GSA

## CONSOMMATION PAR AN/HABITANT EN 2022

**5** kg de BISCUITS Par an/hab

**3,3** kg de GÂTEAUX Par an/hab

Source : IRI et INSEE

**99%** des français sont des consommateurs de biscuits et gâteaux

BUDGET MOYEN ANNUEL DES FOYERS FRANÇAIS POUR LES BISCUITS ET GÂTEAUX **122,6 €**

Source : Kantar

LES VENTES DE BIO EN VOLUME REPRÉSENTENT **2,5%**

Source : Circana sur le total des volumes vendus

## VENTES À L'EXPORT



**1 596**  
MILLIONS €

423 288 tonnes

Source : Douanes Françaises

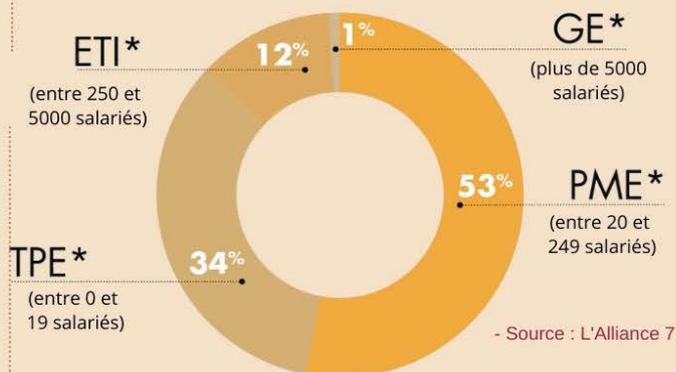
## LA FRANCE EXPORTE



**26,3%**

de sa production de biscuits (en volume)

## LES ENTREPRISES (EN NOMBRE D'ENTREPRISES)



- Source : L'Alliance 7

\* TPE : Très Petites Entreprises, PME : Petites et Moyennes Entreprises, ETI : Entreprises de taille intermédiaire, GE : Grande Entreprise

**90%** DES BISCUITS ET GÂTEAUX SONT ECOULES DANS LES ENSEIGNES DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Source : document d'auteur inspiré de <https://www.alliance7.com>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 6 sur 17

## Ressource n°5 : Le zoom sur le marché des biscuits salés

En 2020, le marché de l'apéritif a enregistré un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros. Selon Kantar, le taux de pénétration des biscuits apéritifs auprès des consommateurs français est de 97 %. Sur le premier semestre 2021, les ventes de biscuits apéritifs ont gagné + 6,9 % en valeur et + 6,3 % en volume. Les biscuits apéritifs, les biscuits crus salés, les gressins, les bretzels et les crackers sont devenus, au fil des années, des produits incontournables. Une offre bio est également apparue et en 2020, ce marché représentait un marché de près de 19,97 millions d'euros en 2020.

Source : <https://modelesdebusinessplan.com>

## Ressource n°6 : La consommation des biscuits et gâteaux en France

De plus en plus concurrentiel, le marché des biscuits et gâteaux monte en gamme. Depuis plusieurs années, comme de nombreux produits de grande consommation, ce marché est en voie de « premiumisation\* ». Les Français en achètent moins, mais plus cher.

### Le bio tire son épingle du jeu

Les enseignes savent que les exigences des parents pour les goûters de leurs enfants ont évolué. De tous les segments de produits bio, l'épicerie sucrée est celui qui progresse le plus. Alors qu'ils représentaient 1,4 % du rayon biscuits et gâteaux en 2014 en volume, ils sont passés en 2018 à 2,4 %.

\* La Premiumisation est une démarche qui consiste à faire monter en gamme un produit ou service existant, à le proposer sous une version « luxe » ou à le décliner sous des formes dites premium.

Source : <https://www.lesechos.fr> > 21 août 2019

## Ressource n°7 : Les familles de produits et informations sur l'entreprise

### NOS BISCUITS

- LES BISCUITS TRADITION
- LES SABLÉS AUX FRUITS - LES TROUVILLAIS
- LES PETITS NORMANDS & CARRÉS NORMANDS
- LES BISCUITS SALÉS L'APÉRITIF NORMAND
- LES BISCUITS BIO
- NOTRE NATURE
- NOS ASSORTIMENTS GOURMANDS



### Innover sans cesse en privilégiant la qualité et la proximité des ingrédients

Depuis toujours, nous sommes animés par la volonté de concilier passion, respect du métier. Nous avons à coeur de privilégier les produits normands et les fournisseurs régionaux : farine de blé normande, beurre et crème d'Isigny, caramel, camembert...



