



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL
à référentiel commun européen

U51 – Prospection et suivi de clientèle

Durée : 3 heures

Coefficient : 3

L'utilisation d'une calculatrice réglementaire est autorisée.

Calculatrice électronique de poche – y compris programmable, alphanumérique ou à écran graphique, – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Le candidat est invité à vérifier qu'il est en possession des pages 1/13 à 13/13.

Il est demandé au candidat de se situer dans le contexte des données présentées et d'exposer ses solutions avec concision et rigueur en prenant soin de justifier sa démarche.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement dans sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

N.B. : Hormis l'en-tête détachable, la copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc.

LENNOX

La société LENNOX a été fondée en 1895 aux USA dans l'Iowa, par Dave LENNOX, concepteur de la première chaudière à charbon en acier riveté.

Depuis la société s'est spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation d'une vaste gamme de produits destinée aux marchés du chauffage, de la ventilation, du conditionnement d'air et du refroidissement. L'activité s'articule autour de quatre domaines :

- installation de chauffage et de conditionnement d'air pour les habitations
- installation de chauffage et de conditionnement d'air pour les locaux commerciaux
- équipement de réfrigération et de stockage de denrées périssables (restaurants, distribution)
- installation, maintenance, service après-vente.

Le développement international de LENNOX s'est opéré par croissance externe, grâce au rachat de différentes entreprises en France, en Espagne, aux Pays Bas ou en République Tchèque. Aujourd'hui c'est un groupe international, implanté sur tous les continents et dont le siège social est à Dallas.

La société LENNOX France est spécialisée dans la production de systèmes de climatisation centralisée et de traitement d'air, armoires de climatisation, groupes de condensation à air... Elle est leader sur le marché de la fourniture d'unités de climatisation en toiture (ou rooftops). Son savoir-faire lui permet de concevoir des équipements modulaires, s'installant rapidement, pour des applications commerciales (climatisation d'une surface de vente de Grande et Moyenne Surface...), industrielles (installation de traitement d'air pour un laboratoire de recherche...), ou tertiaire (climatisation d'immeubles de bureaux...). Elle compte ainsi parmi ses clients l'Oréal, la FNAC, St Maclou, Mac Donald's, ou le siège de l'UNESCO à Paris...

De plus en plus, les recherches portent sur des applications respectant l'environnement et plus particulièrement la couche d'ozone.

LENNOX dispose de plusieurs agences commerciales en UE (Allemagne, Espagne, Royaume-Uni, Portugal, Pologne...) en Russie et Ukraine. Sur d'autres marchés, elle développe ses ventes à l'export par l'intermédiaire d'agents ou de distributeurs pour les pays du Maghreb, du Proche Orient, d'Israël...

LENNOX France est en charge du développement commercial en Europe et au Moyen-Orient.

CIE5PSC

Partie I - Participation au salon « The Big Five » (Annexes 1 à 7)

Afin de rencontrer un certain nombre de clients potentiels, Lennox décide de participer au salon « The Big Five » à Dubaï. La participation à cette manifestation est aussi l'occasion pour Lennox de faire largement connaître son nouveau produit Neosys et ainsi d'afficher l'image dynamique de l'entreprise.

Le directeur commercial s'y rendra accompagné d'un collaborateur. Il vous demande de l'aider à préparer la manifestation commerciale.

Il a souscrit une assurance prospection auprès de la COFACE.

Travail à faire

- 1) Justifiez la décision prise par Lennox de participer au salon de Dubaï.
- 2) L'entreprise a décidé de publier dans le journal du salon « The Big Five Show Daily Newspaper » un communiqué de presse présentant l'entreprise et en particulier le nouveau produit Neosys.
Rédigez ce communiqué de presse en français (150 à 180 mots).
- 3) Calculez le budget global de participation au salon en EUR.
- 4) Appréciez la décision prise par LENNOX de souscrire une assurance prospection.

Partie II - Mode de Présence : choix d'un partenaire commercial (Annexes 8 et 9)

Sa présence sur les salons a permis à LENNOX d'obtenir des contrats d'installations d'air climatisé pour plusieurs hôtels de Dubaï. L'entreprise souhaite désormais développer un véritable courant d'affaires sur ce marché par l'intermédiaire d'un partenaire local.

Travail à Faire

- 1) Présentez les avantages et les inconvénients du recours pour LENNOX à un importateur ou à un agent.
- 2) La sélection du partenaire le plus adapté pour le marché des Émirats Arabes Unis.
 - 2.1) Proposez les critères les plus pertinents pour ce choix.
 - 2.2) Indiquez le partenaire que vous choisiriez parmi les quatre proposés en annexe 8 et justifiez votre réponse.
- 3) Établissez une liste structurée des éléments que le négociateur de LENNOX doit prendre en considération pour réussir le rendez-vous avec le partenaire pressenti.

BARÈME

Partie 1	28 points
Partie 2	32 points
Total	60 points

Liste des annexes

		Pages
Annexe 1	Exemples de produits et d'installations	4
Annexe 2	Les grands chantiers de Dubaï	5
Annexe 3	Présentation du salon "The Big Five"	6 et 7
Annexe 4	Le journal du salon	7
Annexe 5	Le nouveau produit	8 et 9
Annexe 6	Participation au salon "the Big Five" du 23 au 27 novembre 2009	9
Annexe 7	Tableau prévisionnel d'amortissement de l'assurance – prospection pour le salon "the Big Five"	10
Annexe 8	Fiches descriptives des partenaires éventuels	11
Annexe 9	Relations d'affaires aux Émirats arabes unis	12 et 13