



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

**Campagne 2010**

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

SESSION 2010

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**  
**NÉGOCIATION ET RELATION CLIENT**

**MANAGEMENT ET GESTION D'ACTIVITÉS COMMERCIALES**

Durée : 5 heures

Coefficient : 4

**Matériel autorisé :**

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (circulaire n° 99-186 du 16/11/1999)

**Aucun document autorisé.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

**Le sujet est composé de 20 pages numérotées de 1 à 20  
et comprend 18 annexes numérotées de 1 à 18.**

Cette étude part de données réelles qui ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

Code sujet : NRMGAC-P10

## Composition du sujet

### « Douceurs d'Ange »

#### **Dossier 1 : Analyser le portefeuille des clients professionnels (entreprises et administrations)**

Ce dossier vise à apprécier votre capacité à :

- Analyser un fichier client
- Sélectionner les cibles

*Pour le dossier 1 : annexes n°1 et n°2*

#### **Dossier 2 : Évaluer et piloter l'activité commerciale**

Ce dossier vise à apprécier votre capacité à :

- Évaluer l'activité de la commerciale
- Mesurer la réalisation des objectifs fixés
- Piloter l'activité commerciale
- Mettre en œuvre un nouveau système de rémunération

*Pour le dossier 2 : annexes n°3 à n°10*

#### **Dossier 3 : Développer les ventes**

Ce dossier vise à apprécier votre capacité à :

- Analyser l'offre de l'entreprise
- Évaluer la rentabilité d'une activité de vente
- Développer un outil de fidélisation

*Pour le dossier 3 : annexes n°11 à n°18*

---

### RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

**Le candidat peut traiter chaque dossier de manière indépendante.**

Il est rappelé au candidat qu'en aucun cas il ne doit faire figurer ou apparaître son nom propre dans la copie.

---

## Liste des annexes

<b>Annexes n°</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page n°</b>
1	Portefeuille des 93 clients professionnels 2009	8
2	Éléments d'information sur le portefeuille clients professionnels en 2008	9
3	Résultats de la démarche de prospection de Sofia Marin sur le Val de Marne	10
4	Objectifs de performances et plan d'action pour janvier-février 2010	10
5	Performance de Sofia Marin pour janvier-février 2010	10
6	Agenda hebdomadaire de Sofia Marin (semaine du 01/02/2010 au 06/02/2010)	11
7	Carte du Val de Marne	12
8	Informations sur la circulation en région parisienne	12
9	Extrait de l'entretien d'évaluation de Sofia Marin au 01/03/2010	13
10	Systèmes de rémunération actuel et futur	13
11	Informations sur l'offre de plateaux-repas Douceurs d'Ange	14
12	Dossier de veille sur les plateaux-repas	14 à 16
13	Carte des menus de plateaux-repas Douceurs d'Ange	17
14	Éléments de calcul de la rentabilité d'une offre plateau-repas	18
15	Extrait du cahier de Sofia Marin	18
16	Capture d'écran du fichier Excel utilisé par Sofia Marin	19
17	Schéma des tables de la Base de données relationnelle test Douceurs d'Ange	20
18	Résultat d'une requête « dossier client » effectuée sur la base de données relationnelle test Douceurs d'Ange	20

## Douceurs d'Ange



Cuisinière de formation et véritable entrepreneur dans l'âme, Angèle Sevestre décide de reprendre avec son mari, David Sevestre, une ancienne pâtisserie dans le quartier de Créteil Village (94) en 2000. Baptisée « Douceurs d'Ange Pâtissier-Chocolatier-Traiteur », l'enseigne rencontre un succès croissant grâce à la complémentarité et au talent du couple. Disposant d'un laboratoire de création culinaire, Douceurs d'Ange innove constamment et lance ses propres créations souvent primées par la profession. Sur ce marché très concurrentiel, Douceurs d'Ange se différencie avec un positionnement haut de gamme et une politique de communication très active (site internet, blog, newsletter, participation au salon du chocolat, à la semaine du goût, relations publiques).