### Respecter l'environnement

Situé au cœur d'un environnement préservé, nous voulons réduire notre empreinte écologique. C'est pourquoi nous nous engageons à réduire nos emballages. Pour chaque nouveau produit, nous évaluons son impact environnemental. Par exemple, grâce au nouveau format de barquette et d'étui carton des Sablés d'Antan, nous avons réduit l'impact carbone de 11%.

Source : <https://www.biscuiterie-abbaye.com/fr/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 7 sur 17

## Ressource n°8 : Les consignes de Charles Lebaudy pour la campagne d'e-mailing



« Adressez votre courriel aux responsables de magasins ou chefs de rayon implantés sur votre secteur commercial : le département du Calvados (14). Présentez votre entreprise et votre offre. Proposez l'animation « L'apéritif Normand » réalisée par vos soins pour faire découvrir la gamme de biscuits salés. N'oubliez pas d'insérer un lien afin de permettre aux prospects intéressés de communiquer leurs disponibilités pour un rendez-vous afin d'échanger sur les modalités de cette animation ».

## Ressource n°9 : Le tableau de synthèse des disponibilités des prospects pour un rendez-vous

Enseigne 	Adresse	Contact	Disponibilités
L'Épicerie autrement	17 rue Trinité, <b>Falaise</b>	Mme June	"Vous passez quand vous voulez"
Coccimarket	Av. G. Clémenceau, <b>Bayeux</b>	Mme Larcher	"Pas de préférence"
8 à Huit	Rue du Dr Camille Huet <b>Port-en-Bessin-Huppain</b>	Mme Onyx	"Dans la matinée si possible"
Carrefour City	22 rue St-Jean, <b>Bayeux</b>	M. Vincent	"Dispo uniquement le mercredi 3 avril"
Proxi	Pl. du Groupe Lorraine <b>Arromanches-les-Bains</b>	M. Niels	"Pas le lundi"
Intermarché	Allée des Prés, <b>Dives-Sur-Mer</b>	M. Barré	"Je suis disponible le matin à 9h"
Super U	Bld de la Flèche <b>Thury-Harcourt</b>	Mme Carrasco	"Disponible uniquement le midi"
Petite Superette	<b>Grandcamp-Maisy</b>	M. Léon	"Calez-moi un rendez-vous dès 9h"

Source : document d'auteurs

## Ressource n°10 : Les contraintes à respecter pour compléter votre agenda

**De :** Charles Lebaudy    **à :** Camille Vivion    **Objet :** Organisation de votre tournée de prospection

Voici les contraintes à respecter pour compléter votre agenda :

