



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

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.

CRDP Aquitaine

BTS PHOTOGRAPHIE

ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALES – DROIT

SESSION 2009

Durée : 4 heures
Coefficient : 3

Matériel autorisé :

Toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (circulaire N°99-186,16/11/1999).

Barème indicatif :

Dossier 1 :.....	10 points
Dossier 2 :.....	7 points
Dossier 3 :.....	15 points
Dossier 4 :.....	8 points
Dossier 5 :.....	12 points
Dossier 6 :.....	8 points

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 12 pages numérotées de 1/12 à 12/12.**

ROLAND DG

Créée en 1981, la société Roland DG fête cette année ses 25 ans. Principalement connue pour ses instruments de musique, l'entreprise connaît aujourd'hui pourtant une forte croissance sur les activités d'impression grand format et de communication visuelle. Ses champs d'application sont les machines d'impression découpe, le tirage jet d'encre de 76 à 260 cm de large et la gravure à partir de fichiers numériques.

Ainsi, les best-sellers de la société Roland DG sont les imprimantes VersaCamm 540 et 300, permettant de découper et d'imprimer, qui connaissent un fort succès dans les applications de signalétique et de mercatique directe. Mais, avec l'apparition de nouveaux papiers photo, ces machines trouvent également un écho dans le réseau de distribution de l'image.

La société Roland DG a donc décidé de saisir cette opportunité de percer dans le marché grand public de l'image avec sa dernière née : la Metaza MPX-70. Cette machine permet de graver tout type de médaillon ou de plaque métal par transfert de photo numérique. Dans un marché du tirage photo numérique en pleine réflexion sur les nouvelles solutions à forte valeur ajoutée, la Metaza MPX-70 devrait intéresser les distributeurs.

Vous avez été recruté(e) par M. Martin, le directeur français de la société, afin de préparer et organiser le lancement de ce nouveau produit sur l'ensemble du territoire français.

Annexes :

Annexe 1 : La « MPX-70 » sur le marché.....	page 5
Annexe 2 : Les tendances actuelles sur le marché de la photographie.....	page 7
Annexe 3 : Exposition à la Photokina 2010	page 12
Annexe 4 : Informations comptables concernant la MPX-70	page 12
Annexe 5 : Éléments concernant les systèmes de rémunération des commerciaux	page 12

DOSSIER 1 - ÉTUDE DU MARCHÉ

À l'aide des annexes 1 et 2 et de vos connaissances,

1.1 **Présentez** une note de synthèse de 2 pages maximum destinée à M. Martin, dans laquelle vous exposerez les tendances du marché actuel de la photo. **Structurez** votre exposé et **veillez** à mettre en évidence les éléments les plus pertinents qui vous permettent de conclure à l'intérêt de lancer la Metaza MPX-70 sur le marché.

DOSSIER 2 - PARTICIPATION AU SALON DE LA PHOTOKINA 2010

Suite à votre étude, vous estimez nécessaire d'accentuer votre politique de communication à travers plusieurs actions.

2.1 Précisez l'intérêt pour une entreprise d'exposer sur un salon professionnel international.

2.2 À partir de l'annexe 3 **calculez** le nombre de machines à vendre pour que cette participation soit rentable. **Concluez** quant à l'opportunité de cette action.

DOSSIER 3 - COMMUNICATION VERS LES DISTRIBUTEURS PHOTOSPÉCIALISTES

3.1 **Présentez** les différents moyens de communication média et hors média qui permettraient à M. Martin de faire connaître et de vendre ses produits et en particulier la Metaza.

3.2 Compte tenu de l'envergure de l'entreprise, **identifiez** les moyens les plus appropriés.

À l'aide de l'annexe 4 :

3.3 **Calculez** le nombre minimum de médaillons à vendre par le photospécialiste par mois pour rentabiliser son investissement. Dans l'hypothèse minimale de 4 médaillons vendus par jour, **déterminez** la marge annuelle dégagée. **Concluez** quant à l'intérêt ou non pour le photospécialiste d'acheter la Metaza MPX-70.

3.4 **Élaborez** l'argumentaire de vente destiné aux distributeurs.

DOSSIER 4 - GESTION DE LA FORCE DE VENTE

Compte tenu du succès escompté de la Metaza, M. Martin envisage de modifier le système de rémunération existant de ses commerciaux.

À partir des renseignements contenus dans l'annexe 5 :

4.1 **Calculez** la rémunération moyenne pour un commercial dans le système actuel et dans le nouveau système envisagé. **Mettez** en évidence le système le plus motivant en justifiant votre réponse.

4.2 **Montrez** les limites de la prise en compte du chiffre d'affaires comme seul indicateur de performance d'un commercial. **Proposez** d'autres indicateurs possibles.

DOSSIER 5 - RECRUTEMENT

M. Martin se rend très vite compte que sa force de vente actuelle est non seulement mal introduite dans les réseaux de vente grand public mais qu'également elle n'a pas le temps de travailler correctement sur cette nouvelle cible. Il décide donc de procéder au recrutement de jeunes commerciaux sous contrat à durée indéterminée.

Il souhaite inclure dans le contrat de travail les 4 clauses suivantes :

- clause de non concurrence,
- clause de résultat,
- clause de dédit formation,
- clause de mobilité.

5.1 **Présentez** chacune de ces clauses, leur intérêt pour l'employeur ainsi que les contraintes légales qui les encadrent. Vous pouvez présenter votre réponse sous forme de tableau.

5.2 **Rappelez** les recours possibles d'un commercial en présence d'une clause abusive dans son contrat.

DOSSIER 6 - DROIT DE LA PHOTO

M. Martin est passionné par toutes les opportunités qu'offre Internet en matière de communication. Il décide de créer un site gratuit pour ses clients qui pourront échanger et faire circuler divers documents : articles et images.

6.1 **Présentez** les limites imposées par la loi en matière de diffusion de données informatiques.

6.2 **Précisez** l'étendue de la responsabilité de M. Martin si les images qui circulent sur son site portent atteinte à des droits existants (droit d'auteur et droit à l'image).

Le récent développement des « blogs » sur l'Internet incite certains internautes à publier des photographies de personnes sans leur autorisation.

6.3 **Rappelez** les conditions dans lesquelles l'image de personnes peut être diffusée sans porter atteinte à la vie privée.