

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL E5 CHOIX TECHNIQUES

Intitulé : Technicien conseil vente univers jardinerie

Durée : 150 minutes

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : Aucun

Le sujet comporte 12 pages

Liste des documents »

- Document 1** : Comparatif des ventes de la Jardinerie PLEINSOLEIL et du marché.
Document 2 : Enquête sur la baisse des achats de végétaux d'extérieur.
Document 3 : Enquête sur la préservation des insectes pollinisateurs.
Document 4 : Résultats de l'enquête clientèle de la jardinerie PLEINSOLEIL
Document 5 : Article « Agriculture urbaine, abeilles en ville ».
Document 6 : Offre commerciale du fournisseur Fleurs de Loire
Document 7 : Catalogue de l'offre commerciale « Fleurs de Loire »
Document 8 : Liste de plantes mellifères utiles aux abeilles.
Document 9 : Comparatif chiffré des résultats de l'opération « semaine des abeilles ».

Les documents sont modifiés pour les besoins de l'épreuve.

Le candidat s'appuie sur ses connaissances personnelles et sur les informations présentes dans les documents pour répondre.

SUJET

« Sans Abeilles pas de plantes »

Vous êtes vendeur conseil dans une jardinerie de l'enseigne « PLEINSOLEIL » dans le centre de Bordeaux. C'est une région au climat océanique caractérisé par sa douceur et ses étés ensoleillés. « PLEINSOLEIL » est un magasin très fréquenté par les familles, notamment celles disposant d'un petit jardin ou d'un balcon.

Il est important de noter que depuis la crise du COVID, les espaces extérieurs sont considérés comme des pièces supplémentaires de l'habitat. D'où l'importance de s'y sentir bien et de l'agrémenter par du végétal.

En réunion de bilan de fin de saison, en septembre 2024, le constat est fait que les ventes de plantes fleuries d'extérieurs sont en forte baisse sur certaines périodes de l'année.

Afin de redynamiser ces ventes, votre responsable cherche à renouveler son offre pour la saison 2025 et à ce titre, vous demande de préparer la campagne à venir.

PREMIÈRE PARTIE

« Situation du marché »

Votre responsable a remarqué la baisse des ventes des végétaux d'extérieurs à certaines périodes de l'année. Il vous transmet une étude chiffrée provenant de l'institut VALHOR sur les ventes des végétaux d'extérieurs.

À l'aide du document 1 :

1. Comparer les chiffres du marché à ceux de la jardinerie PLEINSOLEIL.

À l'aide du document 2 et de vos connaissances :

2. Identifier le mois durant lequel il serait intéressant de mettre en place une opération pour limiter la chute brutale des ventes.
3. Présenter les raisons qui expliquent cette baisse des ventes à cette période.

À la recherche de solutions pour lutter contre cette baisse des ventes, vous contactez un fournisseur, Fleurs de Loire, qui vous propose en retour une opération commerciale sur le thème de « la semaine des abeilles », du 03 au 09 juin 2024. Cette action est une mise en avant de plantes bénéfiques pour la biodiversité et les insectes pollinisateurs. Une communication radio et dans la presse nationale est réalisée durant l'évènement.

De plus, afin de mieux connaître sa clientèle, PLEINSOLEIL a fait réaliser une étude de marché. Votre responsable vous en communique les résultats.

Il vous transmet les documents n°3, 4 et 5.

4. Identifier les points communs qui existent entre notre profil de clientèle (**document n°4**) et les résultats de l'enquête nationale KANTAR (**document n°3**).
5. Justifier l'intérêt pour notre jardinerie de participer à un tel évènement (**à l'aide des documents n° 4 et n° 5**).

DEUXIÈME PARTIE

« Choix des produits et mise en place de l'opération »

Votre responsable a validé la participation du point de vente à « la semaine des abeilles ». Le fournisseur sélectionné, Fleurs de Loire, vous transmet un bon de commande (documents 6 et 7). Vous disposez d'une liste des plantes mellifères (document 8).

6. En vous appuyant sur ces trois documents et le contexte général, sélectionner 6 espèces et argumenter votre choix.

Vous avez su convaincre votre manager de référencer les végétaux proposés. Il vous demande pour les introduire en magasin, de proposer une mise en scène autour de la thématique : « pas d'abeilles, pas de plantes ». Il est ouvert à l'intervention de partenaires extérieurs.