Avec un effectif de 18 personnes, l'entreprise a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires total de 1,3 millions d'euros réparti de la façon suivante :

- 60 % pour la vente en magasin et l'activité salon de thé
- 40 % pour les ventes à l'extérieur (activité traiteur, organisation de cocktails, vente de plateaux-repas) aux particuliers et aux entreprises et administrations. Parmi ces clients, la majorité sont des particuliers.

Angèle Sevestre se charge de la partie commerciale (ventes en magasin et à l'extérieur) et David Sevestre de la partie production. Rapidement, Angèle Sevestre se fait aider par Sofia Marin.

Embauchée au départ comme vendeuse magasin, Sofia Marin n'a pas de formation commerciale mais fait preuve d'une grande motivation et d'une envie de progresser. Aussi, Angèle Sevestre lui confie la cible des entreprises.

Aujourd'hui (en février 2010), face au développement du chiffre d'affaires, Angèle Sevestre décide de réorganiser l'activité commerciale. Angèle et David Sevestre se consacrent à la production, à la vente en magasin et au salon de thé et vous recrutent, en tant que jeune diplômé(e) du BTS NRC, comme responsable commercial(e) des ventes à l'extérieur. Sofia Marin, placée sous votre responsabilité, vous aidera à développer la cible des entreprises.

## **DOSSIER 1 : Analyser le portefeuille des clients professionnels (entreprises et administrations)**

La clientèle professionnelle de Douceurs d'Ange est constituée d'entreprises et d'administrations. Il s'agit essentiellement de la vente de prestations comme des buffets, des cocktails, des petits déjeuners.

Madame Sevestre vous a fixé(e) comme objectif de développer cette cible et vous recherchez la meilleure stratégie pour l'atteindre.

**Annexe 1 : Portefeuille des 93 clients professionnels 2009**

**Annexe 2 : Éléments d'information sur le portefeuille clients professionnels en 2008**

### **Travail à faire :**

**1.1** Analyser l'évolution du portefeuille des clients professionnels en termes d'effectifs, de chiffre d'affaires et de rentabilité entre 2008 et 2009.

**1.2** En déduire les cibles à développer en priorité.

## **DOSSIER 2 : Évaluer et piloter l'activité commerciale**

**Partie 1 : Évaluer l'activité de prospection de Sofia Marin et ses résultats commerciaux.**

Sofia Marin a pour objectif de développer le portefeuille clients des entreprises privées (87 clients actuels) en prospectant celles situées dans les 7 espaces économiques du Val de Marne : Plaine Centrale, Val de Bièvre, Haut Val de Marne, Plateau Briard, Est Parisien, Pôle Orly-Rungis et Seine-Amont. Sofia a débuté son action début janvier 2010.

Lors de votre prise de fonction en tant que responsable commercial(e) des ventes à l'extérieur, vous dressez un premier bilan de l'action de Sofia Marin auprès des entreprises.

**Annexe 3 : Résultats de la démarche de prospection de Sofia Marin sur le Val de Marne**

**Annexe 4 : Objectifs de performances et plan d'action pour janvier-février 2010**

**Annexe 5 : Performances de Sofia Marin pour janvier-février 2010**

**Annexe 6 : Agenda hebdomadaire de Sofia Marin (semaine du 01/02/2010 au 06/02/2010)**

**Annexe 7 : Carte du Val de Marne**

**Annexe 8 : Informations sur la circulation en région parisienne**

**Annexe 9 : Extrait de l'entretien d'évaluation de Sofia Marin au 01/03/2010**

### **Travail à faire :**

**2.1.1** Évaluer l'efficacité de la démarche de prospection de Sofia Marin. Conclure.

**2.1.2** Réaliser le tableau de bord des performances de Sofia Marin pour la période janvier-février 2010. Conclure.

**2.1.3** Analyser la gestion du temps et du plan de tournée de Sofia Marin.

**2.1.4** À partir du bilan ainsi dressé, proposer des axes de progression.

## Partie 2 : Piloter l'activité commerciale de Sofia Marin

Vous réfléchissez à un nouveau système de rémunération permettant de piloter l'activité commerciale de Sofia Marin.

