

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

VENTE

Session : **2020**

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 20 pages numérotées de DS 1/20 à DS 20/20

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé, l'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 1/20

SOMMAIRE

Page 2 :	Barème et sommaire.
Pages 3 à 6 :	Énoncé du sujet.
Page 7 :	Récapitulatif des documents et annexes.
Pages 8 à 18 :	Documents.
Pages 19 à 20 :	Annexes à rendre avec la copie.

BARÈME

PARTIE I : ANALYSER LE MARCHÉ DU JEU ET DU JOUET EN FRANCE /20 points

PARTIE II : PRÉPARER UNE ACTION DE PROSPECTION /20 points

PARTIE III : ÉVALUER LA RENTABILITÉ D'UNE ACTION DE PROSPECTION /20 points

TOTAL DE L'ÉPREUVE : /60 points

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 2/20

SUJET JANOD



Vous venez d'être recruté(e) en qualité de commercial(e) au sein de l'entreprise Janod, spécialiste français des jeux et jouets en bois située à Orgelet, dans le Jura.

Janod propose des gammes colorées et originales qui accompagnent les enfants de la naissance à 12 ans : jouets d'éveil, jouets d'imitation, puzzles, jeux de société, bureaux et tableaux, arts créatifs et déco, plein air mais aussi des jouets intemporels comme les diabolos et les quilles.

La marque Janod est présente dans l'ensemble des magasins spécialistes du jouet, aussi bien dans les enseignes nationales (Toys'R'Us, La grande Récré) que dans les magasins indépendants et sa clientèle est exclusivement professionnelle.

Bien implantée en France et reconnue comme marque de qualité par les consommateurs, Janod souhaite se lancer sur un nouveau segment, celui des « loisirs créatifs ».

Suite à votre prise de fonction, l'entreprise souhaite vous former sur sa nouvelle gamme de produits « Loisirs créatifs ». Vous aurez en charge la prospection et la vente de cette gamme auprès des points de vente qui commercialisent des jeux et jouets.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 3/20

PARTIE I

ANALYSER LE MARCHÉ DU JEU ET DU JOUET EN FRANCE

Afin de vous familiariser avec le marché du jeu et du jouet, votre responsable vous demande d'en réaliser une analyse.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 1 à 7 et de vos connaissances :

- 1.1** Analyser, *sur votre copie*, le marché du jeu et du jouet en France et, plus particulièrement, celui du jeu et jouet en bois.
Réaliser une note structurée d'une trentaine de lignes en respectant le plan suivant :
- La situation actuelle du marché
 - L'offre et la demande sur le marché
 - Les tendances en matière de consommation
- 1.2** Indiquer, *sur votre copie*, les informations que la société Janod doit prendre en compte pour évoluer favorablement sur ce marché.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 4/20

PARTIE II

PRÉPARER UNE ACTION DE PROSPECTION

L'entreprise Janod souhaite participer au salon Kidexpo qui a lieu tous les ans en octobre afin de lancer sa nouvelle gamme de produits « Loisirs créatifs ». Vous êtes chargé(e) d'organiser la participation de l'entreprise à ce salon.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 8 et 9, et de vos connaissances :

2.1 Indiquer, *sur votre copie*, quel est l'intérêt pour l'entreprise Janod de participer à ce salon pour lancer sa nouvelle gamme.

À l'occasion de ce salon, les membres de l'équipe Janod accueilleront les revendeurs sur le stand ; des ateliers seront organisés toute la journée pour que les enfants et parents puissent découvrir les nouveaux produits. Pour toute commande, d'un montant minimum de 500 euros (passée sur le salon), une remise de 10 % sera accordée. Par ailleurs, un lien permettra à chaque revendeur de s'inscrire en ligne et de recevoir deux invitations gratuites pour participer au salon.