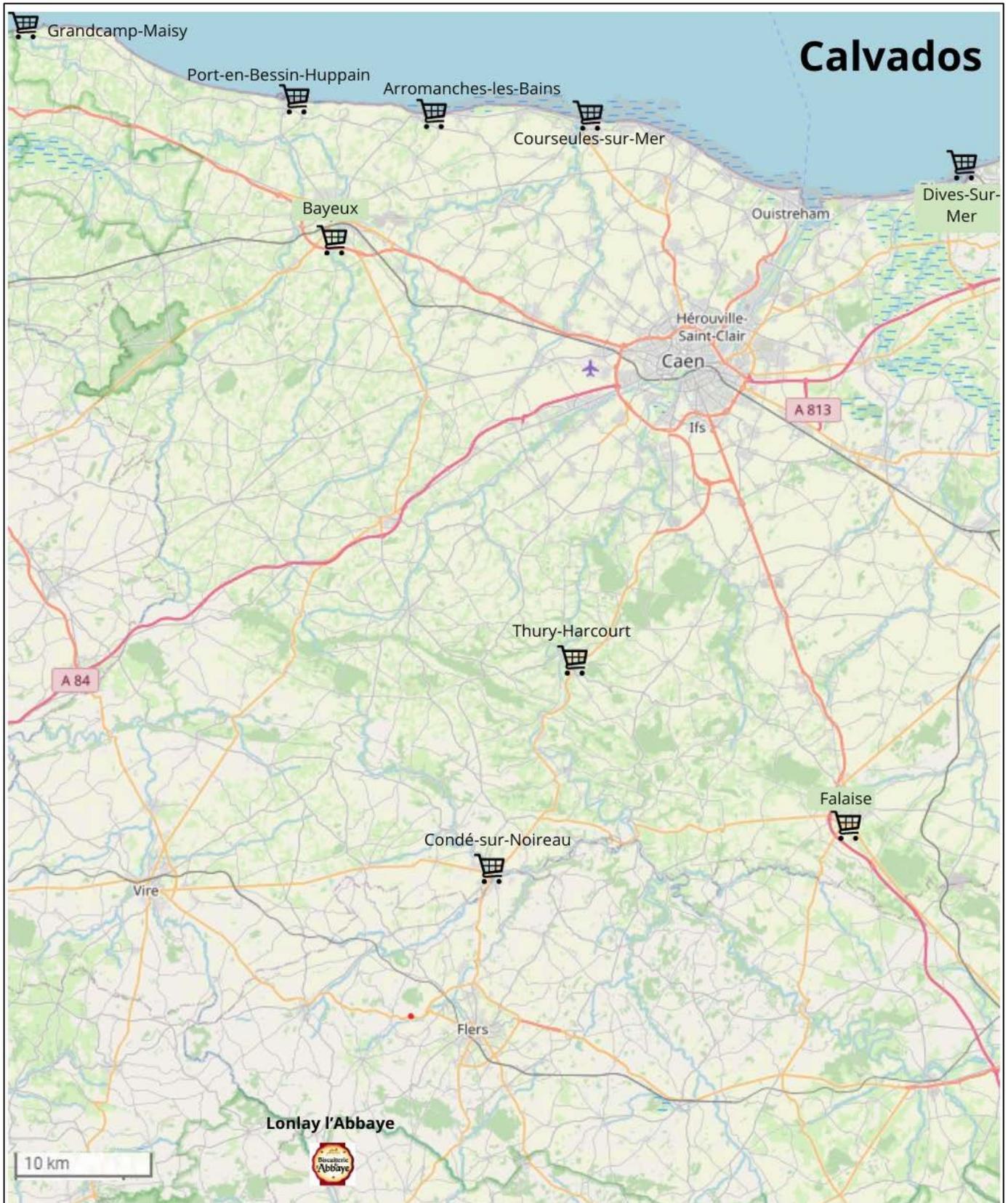
- pour un client compter une visite = une heure
- pour un prospect compter une visite = 3/4 heure (45 mn)
- le temps de trajet entre chaque rendez-vous d'une même ville est évalué à 30 minutes
- le temps de trajet entre 2 rendez-vous dans deux villes différentes est évalué à 1 heure.
- le premier rendez-vous est pris à 9H00 au plus tôt
- le dernier rendez-vous est pris à 16H15 au plus tard
- pour le déjeuner compter 1H30 (y compris le trajet pour le rendez-vous suivant)
- les temps morts seront consacrés à réaliser les comptes rendus de visite

Vous devez optimiser vos déplacements afin de faire le moins de kilomètres pour diminuer les frais.

Source : document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 8 sur 17

Ressource n°11 : La carte routière du Calvados



Source : <https://framacarte.org/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 9 sur 17

Aujourd'hui < > 08-12 avril 2024 (semaine 15)

	Lundi 08	Mardi 09	Mercredi 10	Jeudi 11	Vendredi 12
8h30					
9	Réunion d'équipe  <b>A l'entreprise 9h-12h</b>  <i>Lonlay l'Abbaye</i>		Formation produit A l'entreprise  <b>A l'entreprise 8h30-12h</b>  <i>Lonlay l'Abbaye</i>		Administratif commercial  <b>A l'entreprise 8h30-12h</b>  <i>Lonlay l'Abbaye</i>
10					
11		<b>Carrefour Market 11h-11h45</b> <i>Ouistreham</i>			
12					
13		<b>Visite médicale CHU Caen</b>		<b>Souvenirs 13h-13h45</b> <i>Arromanches I. Bains</i>	
14	<b>Coccinelle 14h-15h</b> <i>Condé-sur- Noireau</i>	<b>Rapid Market 14h45-15h45</b> <i>Falaise</i>	Non  Disponible		
15					
16				<b>Market 16h-16h45</b> <i>Courseulles-s/Mer</i>	<b>Leclerc</b>  <b>Animation « L'apéritif normand »</b>  <b>15h-18h</b> <i>Bayeux</i>
17					