### **Annexe 10 : Systèmes de rémunération actuel et futur**

#### **Travail à faire :**

**2.2.1** Comparer les rémunérations de Sofia Marin pour le mois de février 2010 dans l'ancien et le nouveau système.

*(Vous prendrez en compte les objectifs et les performances de Sofia Marin donnés dans les annexes 4 et 5).*

**2.2.2** Lister les intérêts et les limites du nouveau système de rémunération.

**2.2.3** Proposer des modifications permettant de le mettre en œuvre.

## **DOSSIER 3 : Développer les ventes**

### **Partie 1 : Développer l'offre plateau-repas**

Madame Sevestre vous demande d'étudier l'opportunité de développer l'activité de vente de plateaux-repas aux entreprises. Ce marché se développe rapidement avec des acteurs à forte notoriété comme Class'croûte ou L'affiche et une multitude de traiteurs locaux comme Douceurs d'Ange.

La problématique principale de ce marché est liée aux problèmes de livraison. Les zones de chalandise sont donc assez restreintes afin de limiter le coût facturé au client. La ville de Créteil où se situe Douceurs d'Ange est au cœur du département du Val de Marne. C'est un atout pour conquérir ce département peu exploité par la concurrence.

**Annexe 11 : Informations sur l'offre de plateaux-repas Douceurs d'Ange**

**Annexe 12 : Dossier de veille sur les plateaux-repas**

**Annexe 13 : Carte des menus de plateaux-repas Douceurs d'Ange**

**Annexe 14 : Éléments de calcul de la rentabilité d'une offre plateau-repas**

#### **Travail à faire :**

**3.1.1** Au regard des attentes du marché, analyser les points forts et les points faibles de l'offre plateau-repas de Douceurs d'Ange.

**3.1.2** Calculer la rentabilité prévisionnelle de l'activité de vente de plateaux-repas en 2011 dans les 2 hypothèses proposées. Conclure.

## Partie 2 : Développer un outil de fidélisation

La vente de plateaux-repas suppose la fidélisation de clients de taille importante. Compte tenu de l'enjeu représenté par chaque client, il est bon de pouvoir dès maintenant rassembler toutes les données concernant chacun d'eux. Sofia Marin utilise pour le moment une feuille de calcul « Excel ». Elle conserve par ailleurs un certain nombre d'informations sur son cahier.

**Annexe 15 : Extrait du cahier de Sofia Marin**

**Annexe 16 : Capture d'écran du fichier Excel utilisé par Sofia Marin**

### Travail à faire :

**3.2.1** Repérer les inconvénients de la solution utilisée actuellement par Sofia Marin.

Vous jugez plus pertinent de créer une base de données relationnelle sous « Open Office Base<sup>1</sup> » incluant pour quelques clients toutes les informations possédées par Sofia Marin. Vous élaborez une base test sur quelques clients.

**Annexe 17 : Schéma des tables de la base de données relationnelle test Douceur d'Ange**

**Annexe 18 : Résultat d'une requête « dossier client » effectuée sur la base de données relationnelle test Douceurs d'Ange**

### Travail à faire :

**3.2.2** Présenter les avantages que Sofia Marin pourrait retirer de la base de données relationnelle proposée.

---

<sup>1</sup> Open Office est une suite bureautique gratuite disponible en téléchargement sur Internet



**Annexe 1 : Portefeuille des 93 clients professionnels 2009**

	Type de client	Chiffre d'affaires HT annuel en €
Chambre de commerce	Administration	50 106
Mairie Maisons-Alfort	Administration	10 003
Mairie Plessis Trévisé	Administration	27 715
MGP	Administration	9 686
Service Initiative	Administration	43 736
Université Paris	Administration	38 322
Bledinand	Entreprise	13 408
Elyon	Entreprise	7 050
MSD	Entreprise	3 373
Pro BTP	Entreprise	13 860
Rassem pont couverture	Entreprise	6 748
Système U Bonneuil	Entreprise	7 203
Système U Créteil	Entreprise	13 479
Petites entreprises privées*	Entreprise	40 192
93 clients		284 881

\* 80 Petites entreprises privées réalisant avec Douceurs d'Ange un chiffre d'affaires inférieur à 800 € par an.