2.2 Réaliser, *sur votre copie*, un courriel visant à inviter les revendeurs de votre marque à venir découvrir votre nouvelle gamme de produits « Loisirs créatifs » en prenant compte les consignes données précédemment par votre responsable.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 5/20

PARTIE III ÉVALUER LA RENTABILITÉ D'UNE ACTION DE PROSPECTION

Dans le cadre de votre action de prospection, votre responsable organise une réunion afin d'en évaluer la rentabilité. Pour cela, il vous demande de préparer votre intervention au cours de cette réunion.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 10 et de vos connaissances :

- 3.1** Calculer, sur *l'annexe 1*, le coût HT de participation au salon Kidexpo pour l'entreprise Janod en prenant en compte les éléments suivants :
- Stand de 9m² avec angle
 - Cloisons déjà installées
 - Nettoyage du stand et éclairage compris
 - Coût du personnel sur place

L'entreprise souhaitait réaliser un chiffre d'affaires de 55 000 € HT pendant les 5 jours de participation au salon Kidexpo. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 48 000 € HT et, a accueilli plus de 350 professionnels.

- 3.2** Évaluer, *sur l'annexe 2*, la rentabilité financière de la participation de l'entreprise Janod au salon Kidexpo.
- 3.3** Proposer, *sur la copie*, des actions à réaliser par les commerciaux suite à la participation à ce salon.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 6/20

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

Document 1	<i>(2 pages)</i>	Le marché du jeu et du jouet	<i>Pages 8 à 9</i>
Document 2	<i>(2 pages)</i>	Le marché du jouet en France et en Europe	<i>Pages 9 à 10</i>
Document 3	<i>(2 pages)</i>	Chiffres clés 2018 du marché du jeu et jouet	<i>Pages 10 à 11</i>
Document 4	<i>(1 page)</i>	Enquête sur les jeux et jouets <i>Made In France</i>	<i>Page 12</i>
Document 5	<i>(1 page)</i>	Le marché du jeu et jouet en bois	<i>Page 13</i>
Document 6	<i>(1 page)</i>	Le marché des loisirs créatifs	<i>Page 14</i>
Document 7	<i>(1 page)</i>	Le salon Kidexpo	<i>Page 15</i>
Document 8	<i>(1 page)</i>	Les produits Janod	<i>Page 16</i>
Document 9	<i>(1 page)</i>	Offre tarifaire exposant Kidexpo pour 5 jours	<i>Page 17</i>
Document 10	<i>(1 page)</i>	Le coût des commerciaux	<i>Page 18</i>
Annexe 1	<i>(1 page)</i>	Calcul du coût total de la participation au salon Kidexpo	<i>Page 19</i>
Annexe 2	<i>(1 page)</i>	Rentabilité financière de la participation au salon Kidexpo	<i>Page 20</i>

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 7/20

LE MARCHÉ DU JEU ET DU JOUET

Noël 2018 : les fabricants de jouets restent confiants

Malgré les récentes difficultés de La Grande Récré et de Toys'R'Us France, les adhérents de la Fédération française des industries jouet puériculture (FJP) affichent leur confiance pour la prochaine saison de Noël : les petits - et les grands - demandent toujours autant de jouets. Reste à savoir les satisfaire...

Selon la Fédération française des industries jouet puériculture, les ventes de jouets devraient se maintenir durant la prochaine saison de Noël : la demande de ces produits restant stable et solide auprès des consommateurs.

Certes, le jouet a souvent fait, ces derniers temps, la une des journaux avec les reprises de La Grande Récré (Ludendo) et de Toys'R'Us France. Mais les difficultés financières de ces deux acteurs spécialistes n'affectent pas la demande de jouets, toujours aussi forte du côté des enfants comme des parents. Un phénomène qui reste, année après année, stable et durable.

Ainsi, selon les chiffres NPD (spécialiste des études de marché) relayés par la Fédération française des industries jouet puériculture, les dépenses annuelles en jeux et jouets par enfant de 0 à 14 ans se sont établies à 258 € en 2017, soit 10 € de plus qu'en 2016.

La France, cinquième marché mondial du jouet

Cinquième marché mondial du jeu et du jouet et deuxième en Europe avec 3,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017, la France demeure l'un des piliers du secteur, qui réalise 60% de ses ventes annuelles entre octobre et décembre. Un enjeu de taille donc pour ses acteurs, qui doivent s'adapter à l'évolution des comportements de consommation.

