



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 2010

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

SESSION 2010

# BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET VENTE

## CORRIGÉ

Durée : 2 heures 30

Coefficient : 2

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé

Le corrigé comporte 5 pages

BARÈME INDICATIF :

- 1<sup>ère</sup> partie : sur 14 points
- 2<sup>ème</sup> partie : sur 14 points
- 3<sup>ème</sup> partie : sur 12 points

NOTE IMPORTANTE :

Dès que le sujet de l'épreuve vous est remis, assurez-vous qu'il est complet en vérifiant le nombre de pages en votre possession.

Si le sujet est incomplet, demandez-en immédiatement un nouvel exemplaire aux surveillants.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT		
Durée : 2 h 30	Économie et gestion appliquées	Session 2010
Coefficient : 2	Épreuve U51 – Conseil économique et vente	Page 1/5

## PREMIERE PARTIE – CHOIX STRATEGIQUES

14 pts

### 1.1. Préciser en la justifiant les stratégies engagées par le groupe Kverneland de 1993 à 2001.

Sur 2 points

Les stratégies engagées par le groupe sont :

- stratégie de croissance externe (1 pt) (nombreuses acquisitions notamment la division viticole Grégoire)
- stratégie de diversification (kverneland s'adresse à des marchés sur lesquels les lois de demande sont différentes) (1 pt)

### 1.2. Identifier quels sont alors les objectifs recherchés par le groupe Kverneland.

Sur 1 point (0,5 pt par objectif cité)

Les objectifs sont :

- De devenir leader sur le marché mondial de l'équipement de machines agricoles.
- D'assurer l'activité cœur de métier (travail du sol / récolte) par un métier complémentaire lucratif (viticulture) (répartition du risque / amélioration de la rentabilité).

### 1.3. En 2007, Kverneland se sépare de la division Viticole Grégoire. Présenter les raisons qui expliquent ce changement d'orientation stratégique.

Sur 2 pts (0,5 pt par idée justifiée)

Les principales raisons sont :

- le recentrage du groupe norvégien « sur le cœur de métier du travail du sol et de récolte »
- l'absence de synergie des diverses organisations
- les lourdeurs dans les prises de décisions (structure trop complexe),
- le manque de financement pour le développement de Grégoire (annexe 1).

### 1.4. Quels sont les actions de développement et les résultats prévus par le nouveau PDG de Grégoire ASA ?

Sur 4 pts

Le nouveau PDG du groupe Grégoire espère une reprise du marché des machines à vendanger

- Ouverture commerciale sur le marché de l'Oliveraie (1 pt).
- Ouverture sur tous les marchés où la surface viticole mécanisable est en hausse. (0,5 pt).
  - Présence dans des pays d'Europe centrale ou en Russie car les vignobles se développent (0,5 pt)

- Il prévoit :
  - o une hausse de sa part de marché, pour atteindre 35 % du marché mondial (1 pt)
  - o Croissance de 7 à 8% / an de l'activité afin d'atteindre 50 millions d'€ en 2010 (1pt).

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT		
Durée : 2 h 30	Économie et gestion appliquées	Session 2010
Coefficient : 2	Épreuve U51 – Conseil économique et vente	Page 2/5



- **1.5 dégager les grandes tendances du marché français viti-vinicole en 2009. (2 points – 0,5 pt par idée)**
  - o ❶ marché attentiste, conséquence de la prudence des viticulteurs ;
  - o ❷ disparité géographique dans l'investissement
    - CA et/ou trésorerie faibles pour certaines régions de production ;
  - o ❸ difficulté à assurer les financements par le crédit ;
  - o ❹ la hausse des ventes s'est concentrée principalement sur des modèles automoteurs.

**1.6. Les choix du PDG de Grégoire ont-ils été judicieux ? (justifier) (3 points)**  
 Oui compte tenu de la conjoncture actuelle (cf analyse ci dessus) :

- ☛ Ouverture commerciale sur le marché de l'Oliveraie permet de diversifier son marché vers la récolte d'olives (marché à perspective haussière) ; **(1,5 pt)** ;
- ☛ ☛ Volonté d'internalisation avec la présence dans des pays d'Europe centrale ou en Russie permet de compenser la morosité des marchés français **(1,5 pt)**.

☞ Toute autre idée en cohérence avec le caractère judicieux des choix du PDG de Grégoire pourra être valorisée (ex : fidélisation avec des domaines prestigieux - Château Latour...).

## DEUXIEME PARTIE – PROMOTION DE LA GAMME

14 pts

**2.1. Repérer les différentes gammes de produits regroupées sous la marque GREGOIRE.**

**Sur 2 points (0.5 par réponse)**

- Les machines à vendanger,
- les porteurs polyvalents et porte-outils,
- les outils spécialisés et pulvérisateurs,
- les machines à récolter les olives.