## **Annexe 2 : Éléments d'information sur le portefeuille clients professionnels en 2008**

### Au niveau des clients professionnels

Il y avait 84 clients en portefeuille en 2008

*Environ un tiers de ces clients ont repassé au moins une commande en 2009*

### Au niveau du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires total en 2008 a été de 258 358 € HT

*Par souci de simplification, on ne tiendra pas compte de la TVA et donc des dernières modifications fiscales concernant la TVA dans la restauration.*

### Répartition du chiffre d'affaires en 2008

Type de client	Part dans le chiffre d'affaires
Administrations	58 %
Entreprises	32 %
Petites entreprises	10 %
TOTAL	100 %

En 2008, le chiffre d'affaires le plus élevé a été réalisé avec la Chambre de Commerce pour un montant de 84 925 € HT

### Au niveau de la rentabilité

L'entreprise pratique en général un taux de marque moyen de 22 % sur la vente des prestations. Cependant, il faut tenir compte d'un certain nombre d'éléments qui affectent la rentabilité.

- En ce qui concerne les administrations  
Elles offrent une garantie de paiement mais les délais sont très importants. Pour cette cible, l'entreprise a donc recours à une société d'affacturage afin de financer sa trésorerie.  
Cette solution lui permet d'avoir sous deux jours, après facturation, les règlements clients.  
Seules les créances des administrations sont concernées par l'affacturage.  
Le coût de l'affacturage a pour effet d'abaisser le taux de marque à 17 %.
- En ce qui concerne les petites entreprises privées  
Les frais administratifs sont importants et diminuent la marge. Compte-tenu de ces coûts supplémentaires, le taux de marque pour cette cible n'est que de 15 %.

C'est pourquoi la marge totale en 2008 a été de 47 576 € HT et le taux de marque moyen observé de 19 %.

**Annexe 3 : Résultats de la démarche de prospection de Sofia Marin sur le Val de Marne**

Étapes de la démarche de prospection	Résultats
Contacts fichier	92
Contacts utilisables	85
Contacts téléphoniques	52
Rendez-vous pris	30
Visites avec rendez-vous	30
Commandes réalisées *	11
Visites sans rendez-vous	17
Commandes réalisées *	2

\* une commande réalisée = un nouveau client

**Annexe 4 : Objectifs de performances et plan d'action pour janvier-février 2010**

Objectifs de performance	Plan d'action	Moyens attribués
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmentation de 7 % du CA par rapport au CA de janvier-février 2009 (37 520 €)*</li> <li>- Conquête de 20 % de nouveaux clients (87 clients en 2009)</li> <li>- Coût d'acquisition d'un client : 40 €</li> <li>- Taux de marque : 22 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Envoi d'un mailing (avec présentation des dernières innovations de l'activité traiteur : les menus diététiques, la nouvelle gamme de plateaux-repas et les nouvelles idées de buffets personnalisés)</li> <li>- Relance téléphonique</li> <li>- Prise de RDV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Remboursements des frais kilométriques et des repas</li> <li>- Mise à disposition d'un ordinateur, d'un fax et d'un téléphone</li> </ul>

\* En 2009, le CA réalisé en février a été de 17 520 €

**Annexe 5 : Performances de Sofia Marin pour janvier-février 2010**

Commerciale : Sofia M.    Secteur : Val de Marne    Période : Janvier-février 2010

	Janvier 2010	Février 2010	Janvier-février 2010
Nouveaux clients	7	6	13
Chiffre d'affaires réalisé HT	20 000 €	21 884 €	41 884 €
Coût de prospection (frais kilométriques, repas, parking, plaquettes, échantillons)	336 €	288 €	624 €
Marge réalisée			8 230 €