Digitalisation et "juste-à-temps"

D'autant qu'il y a aussi la solution d'acheter en ligne : en 2017, les *pures-players*¹ et autres ont approché le seuil de 20% des ventes annuelles, bondissant de plus de 2 points de parts de marché en un an. Selon la FJP, l'an dernier, un parent sur deux a utilisé la livraison à domicile dans le cadre de ses achats de jeux et de jouets. "*Le développement des ventes on-line a démontré aux consommateurs qu'ils pouvaient acheter à la dernière minute et être livrés dans les temps*", observe Michel Moggio.

S'ajoute à cela le fait que les consommateurs sont également sensibles au prix et à la promotion, toujours cités parmi les premiers critères de choix pour l'achat, on peut donc s'attendre une nouvelle fois à un démarrage tardif des ventes.

Une offre "solide"

La FJP met également en avant l'offre "solide" de jouets - nouveaux ou déjà connus - pour ce Noël. "La tendance aux jouets collectionnables se poursuit, encouragée pour ce Noël par la sortie de *playsets*² et coffrets permettant de faire monter l'offre en gamme et en valeur", souligne Michel Moggio.

¹*pures-players* : peut s'appliquer au commerce électronique, le tout en ligne ne proposant aucun magasin où ses clients pourraient venir physiquement effectuer leurs achats

²*playsets* : Set de jeux

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 8/20

DOCUMENT 1 (SUITE)

Outre les robots, lasers et licences (Harry Potter notamment) que l'on attend pour cette fin d'année, les évolutions du marché depuis le début de l'année montrent également la bonne forme des figurines d'action pour les garçons (+19 %), des jeux de société hors cartes stratégiques (+4 %) ou encore des figurines 1^{er} âge (+3 %). La traditionnelle poupée est elle-aussi en hausse (+6 %), tirée par les mini-poupées qui progressent de 34 %. Les petits consommateurs ne manqueront pas d'idées pour remplir leur liste au Père Noël...

Source : isa-conso.fr - 26/10/2018

DOCUMENT 2

LE MARCHÉ DU JOUET EN FRANCE ET EN EUROPE
--

Le marché du jouet en France et en Europe

En 2016, le marché européen du jouet a représenté 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires (le marché mondial du jouet est valorisé quant à lui à 40 milliards d'euros). Le Royaume-Uni est le premier marché européen du jouet, viennent ensuite la France et l'Allemagne. Le marché français représente 3,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires, pour un total de 224 millions de jouets vendus (sauf jeux vidéo). Les jouets 1^{er} âge et les jouets de plein air et jouets sportifs représentent 23 % et 12 % du marché. En 2016, le marché français du jouet a été en croissance de 1 % par rapport à 2015. Une croissance moyenne de 3 % par an est prévue pour l'ensemble du secteur des jouets au moins jusqu'en 2018. La hausse des divorces, le développement des familles recomposées, l'augmentation de l'âge moyen des parents (et donc de leur pouvoir d'achat) constituent les principaux éléments explicatifs de cette croissance. Par ailleurs, depuis 2007 et le scandale des jouets fabriqués en Chine, les jouets *made in France* ainsi que les jouets en bois, les jouets traditionnels (considérés comme plus sûrs et de meilleure qualité) sont de plus en plus demandés. Cet engouement pour les jouets français, plébiscités par les consommateurs en recherche d'authenticité, de jouets sains et sûrs, se traduit à la fois par une hausse de la demande intérieure et par une augmentation de leur exportation.

Les spécificités du marché du jouet pour enfant : Il subit peu ou pas de baisse lorsque les marchés sont en crise. La place grandissante des jouets dans l'éveil des enfants (considérés comme indispensables à leur développement psychomoteur), leur caractère « moteur de la cohésion sociale », ainsi que la vitalité démographique des moins de 15 ans expliquent cette absence de baisse. Il existe aussi une forte saisonnalité des ventes au cours de l'année. Le dernier trimestre de l'année représente plus de 50 % du chiffre d'affaires de l'année (le mois de décembre représente à lui seul 35 %). Le nombre de jouets jetés chaque jour en France est considérable : chaque jour, 110 000 jouets finiraient à la poubelle, soit 40 millions de jouets jetés chaque année. Par ailleurs, 7 jouets sur 10 ne sont plus utilisés 8 mois après l'achat et finissent par dormir dans les armoires et sur les étagères. Les jouets commercialisés en France (et dans le monde) sont majoritairement importés d'Asie, la Chine étant la principale « usine de fabrication » des jouets. En 2016, environ 60 % des jouets vendus aux consommateurs français provenaient de Chine et seulement 7 % des jouets vendus en France ont été fabriqués sur le territoire français.