7. Présenter les éléments organisationnels et commerciaux nécessaires à la mise en place de cette théâtralisation.
8. Proposer des produits de ventes complémentaires, en justifiant vos choix.

TROISIÈME PARTIE

« Analyse des résultats de l'opération »

Deux semaines se sont écoulées depuis l'opération « La semaine des abeilles ». Une réunion est organisée par votre responsable, durant laquelle les résultats de l'opération sont présentés. Le document 9 en reprend les éléments importants.

9. Analyser les résultats de l'opération « La semaine des abeilles ».
10. Proposer des axes d'amélioration en vue d'une opération future.

**DOCUMENT 1 : Comparatif des ventes de la Jardinerie PLEINSOLEIL
du marché**

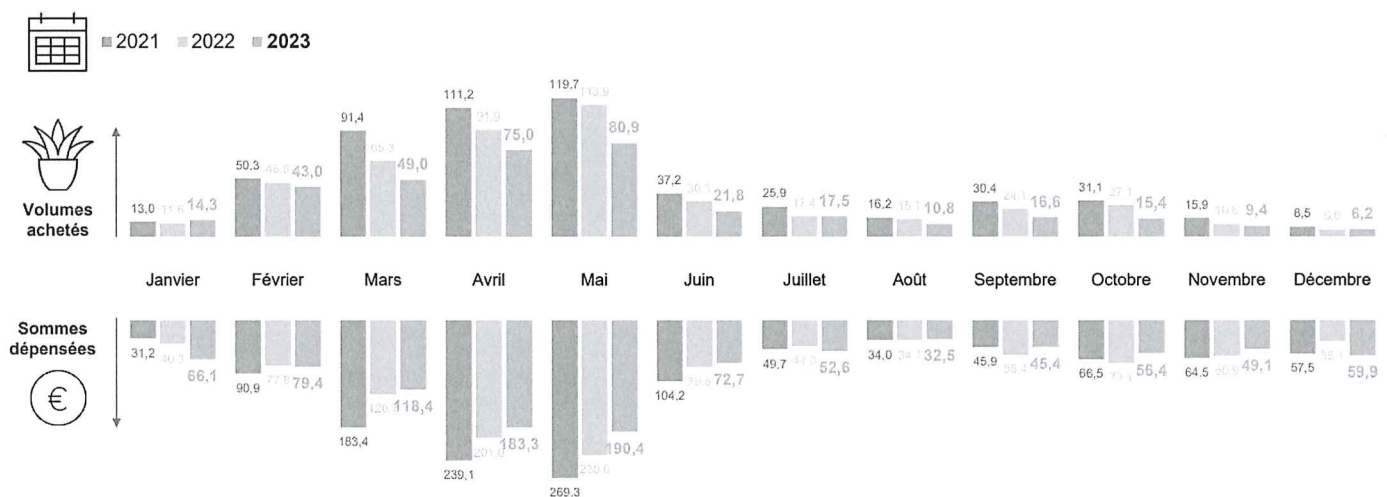
	Jardinerie PLEINSOLEIL			Marché National		
	Ventes (CA) 2024 comparées à 2023			Ventes (CA) 2024 comparées à 2023		
	Juin	Juillet	Août	Juin	Juillet	Août
Vivaces fleuries	- 4 %	- 3 %	- 1 %	+ 2 %	+ 3 %	+ 1 %
Arbustes à fleurs	- 5 %	- 8 %	- 7 %	+ 1 %	+ 2 %	- 1 %

Indices de fréquentation Jardinerie PLEINSOLEIL 2024 comparés à 2023			Indices de fréquentation Marché national 2024 comparés à 2023		
Juin	Juillet	Août	Juin	Juillet	Août
+ 1 %	- 1 %	+ 1 %	- 1 %	+ 3 %	+ 1 %

Source : document réalisé pour les besoins de l'épreuve

DOCUMENT 2 : Enquête sur la baisse des achats de végétaux d'extérieur. KANTAR

Quantités achetées et sommes dépensées par mois (en millions)



Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

KANTAR

Les achats de végétaux par les Français en 2023

**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**
*Liberté
Égalité*



FranceAgriMer

VALHOR

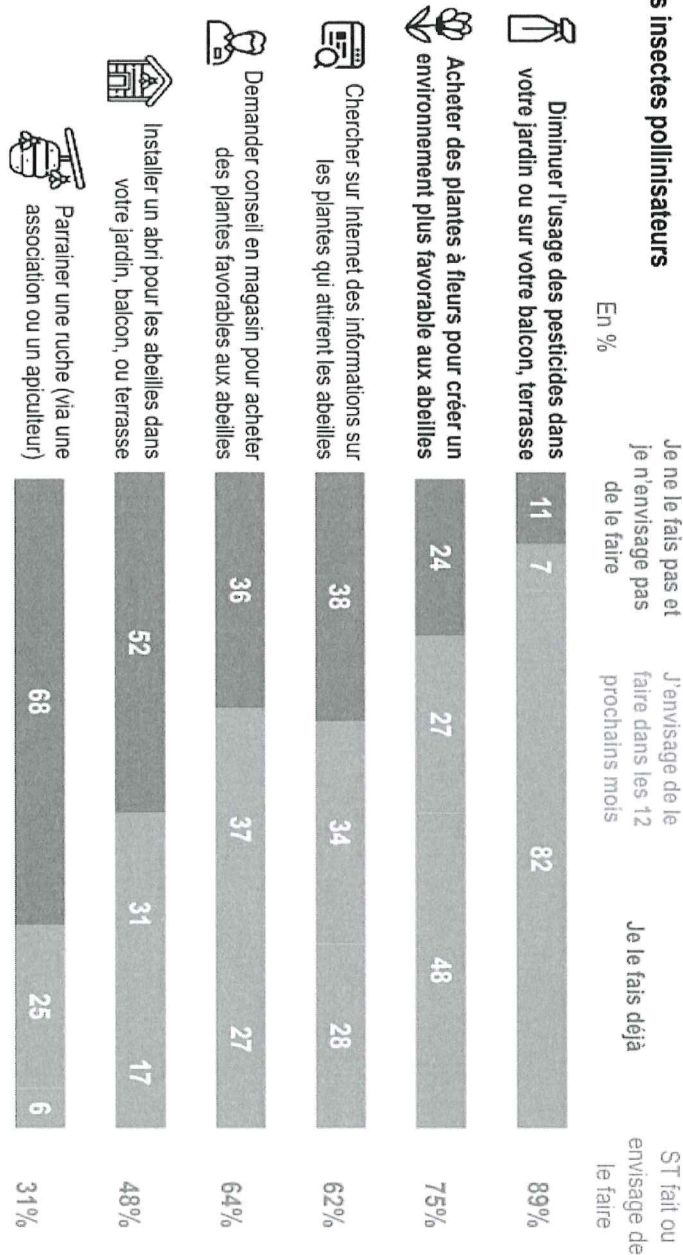
48

Source : étude Kantar année 2023

Cette enquête répond à la question **Que faites-vous ou que feriez-vous en faveur des insectes pollinisateurs ?**

Pour préserver les insectes pollinisateurs, 8 français sur 10 ont déjà limité l'usage des pesticides et presque la moitié d'entre eux achètent déjà des plantes à fleurs.

Actions en faveur des insectes pollinisateurs



KANTAR

La disparition des insectes pollinisateurs : quel niveau de préoccupation, de connaissance et quelles actions réalisées pour y remédier ?

DOCUMENT 4 : Résultats de l'enquête clientèle de la jardinerie PLEINSOLEIL

Question 1 : Genre

Femme	59 %	Homme	41 %
-------	------	-------	------

Question 2 : Situation familiale

Célibataire	29 %	En couple sans enfant	32 %	En couple avec enfant	39 %
-------------	------	-----------------------	------	-----------------------	------

Question 3 : Type d'habitat

Appartement sans balcon	20 %	Appartement avec balcon	26 %	Maison avec jardin	54 %
-------------------------	------	-------------------------	------	--------------------	------

Question 4 : Distance entre votre habitation et la jardinerie :

*Centre-ville: 34 % *Agglomération 5-10 km: 40% *hors agglomération : 16% *Très éloigné : 10%

Question 5 : Fréquence de visite au magasin

Une fois / an 10 %	Entre 2 et 4 fois /an 29 %	Entre 5 et 10 fois / an 38 %	Plus de 10 fois par an 23 %
-----------------------	-------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

Question 6 : Avez-vous la carte de fidélité du magasin ?

Oui 78 %	Non 22 %
-------------	-------------

Question 7 : Combien dépensez-vous en moyenne à chaque visite ?