Source : Document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 10 sur 17

## LES BISCUITS SALES L'APERITIF NORMAND

### Petits Sablés au beurre de Normandie

Inspiré de son savoir-faire ancestral dans le biscuit sablé, la Biscuiterie de l'Abbaye propose des biscuits salés au beurre pour l'apéritif au camembert Gillot, à la mimolette d'Isigny (14), à la crème d'Isigny AOP, à la véritable andouille de Vire (14).



Sucre : 4%



L'APERITIF NORMAND - CRÈME AIL CIBOULETTE

2,25 € TTC

Poids net : 100 g

- 1 +



L'APERITIF NORMAND - CRÈME OIGNON

2,25 € TTC

Poids net : 100g

- 1 +



L'APERITIF NORMAND - MIMOLETTE

2,25 € TTC

Poids net : 100 g

- 1 +



L'APERITIF NORMAND - CAMEMBERT

2,25 € TTC

Poids net : 100 g

- 1 +



KIT L'APERITIF NORMAND

14,10 € TTC

Poids net : 600g

- 1 +



L'APERITIF NORMAND - ANDOUILLE DE VIRE

2,55 € TTC

Poids net : 100g

- 1 +

### La Biscuiterie de l'Abbaye s'engage :

Depuis fin 2020, tous nos blés sont issus de l'agriculture biologique ou de la filière CRC®. La farine de blé CRC® provient de la Minoterie Bois Olives.

Pour la préservation de la biodiversité et une meilleure rémunération des agriculteurs, nous utilisons de la farine de blé CRC® locale.



Source : <https://www.biscuiterie-abbaye.com/fr>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