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 9/20

DOCUMENT 2 (SUITE)

Les fabricants de jouets : Au niveau de l'Union Européenne, il y avait 5 300 entreprises en 2016 employant environ 51 000 personnes qui travaillaient dans le secteur jeux éducatifs et jouets. La très grande majorité de ces sociétés sont des petites et moyennes entreprises (84 % des structures ont moins de 9 employés). Au niveau français, on retrouve aussi un très grand nombre de fabricants de jouets. En 2012, il y avait 762 fabricants français de jouets employant 2 100 salariés, avec seulement une vingtaine de sociétés ayant plus de 10 salariés (82 % des structures n'ont qu'une seule personne), représentant 404 millions d'euros de chiffre d'affaires (soit un CA moyen de 530 000 euros par entreprise). Depuis 2009, le nombre d'entreprises spécialisées dans la fabrication de jouets ne cesse de progresser en France.

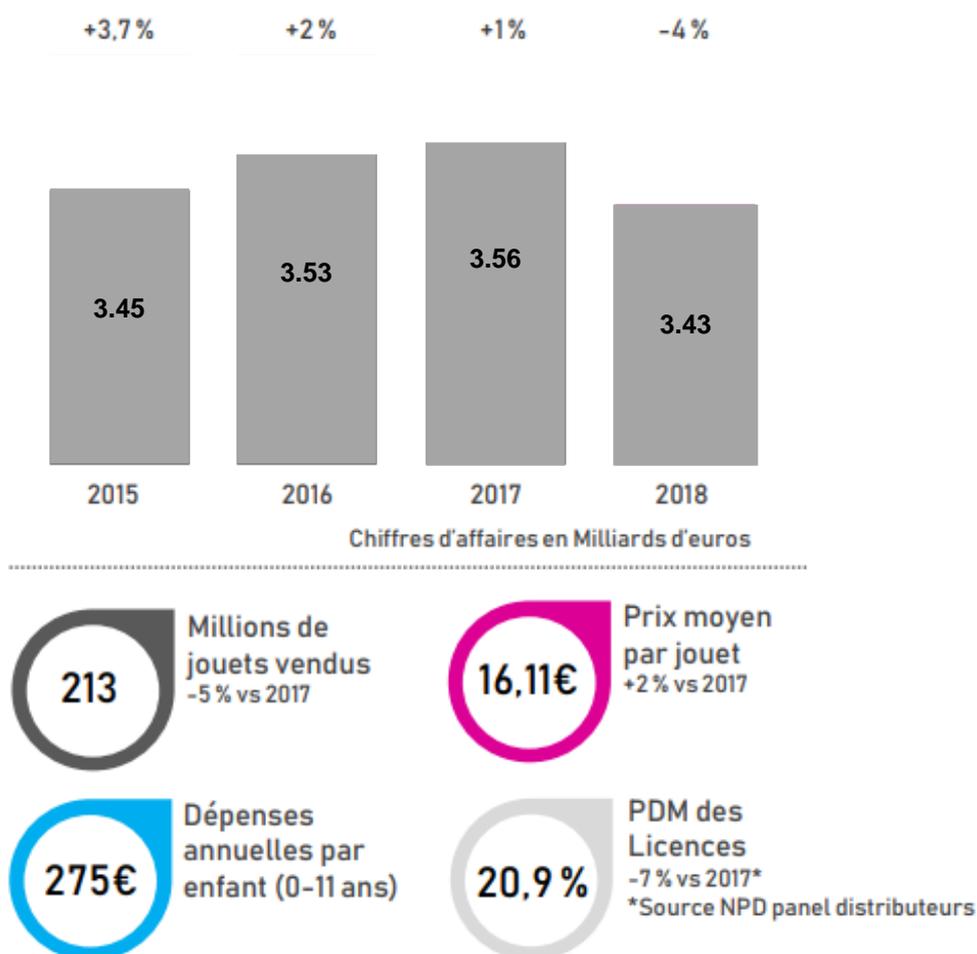
Source : chouduvolant.com – Avril 2017

DOCUMENT 3

CHIFFRES CLÉS 2018 DU MARCHÉ DU JEU ET JOUET

MARCHÉ DU JOUET EN 2018

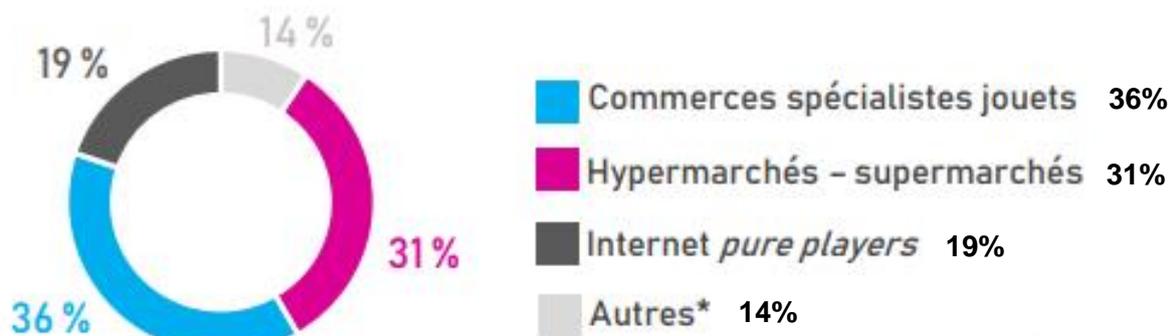
SOURCE NPD PANEL CONSOMMATEURS



Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 10/20

DISTRIBUTION

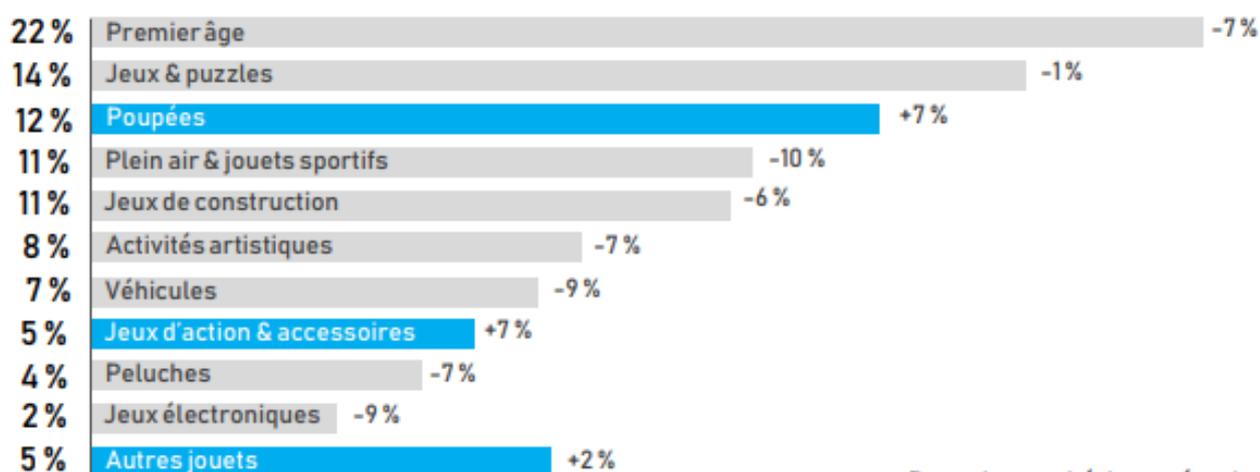
SOURCE NPD PANEL CONSOMMATEURS



Parts de marché des circuits de distribution
*Grands magasins, marchés, discounters...