Moins de 30 € 15 %	Entre 30€ et 40€ 51%	Entre 40€ et 70€ 25 %	Plus de 70€ 9%
-----------------------	-------------------------	--------------------------	-------------------

Question 8 : Quels types de végétaux recherchez-vous ?

Plantes d'intérieur 45 %	Plantes à massif 55 %	Vivaces fleuries 65 %	Arbustes à fleurs 42 %	Arbustes d'ornement 24 %
-----------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------------------	-----------------------------

Question 9 : Etes-vous sensibles à l'environnement (la biodiversité) ?

Beaucoup 85 %	Un peu 12 %	Pas du tout 3 %
------------------	----------------	--------------------

Question 10 : Quels points d'améliorations souhaiteriez-vous dans votre jardinerie ?

(Réponses libres de la part des clients, les indicateurs suivants sont ceux qui ont été les plus proposés par les clients)

*Plus de promotions : 27% * Plus d'avantages fidélité : 19%

*Plus de plantes fleuries durant l'été : 45% *Meilleure indication des rayons : 1%

*Plus de choix dans les plantes à mettre en bacs durant l'été : 26%

Source : document réalisé pour les besoins de l'épreuve

DOCUMENT 5 : Article « Agriculture urbaine, abeilles en ville »

AGRICULTURE URBAINE

Abeilles en ville

Les abeilles ont toujours existé en milieu urbain. L'abeille des villes se porte mieux que l'abeille des champs. On trouve en ville des ressources alimentaires plus abondantes et plus diversifiées, des floraisons étalées sur l'ensemble de l'année, un microclimat plus chaud de deux ou trois degrés, et souvent moins d'insecticides et de pesticides.

Aujourd'hui, l'abeille assure la reproduction de plus de 80% des plantes à fleurs, indispensables à la survie des espèces animales. En Europe, 76 % de notre production alimentaire est tributaire des abeilles.

Les abeilles domestiques élevées pour la production de miel sont principalement toutes du genre *Apis* et se différencient des abeilles solitaires et sauvages par leur comportement social entraînant la formation de colonies. Les abeilles sont des butineuses calmes et inoffensives. Elles sont trop souvent confondues avec les guêpes qui sont plus agressives. Les abeilles n'attaquent que pour défendre le nid, la ruche ou la colonie et la plupart des espèces sont tout à fait tolérantes à la présence de l'homme à proximité des ruches.

Les abeilles peuvent butiner plus de 200 espèces dans les jardins publics et sur les balcons, contre une quarantaine d'espèces en campagne !

Source : accueil (beauvais.fr)

Roll 8

ANIMEZ VOTRE RAYON AVEC

1 roll de plantes vivaces P2L
à floraison estivale
pour un massif facile à réussir



Construire un
massif fleuri
en toute simplicité

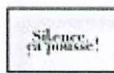


Un dispositif complet pour booster vos ventes !

Théâtralisation de votre offre



Affiche A3
offerte



Aquilux 120x30cm
offert



OAV
offert

x18
références



Pot 2L

Source : document réalisé pour les besoins de l'épreuve

DOCUMENT 7 : Catalogue de l'offre commerciale « Fleurs de Loire »



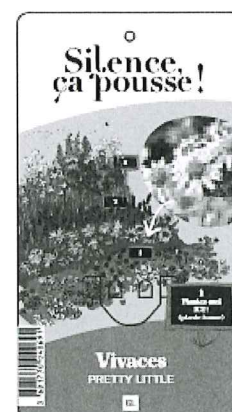
Code	Gencod	Désignation produit	Nombre d'unités / roll	Tarif 2024	S20	S21	S22
Une sélection de plantes vivaces à floraison estivale							
13988	3601770139883	COREOPSIS DE BOUTURE P2L	12	4,29 €			
13987	3601770139876	COREOPSIS GRANDIFLORA P2L	6	4,29 €			
13989	3601770139890	DELOSPERMA COOPERII P2L	12	4,29 €			
13990	3601770139906	DIGITALE P2L	6	4,29 €			
13991	3601770139913	ECHINACEA P2L	6	4,29 €			
13992	3601770139920	GAILLARDE P2L	12	4,29 €			
13993	3601770139937	GAURA P2L	12	4,29 €			
13994	3601770139944	HELICHRYSUM CURRY P2L	12	4,29 €			
13995	3601770139951	LAVANDE HIDCOTE P2L	6	4,29 €			
13997	3601770139975	LOBELIA SPECIOSA P2L	6	4,29 €			
13996	3601770139968	MARGUERITE VIVACE P2L	6	4,29 €			
14015	3601770140155	NEPETA P2L	6	4,29 €			
13982	3601770139821	OEILLET PARFUME P2L	6	4,29 €			
14016	3601770140162	RUDBECKIA FULGIDA P2L	6	4,29 €			
14017	3601770140179	SAUGE ARBUSTIVE P2L	6	4,29 €			
14018	3601770140186	SEDUM P2L	6	4,29 €			
13986	3601770139869	VALERIANE P2L	12	4,29 €			
14019	3601770140193	VERVEINE BONARIENSIS P2L	6	4,29 €			
			144				