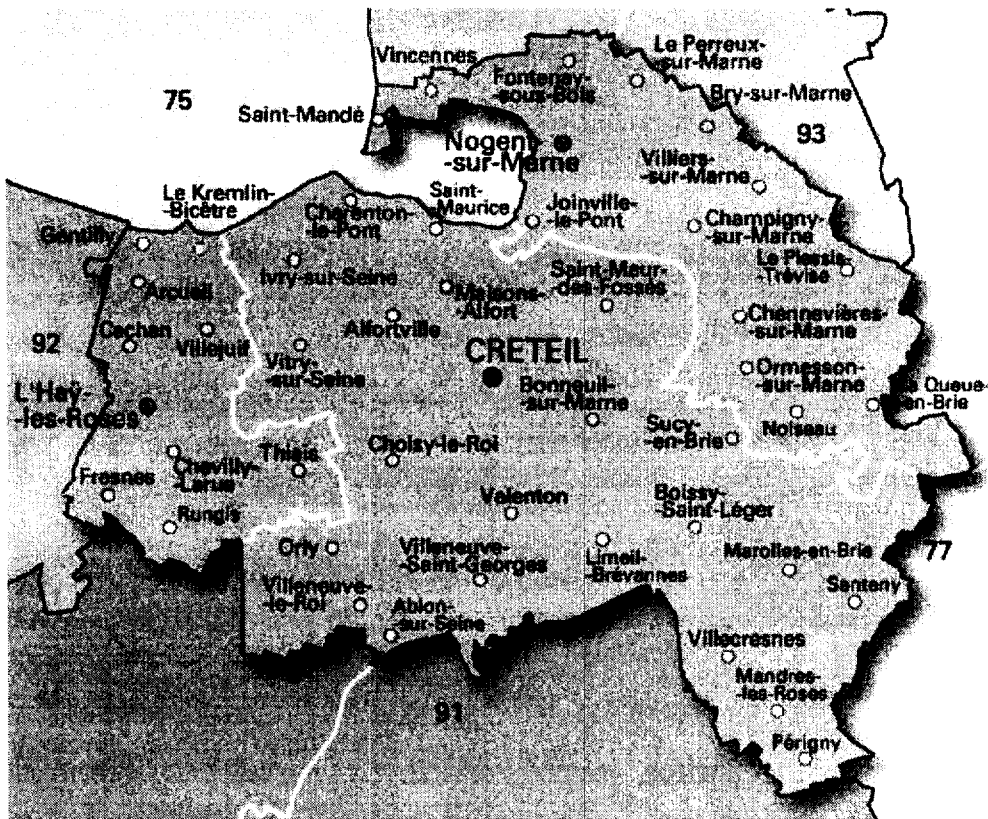
**Annexe 6 : Agenda hebdomadaire de Sofia Marin (semaine du 01/02/2010 au 06/02/2010)**

lun. 1 févr. - dim. 7 févr. 2010 (Paris)