E2 Analyse et résolution des situations professionnelles

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

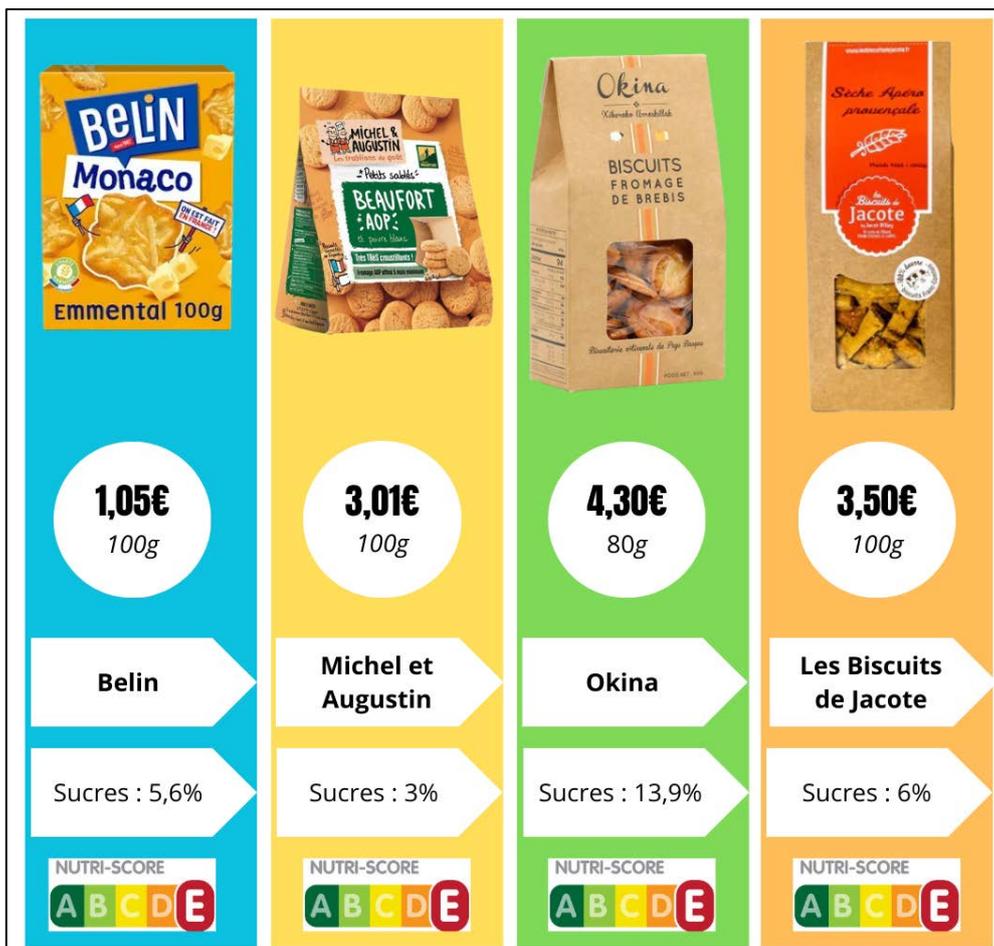
SESSION 2024

SUJET

2409-MCVB2 3

Page 11 sur 17

**Ressource n°14 : Les biscuits apéritifs salés de vos concurrents référencés chez les distributeurs locaux**



Source : Document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 12 sur 17

À l'occasion des journées européennes du patrimoine, La Biscuiterie de Lonlay L'Abbaye souhaite organiser une action portes ouvertes, les samedi 21 et dimanche 22 septembre 2024 de 10h à 18h, avec au programme : marché des producteurs locaux, visites des ateliers de fabrication, ventes directes et dégustations des différents produits vendus. Pour attirer un maximum de visiteurs, Charles Lebaudy envisage de déposer des flyers dans les offices de tourisme et commerces situés dans un rayon de 30 km. Il souhaite renouveler cette opération tous les 2 ans.

**Activité 1 : Préparer l'opération portes ouvertes**

Charles Lebaudy vous demande de l'aider à préparer les portes ouvertes.

⇒ **À partir des ressources n°15 à 17 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.3**

2.1 Déterminer de manière détaillée le coût hors taxes des acquisitions de l'ensemble du matériel nécessaire à ces portes ouvertes.

2.2 Concevoir la maquette du flyer<sup>(1)</sup> annonçant cet événement, qui sera ensuite transmise pour impression sur papier recyclé à l'imprimerie Mouturat de Flers.

2.3 Proposer, en justifiant vos choix, 3 autres moyens de communication adaptés pour faire connaître cet évènement local.

(1) Flyer : Prospectus

**Activité 2 : Mesurer et analyser les retombées quantitatives de l'opération portes ouvertes**

Les portes ouvertes sont terminées. Charles Lebaudy souhaite connaître les retombées financières de cette opération. Il s'était fixé un objectif de chiffre d'affaires de 4 500 euros HT.

⇒ **À partir de la ressource n°18 et de vos compétences, réaliser les activités 2.4 et 2.5**

2.4 Apprécier si l'objectif de chiffre d'affaires est atteint en justifiant par un ratio.

2.5 Analyser la rentabilité de l'opération.

**Activité 3 : Mesurer les retombées qualitatives des portes ouvertes**

Un questionnaire de satisfaction a été remis à chaque visiteur. Vous êtes chargé(e) d'analyser les résultats de cette enquête et d'en tirer des conclusions.

⇒ **À partir de la ressource n°19 et de vos compétences, réaliser les activités 2.6 et 2.7**

2.6 Repérer de manière structurée les points positifs et les axes de progression.

2.7 Proposer trois actions correctives pouvant améliorer l'expérience des visiteurs.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 13 sur 17

## Ressource n°15 : Le matériel nécessaire pour l'organisation des journées portes ouvertes

Pour cette organisation, le matériel suivant est nécessaire :

- 6 tentes de réception 3mx3m sans coté,
- 6 tables pliantes 180 cm (les moins onéreuses),
- 2 chauffages infrarouge,
- 24 chaises pliantes (les moins onéreuses)
- 6 plantes artificielles (les moins onéreuses),
- 8 bancs en 180cm,
- 4 mange-debout en diamètre 80cm.

Source : document d'auteurs

## Ressource n°16 : Le coût d'acquisition du matériel – tarifs T.T.C (T.V.A à 20%)



2x Bancs pliables en plastique Blanc 180cm pour Jardin Fêtes Camping Pique-nique...