PRODUITS

SOURCE NPD PANEL CONSOMMATEURS



Parts de marché des catégories
& évolution vs 2017

Source : fjp.fr – 2018

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 11/20

ENQUÊTE SUR LES JEUX ET JOUETS *MADE IN FRANCE*



PERFORMANCE COMMERCIALE

Un jouet Made in France se vend
35% mieux qu'un jouet importé
*(7% de parts de marché rapporté à
5% de présence en boutique)*



L'OFFRE EN BOUTIQUE

Seules 5% des marques
distribuées en boutique
fabriquent en France.
80% de l'offre dispose d'une
indication d'origine.



MARQUES MADE IN FRANCE

Biouiva, Ecoiffier, Jeujura, Joustra,
Meccano, Sentosphère et Smoby
sont les plus distribuées



LES ENSEIGNES LES PLUS ENGAGÉES

Le Bonhomme de bois avec 14% d'offre Made in France,
suivi par La Grande Récré (8%) et JouéClub (7,5%).
Nature & Découvertes ferme la marche (2%)



TOP 90 DES MARQUES

Made in France : seule 1 sur 8
est distribuée par au moins
une des 8 enseignes
étudiées

FRANCO-LAVAGE ☆
Dans le top 10 des marques
pratiquant cette stratégie
douteuse : Corolle, Histoire
d'Ours, Doudou & Cie, Janod...



☆ Le « Franco-lavage » est une technique marketing visant à brouiller l'esprit du consommateur. Le but étant de faire croire que le produit est fabriqué en France, sans que ce soit effectivement le cas

Source : site.fimif.fr

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 12/20

LE MARCHÉ DU JEU ET JOUET EN BOIS

Le nouveau boom des jouets en bois

Les jouets en bois font un retour en force. Longtemps délaissés par les jouets en matière plastique, le concept refait surface et se trouve même particulièrement "tendance".

Le jouet en bois a eu longtemps de vertes années. Mais, avec l'arrivée de la matière plastique, puis des nouvelles technologies, le marché a décliné.

Toutefois, comme les modes ne sont que d'éternels recommencements, le jouet en bois refait surface.

Avec l'écologie, le développement durable et la préservation de la planète, fini la matière plastique, les piles et circuits imprimés.

Le bois, recyclable par excellence, refait surface.

Et le jouet en bois de retrouver une nouvelle jeunesse.

Avec, en prime, les vertus éducatives pour jeunes enfants qu'on lui connaît.

Le jouet en bois représente un chiffre d'affaires annuel de 3,5 millions d'euros.

Source : Extrait du site france3-regions.francetvinfo.fr – Décembre 2017

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 13/20

LE MARCHÉ DES LOISIRS CRÉATIFS

Le marché des loisirs créatifs : un marché en croissance

Le marché des loisirs créatifs est estimé à un milliard d'euros. Le segment enfant est particulièrement dynamique puisqu'il a connu une progression de 8 % en 2016. Comme tout marché porteur, les loisirs créatifs sont un secteur bataillé. La concurrence entre les magasins spécialisés, les grosses enseignes, la grande distribution et le commerce numérique fait le bonheur du client, qui peut ainsi accéder à une offre très diversifiée.

Comme les adultes, les enfants apprécient les activités manuelles

On pointe souvent du doigt le temps passé derrière les écrans, mais il semblerait bien que les Français apprécient également d'autres formes de passe-temps. De la mosaïque à l'origami en passant par la peinture, la couture ou la cuisine, les Français apprécient les activités manuelles :

- 61 % d'entre eux pratiquent une activité manuelle ;
- 93 % considèrent que l'activité manuelle une source de bien-être ;
- ils y consacrent chaque année 500€.

Le *Do It Yourself* est un marché concurrentiel

Comme tout marché à succès, le secteur des loisirs créatifs est concurrentiel. L'offre est très diversifiée et les perspectives de développement devraient encourager de nouvelles initiatives.

Les loisirs créatifs, devraient représenter 50 % de l'ensemble du marché des loisirs, dans les prochaines années.

Les boutiques et les détaillants spécialisés, souvent implantés dans les centres-villes, partagent le marché avec les enseignes situées en périphérie, où les coûts d'installation et d'exploitation sont moins élevés, et aussi, avec le commerce électronique (*e-commerce*). D'autres acteurs viennent compléter cette offre déjà large, comme des jardineries ou des espaces culturels qui diversifient leur gamme de produits, et disposent d'espaces dédiés aux activités manuelles. Tous ces facteurs peuvent expliquer une progression moindre du chiffre d'affaires du commerce spécialisé :

- l'ensemble du marché a progressé de 2 % en 2016,
- les spécialistes n'ont progressé que d'1 %.