**2.2. Montrer un intérêt et une limite pour GREGOIRE de « regrouper sous un même nom tous les matériels viticoles du groupe ».**

**Sur 2 points**

Intérêt :

Bénéficiaire de la notoriété, de l'image de la marque grâce à une marque ombrelle (réduction des coûts de communication) **(1 pt)**

Limite :

Dans le cas d'un problème sur un produit, risque de nuire à l'image de la marque **(1 pt)**

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT</b>		
Durée : 2 h 30	Économie et gestion appliquées	Session 2010
Coefficient : 2	Épreuve U51 – Conseil économique et vente	Page 3/5



**2.3. Présenter sous la forme d'un tableau, l'argumentaire selon la méthode CAP (2 arguments techniques et 3 arguments commerciaux) Sur 5 points**

CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES
<b>Arguments techniques</b>		
Gestion de la correction de dévers	Permet une utilisation sur tous types de terrains	Démonstration ou revue technique...
Joystick centralisant toutes les commandes	Praticité, confort d'utilisation, ergonomie	Démonstration
Aspirateurs supérieurs	Permet un nettoyage parfait de la récolte en évitant les corps étrangers	vidéo
<b>Arguments commerciaux</b>		
Marque Grégoire	Marque ancienne, reconnue, notoire	Article de presse, date de création, 45 % du marché français....
SAV performant	Service et suivi de qualité	Témoignage d'un client
Proximité avec la clientèle	Réponse adaptée aux besoins	Les innovations témoignages

Accepter toute caractéristique, 1 point par argument décomposé de la façon suivante (0.25 pour la caractéristique, 0.5 pour l'avantage, 0.25 pour la preuve)

**2.3. Rédigez la lettre-type de publipostage adressée aux responsables des CUMA qui ont accepté un rendez-vous. Sur 5 points**

**Objet** : confirmation de rendez-vous (0.5 pt)

**Titre de civilité** : (0.5 pt)

**Introduction** : faire référence au rendez-vous pris par téléphone et confirmer la date (1 pt)

**Développement** : rappeler le produit (machine à vendanger) (1 pt) qui sera présenté en mettant l'accent sur une caractéristique adaptée (vignes larges) (1 pt).

**Formule de politesse** : (1pt)

**Signature du commercial**

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT</b>		
Durée : 2 h 30	Économie et gestion appliquées	Session 2010
Coefficient : 2	Épreuve U51 – Conseil économique et vente	Page 4/5



**TROISIEME PARTIE – GESTION DU PERSONNEL****12 pts**

3.1. ❶ après avoir distingué le licenciement pour motif économique et le licenciement pour motif personnel, ❷ M. SERGEANT souhaiterait savoir, quel type de licenciement retenir à l'encontre de M. DUPUY ? 4 points

❶ Le licenciement économique est consécutif à des difficultés financières ou économiques de l'entreprise ou doit être rendu nécessaire par des transformations d'emplois liées aux mutations technologiques.

Le licenciement pour motif personnel repose sur un motif inhérent à la personne du salarié.

❷ Grégoire n'a pas de difficultés économiques..., l'insuffisance de résultat par contre, peut être imputable au salarié. L'employeur devra donc procéder à un licenciement pour motif personnel.

3.2. **La sanction souhaitée par M. SERGEANT à l'encontre de M. DUPUY est-elle licite ?** 3 points

❶ Pour être justifié, le licenciement doit reposer sur une cause réelle et sérieuse.

❷ Marc Dupuy a des résultats très insuffisants au regard de ses objectifs (identiques à ceux de ses collègues) et des performances des autres commerciaux (annexe 5). Les objectifs ne sont pas irréalistes, l'insuffisance professionnelle est caractérisée et si l'on s'en réfère à l'arrêt n° 2,

❸ Le licenciement est donc justifié.

3.3. **Monsieur SERGEANT pourrait-il retenir la faute grave comme motif de licenciement ? (justifier votre réponse)** 3 points

PM : Selon l'arrêt n° 3, pour invoquer la faute grave il faudrait prouver la mauvaise volonté de Monsieur Dupuy.

Pm : Or, il est précisé que ce dernier a du mal à exercer son activité à cause de ses difficultés personnelles.

Sol. : Le licenciement ne peut donc pas reposer sur une faute grave.

3.4. **Dans ce cas, quelles seraient les conséquences pour M. DUPUY ?** 1point

La faute grave priverait monsieur Dupuy, du préavis (délai congé) et des indemnités de licenciement. Il ne pourrait prétendre qu'aux indemnités de congés payés.

3.5. **Quelle juridiction M. DUPUY pourra-t-il saisir, en cas de contestation de son licenciement ?** 1 point

Le recours du salarié consiste à saisir le Conseil des Prud'hommes, juridiction compétente pour régler les litiges entre salarié et employeur, relatifs au contrat de travail, en l'occurrence ici, pour rupture du contrat de travail.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGROÉQUIPEMENT		
Durée : 2 h 30	Économie et gestion appliquées	Session 2010
Coefficient : 2	Épreuve U51 – Conseil économique et vente	Page 5/5