★★★★☆ (10)

**89,99€**



Banc pliant Werkapro 182x28x43cm

★★★★☆ (7)

**48,99€**



Tonnelle de jardin 3x3m Blanche avec panneaux latéraux amovibles Grandes fenêtres...

★★★★☆ (173)

**53,99€**



Tente de réception, tonnelle, barnum 3m x 3m Werkapro

★★★★☆ (8)

**41,99€**



Lot de 2 tables hautes pliantes 105 CM et 2 housses blanches - Multicolore

★★★★☆ (93)

94,99€  
**79,99€**



Mange debout pliant Ø 80 cm - table bar, table haute, table haute de bar - blanc

★★★★☆ (39)

99€  
**74,89€**



Plante artificielle - Topiaire Buis  
65cm - Exelgreen

★★★★★ (2)

49,95€  
**42,46€**



vidaxl

Plantes de buis artificiel 2 pcs  
avec pots Boule Vert 27 cm - N/A

★★★★★ (1)

**47,99€**



WILKREG

Chauffage infrarouge radiant  
13000W Usage au gaz pour  
Terrasse Balcon Jardin Parasol...

★★★★★ (2)

146,99€  
**137,01€**



PEREL  
FOODS

Chaise Pliante - Plastique

★★★★★ (7)

53,04€  
**41,62€**



Alice's Garden

Chaises de réception pliantes -  
Fiesta - 6 chaises d'appoint en  
plastique et métal - Blanc

★★★★★ (22)

**129,99€**



Table pliante 180cm  
rectangulaire restauration GH91  
- Blanc

★★★★★ (535)

61,46€  
**43,90€**



Alice's Garden

Lot de 2 tables table de  
réception, 180cm, pliables, avec  
poignée de transport - Blanc

★★★★★ (86)

**129,99€**

Source : <https://www.manomano.fr>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 15 sur 17

## Ressource n°17 : Les mentions légales obligatoires sur un flyer

Comme tout document publicitaire, le flyer est soumis à un certain nombre de règles :

### 1/ Mentionnez l'imprimeur

Vous devez faire figurer le nom et la ville de l'imprimeur, ainsi la mention « *Imprimé par .....* » doit être mentionnée sur votre flyer. Dans le cas où l'imprimeur est également l'auteur du flyer, il faudra alors afficher la mention « *Imprimé par nos soins* ».

### 2/ Écrivez en français

### 3/ Pensez à l'environnement

Votre imprimé doit porter au moins une mention relative à la collecte ou à la valorisation des déchets, généralement c'est la phrase "*Ne pas jeter sur la voie publique*" qui est utilisée. Les mentions relatives à l'impression sur papier recyclé en revanche ne sont pas obligatoires, mais c'est toujours bien de le dire si vous imprimez écolo ! Dans ce cas, insérez le logo Triman.

### 4/ Mentions légales relatives aux personnes morales

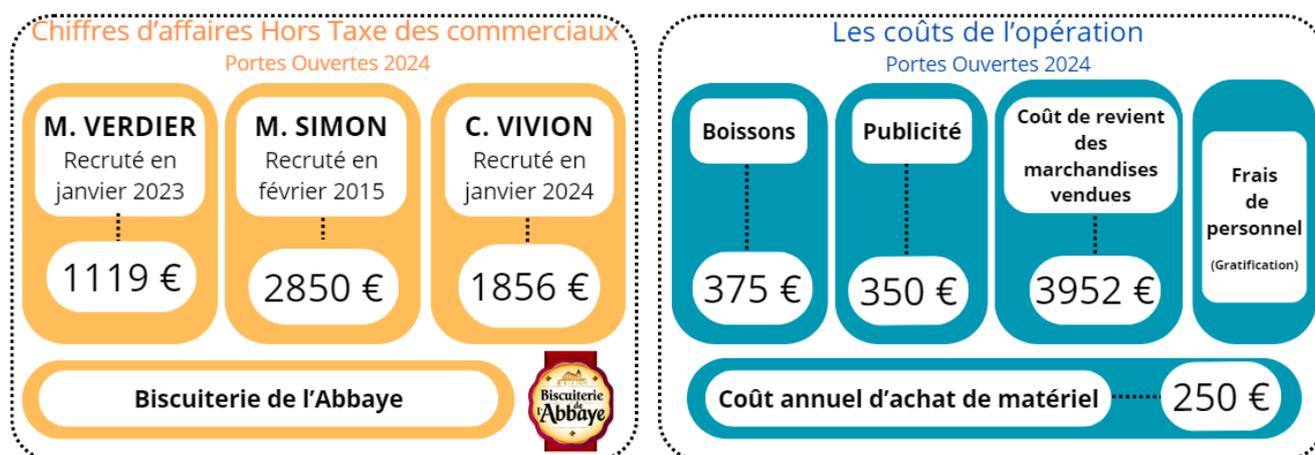
Si la personne à l'origine du flyer est une personne morale (une société) inscrite au registre du commerce, vous devez mentionner sur votre imprimé votre dénomination sociale, votre numéro de RCS, la ville d'enregistrement ainsi que le statut juridique de la société (SA, SARL, EURL, etc.) et l'éventuel capital social.