Les loisirs créatifs et les enfants

Les enfants et les enseignants sont une cible privilégiée pour les enseignes spécialisées, qui comptent avant tout sur leur savoir-faire pour sortir du lot. Elles proposent ainsi la déclinaison d'une gamme de produits spécifiques et des animations tout au long de l'année. Les petits créatifs peuvent y découvrir la cuisine, le modelage, le coloriage, le dessin, la peinture et la décoration, en participant à des ateliers. Tous les grands moments festifs du calendrier, Noël, Pâques, la Fête des mères et des pères, Halloween, etc., sont autant d'occasions d'adapter l'offre des magasins et de proposer des animations spéciales contribuant à les démarquer de la concurrence.

Source : site bilbokid.com – Novembre 2018

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 14/20

LE SALON KIDEXPO



KIDEXPO, 5 JOURS DE RENCONTRE AVEC VOS PUBLICS

La 14^{ème} édition de Kidexpo Paris se tiendra du mercredi 21 au dimanche 25 octobre 2020 à Porte de Versailles Pavillon 7.1.

L'événement Kidexpo a été créé pour proposer une rencontre grand public forte et référente entre les familles et les sociétés qui proposent des idées, des produits et des services pour améliorer leur vie quotidienne dans 3 univers :

- éducation et vie pratique
- sports, loisirs et vacances
- jeux, jouets et loisirs créatifs

Le salon propose : 16 000 m² d'animations, 300 marques représentées et 150 stands.

KIDEXPO, UN AMPLIFICATEUR MÉDIATIQUE

- Une campagne d'affichage large et ciblée : métro, flancs de bus, boulevard périphérique parisien, affichage de proximité, réseaux billetteries et partenaires...
- Des retombées médiatiques exceptionnelles : 50 passages TV, 30 passages radio, plus de 250 articles de presse et web
- Des partenaires médias puissants : Disney Channel, Le Journal de Mickey, UGC, Allociné, Le Figaro, Citizenkid, 750g, RFM...

FAITES PARLER DE VOUS A KIDEXPO



RENCONTRER DES FAMILLES

leur présenter et vendre vos produits et services, lancer et tester une nouvelle offre



NOUEZ DES CONTACTS AVEC LES PROFESSIONNELS DE L'ENFANT

fabricants, acheteurs, distributeurs, enseignants, maires, élus jeunesse et famille



CAPEZ L'ATTENTION DES MEDIAS

qui viennent à Kidexpo faire le plein d'informations et d'images sur le thème « Quoi de neuf pour les familles ? »

Source : site kidexpo.com

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 15/20

LES PRODUITS JANOD

Vous avez des petits qui débordent de créativité ? Offrez-leur de quoi assouvir leur passion ! Les loisirs créatifs Janod, sont adaptés à des enfants de 4 à 12 ans et reprennent des thèmes qui leur sont chers. La ferme, les animaux, les princesses, les pirates ... En fonction de leur âge et de leurs capacités, les enfants trouveront une activité adaptée : paillettes, plastique fou, aquarelle, fabrication de pompons, mosaïques ... De quoi développer dextérité et créativité !



Les ateliers :

La marque propose « Les Ateliers Janod », une gamme de loisirs créatifs qui s'adresse aux 4-12 ans : un choix d'une vingtaine de références à ce jour avec des thématiques variées.

LE PACKAGING : UNE ATTENTION CONSTANTE AU DÉTAIL

Le contenant est important et fait aussi partie du concept produit, comme par exemple pour les Magneti'book. Des *packagings* qualitatifs, utiles, pratique, réutilisables tels que les boîtes de puzzle rondes, les boîtes carton avec poignées pour certains jeux comme le jeu des poulettes, des boîtes métal Sardine pour le jeu de Pêche à la ligne, etc.