Créez l'événement et théâtralisez l'offre

☒ ILV A3

+ 1 support au choix :

☐ Aquilux 120x30cm ☐ OAV



Source : document modifié pour les besoins de l'épreuve

DOCUMENT 8 : Liste de plantes mellifères utiles aux abeilles

Nom français	Nom botanique	Période de floraison	Utilisation	Intérêt pollen
aster	<i>Aster novi belgii</i>	Septembre à novembre	massifs et rocailles	+++
bourrache officinale	<i>Borago officinalis</i>	mai à juin	potager, massifs	+++
coréopsis grandiflora	<i>Coreopsis grandiflora</i>	mai aux gelées	massifs, rocailles	++
échinacée	<i>Echinacea purpurea</i>	juin à août	massifs, bacs	++
gaillarde	<i>Gaillardia</i>	mai à septembre	massifs, bacs	++++
gaura	<i>Gaura lindheimeri</i>	mai aux gelées	massifs, bacs, rocailles	++
lavande hidcote	<i>Lavandula hidcote</i>	mai aux gelées	massifs, bacs	++++
herbe aux chats	<i>Nepeta X faassenii</i>	juin à septembre	massifs	+++
petite pervenche	<i>Vinca minor</i>	février à mai	massifs	+
primevère	<i>Primula accaulis</i>	février à avril	massifs, bacs	+++
rose trémière	<i>Alcea rosea</i>	mai à août	massifs	++++
sauge arbustive	<i>Silvia microphylla</i>	mai aux gelées	massifs, bacs	++++
verveine de Buenos Aire	<i>Verveine bonariensis</i>	juin à octobre	massifs	++++

Source : document réalisé pour les besoins de l'épreuve

DOCUMENT 9 : Comparatif chiffré des résultats du rayon vivaces de la semaine 23 avec et sans opération « La semaine des abeilles ».

	CA réalisé	Évolution du CA Comparé à N-1	Taux de marque	% de produits vendus en promotion	Taux de démarque
Année 2024 sans opération : « la semaine des abeilles »	3 500	- 2 %	53 %	12 %	2,5 %
Année 2025 avec opération : « semaine des abeilles »	4 200	+ 20 %	47 %	35 %	4,5 %

Contexte durant la semaine 23 réalisée pendant la semaine des abeilles et informations complémentaires :

- Météo identique à l'année précédente.
- Hausse de la fréquentation du magasin par rapport à N-1
- Franco de livraison pour l'opération : 2500€
- CA du magasin stable par rapport N-1

Source : document réalisé pour les besoins de l'épreuve

GRILLE d'ÉVALUATION

Capacité	Critère	Question	Indicateurs	Barème	
C 5.1 Situer le produit sur le marché.	Identification des éléments clés du marché.	1	Interprétation correcte des données. Prise en compte des différentes données.	1,5	4
		2	Identification justifiée.	0,5	
		3	Pertinence des réponses. Qualité de l'argumentation.	2	
	Identification du positionnement de l'offre produit.	4	Raisons présentées significatives. Présentation structurée de chacune des raisons.	2	3,5
		5	Prise en compte des caractéristiques de la jardinerie. Réponse cohérente.	1,5	
C5.2 Proposer des actions commerciales en vue de l'implantation d'un produit.	Adéquation du choix des propositions aux objectifs commerciaux et caractéristiques techniques du produit.	6	Espèces retenues adaptées. Choix de chaque espèce justifié.	3	8
		9	Trois éléments d'analyse présentés. Analyse des données pertinentes.	3	
		10	Propositions adaptées au point de vente. Présentation argumentée.	2	
	Anticipation des modalités de mise en œuvre.	7	Éléments opérationnels adaptés. Éléments commerciaux adaptés.	3	4,5
		8	Choix adapté. Justification du choix.	1,5	