### 5/ Alcools et produits alimentaires

Dans le cas où le flyer porte sur des produits alimentaires manufacturés (aliments ou boissons), une mention relative à l'éducation nutritionnelle doit être présente sur le document. Il n'y a pas de mention type obligatoire, mais voici une liste des mentions les plus courantes : « *Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour* », « *Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière* », « *Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé* » ou bien encore « *Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas* ».

Source : <https://www.rapid-flyer.com>

## Ressource n°18 : Les éléments à prendre en compte pour la détermination du résultat de l'opération portes ouvertes



Source : document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 16 sur 17

**Ressource n°18 : La suite des éléments à prendre en compte pour la détermination du résultat de l'opération portes ouvertes**

Calcul du complément de rémunération des commerciaux :

Les commerciaux touchent un complément de rémunération à leur salaire mensuel, à chaque fois qu'ils participent à une manifestation le week-end (foire, salon, portes ouvertes).

Cette prime et cette commission varient en fonction de l'ancienneté du commercial dans la biscuiterie et du chiffre d'affaires qu'il a réalisé lors de l'opération.

<b>ELEMENTS</b>	<b>Ancienneté &lt;1 an</b> au moment des portes ouvertes	<b>Ancienneté entre 1 et 2 ans</b> au moment des portes ouvertes	<b>Ancienneté &gt;2 ans</b> au moment des portes ouvertes
Prime	100 euros	150 euros	200 euros
Commission sur le chiffre d'affaires	1 %	2 %	3%

Source : document d'auteurs

**Ressource n°19 : Les résultats de l'enquête de satisfaction des sessions 2022 et 2024**

<b>Résultats enquête satisfaction - Portes ouvertes Biscuits de l'Abbaye</b>								
<b>Questions posées</b>	<b>Portes ouvertes 2022</b>				<b>Portes ouvertes 2024</b>			
	<b>NS*</b>	<b>PS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>NS</b>	<b>PS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>
Qu'avez-vous pensé de l'accueil lors des portes ouvertes ?	12%	17%	38%	33%	19%	24%	45%	12%
Comment jugez-vous la qualité de la visite guidée ? (Durée, explications...)	9%	19%	45%	27%	9%	15%	31%	45%
Selon vous, la dégustation réalisée lors des portes ouvertes était :	5%	9%	27%	59%	4%	10%	26%	60%
Sur une échelle de 1 à 10, quelle note attribueriez-vous à l'ambiance ?	Note moyenne (pour 327 visiteurs) 5,75				Note moyenne (pour 405 visiteurs) 5,42			
Comment jugez-vous la qualité et la diversité des exposants du marché des produits locaux :	7%	11%	47%	35%	7%	9%	39%	45%
Que pensez-vous des temps d'attente entre les animations ?	6%	4%	35%	55%	17%	38%	42%	3%

\* NS : Non satisfaisant / PS : Peu satisfaisant / S : Satisfaisant / TS : Très satisfaisant

Source : document d'auteurs

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE</b>		
<b>OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale</b>		
<b>E2 Analyse et résolution des situations professionnelles</b>		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2024
SUJET	2409-MCVB2 3	Page 17 sur 17