SÉCURITÉ+

Des jouets qui répondent à toutes les normes et réglementations en vigueur pour que nos enfants s'amuse en toute sécurité. Tous nos jouets sont conformes aux normes et réglementations françaises et européennes en vigueur. Ils portent le marquage CE qui atteste de cette conformité

DES MATÉRIAUX DE HAUTE QUALITÉ

- ✓ Bois certifié FSC® : bois provenant de forêts gérées de manière responsable, préservant la biodiversité, l'écologie, le renouvellement des ressources mais également la protection des droits des peuples autochtones. Seuls, les produits identifiés comme tels dans ce site sont certifiés FSC®.
- ✓ Le carton : nous apportons une attention particulière aux épaisseurs pour la qualité des puzzles et la durabilité dans le temps.
- ✓ Diversité des textiles : nous introduisons de plus en plus de nouvelles matières associées au bois pour développer le sens du toucher des plus petits.

Source : site janod.com

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 16/20

OFFRE TARIFAIRE EXPOSANT KIDEXPO POUR 5 JOURS

SURFACE NUE – à partir de 6m²

Traçage : aménagement du stand et nettoyage non compris

Possibilité de choisir un équipement en complément d'une surface nue :

- **Équipement « light »** : cloisons en bois recouvertes de coton gratté, moquette, nettoyage du stand. Électricité et éclairage non compris.
- **Équipement « clés en main »** : cloisons en bois recouvertes de coton gratté, moquette, éclairage, électricité, mobilier selon surface, nettoyage du stand



Éléments du stand	Tarifs
SURFACE NUE – à partir de 6 m² Traçage : aménagement du stand et nettoyage non compris	650 € HT / jour + 50 € HT/jour/m ² supplémentaire
Possibilité de choisir un équipement en complément d'une surface nue :	
- Équipement « light »	250 € HT + 20 € HT par m ² supplémentaire
- Équipement « clés en main »	450 € HT+ 25 € HT par m ² supplémentaire
Emplacement sur le salon : - Emplacement standard - Angle - Allées principales	Compris dans le tarif 325 € HT pour 5 jours 275 € HT pour 5 jours
Publicité sur le site internet	250 € HT

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 17/20

LES COÛTS DES COMMERCIAUX

4 commerciaux seront présents sur le stand pour accueillir les professionnels.

Chaque commercial arrive le mercredi matin et repart le dimanche soir après avoir dîné avec ses collègues.

- Frais d'hébergement et de repas :

- Nuit (petit-déjeuner compris) : 115 € HT par nuit
- Repas : 20 € HT par repas

- Rémunération particulière pour le salon, versée à chaque commercial : 850 € pour les 5 jours

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 18/20

ANNEXE 1

À compléter et à remettre avec la copie.

Calcul du coût total de la participation au salon Kidexpo

Postes	Détails des calculs ou justifications	Résultats en €
COÛT DU STAND (€)		
Surface nue		
Équipement « light »		
Équipement « clés en mains »		
Emplacement sur le salon		
Publicité sur le site internet		
MONTANT STAND TOTAL HT		
COÛT DU PERSONNEL (€)		
Nuits		
Repas		
Rémunération		
TOTAL COÛT PERSONNEL		
COÛT TOTAL DU SALON € HT		

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 19/20

ANNEXE 2

À compléter et à remettre avec la copie.

Rentabilité financière de la participation au salon Kidexpo

Evaluation de l'action de prospection	
Objectif de chiffre d'affaires en € HT	
Chiffre d'affaires réalisé en € HT	
Taux de réalisation de l'objectif (<i>arrondir à 2 chiffres après la virgule</i>).	
Taux de marge	40%
Marge dégagée en €	
Résultat de l'action de prospection en €	
Evaluation des retombées commerciales	
Coût du contact utile €*:	
Capacité à générer des contacts :	
Interprétation des résultats obtenus:	
* Coût supporté par une entreprise pour entrer en contact avec un individu appartenant à sa cible.	

Baccalauréat Professionnel Vente	2006-VE T 22 1	Session 2020	DOSSIER SUJET
E2 – Épreuve technologique E22 - U22 – Préparation et suivi de l'activité commerciale	Durée : 3h	Coefficient : 3	Page 20/20