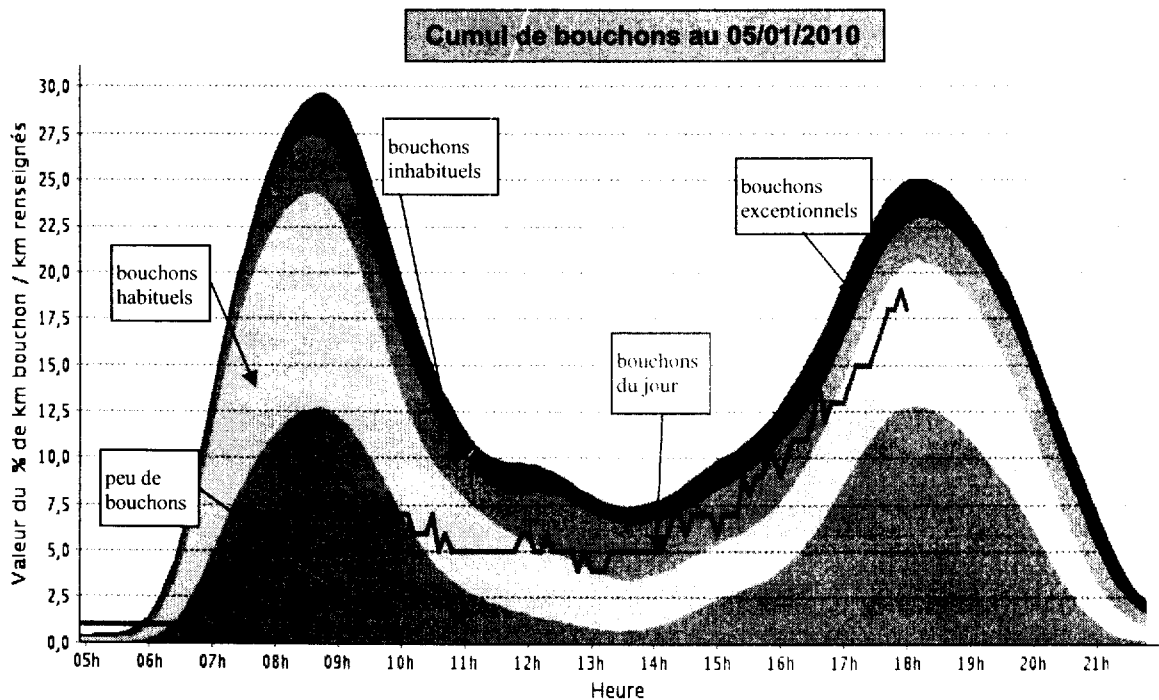
De la MARIN

	lundi 1/2	mardi 2/2	mercredi 3/2	jeudi 4/2	vendredi 5/2	samedi 6/2	dimanche 7/2
07:00							
08:00	<b>Réunion</b> 08:00 - 11:00	<b>Invitation à La Chambre de Commerce et d'Industrie de Créteil, rencontre sur la promotion de l'artisanat et du commerce de proximité</b> 08:00 - 12:00	<b>RDV à 10 H avec l'entreprise Mayon. 94310 Orly et RDV à 11H 30 avec l'entreprise MC Can 94300 Vincennes</b> 08:00 - 11:30		<b>RDV à 9 H 15 avec l'entreprise Poussain (prospect chaud) 94230 Cachan et RDV à 11 H avec l'entreprise Maillet 94440 Santeny</b> 08:00 - 11:00	<b>Prospection sans RDV zone économique du Plateau Briard (Mandres-les-Roses et Marolles-en-Brie)</b> 08:00 - 12:00	
09:00							
10:00							
11:00							
12:00					<b>Aide au magasin</b> 12:00 - 13:00		
13:00	<b>Réponse aux demandes d'informations, aide au magasin</b> 13:00 - 15:00		<b>Mise à jour fichier prospects-clients + relance téléphonique de 8 suspects suite au mailing</b> 13:00 - 15:00		<b>Prospection sans rendez-vous zone Chevilly-Larue, Hay-les-Roses, Rungis</b> 13:00 - 16:00	<b>Gestion des devis</b> 13:00 - 16:00	
14:00		<b>RDV à 15 H avec l'entreprise Biedinand. 94 240 L'Hay-les-roses</b> 14:00 - 16:00					
15:00	<b>RDV à 16 H avec l'entreprise Mousset (prospect chaud) 94360 Bry sur Marne</b> 15:00 - 18:00						
16:00		<b>RDV à 17 H avec l'entreprise Caillot. 94 440 Santeny</b> 16:30 - 18:00	<b>Qualification BDD, gestion des Impayés</b> 16:00 - 17:30				
17:00					<b>Préparation des plaquettes St Valentin</b> 16:30 - 17:30	<b>Qualification BDD, gestion des Impayés</b> 16:30 - 17:30	
18:00							

**Annexe 7 : Carte du Val de Marne**



**Annexe 8 : Informations sur la circulation en région parisienne**



Source : [www.sytadin.fr](http://www.sytadin.fr) (l'état du trafic en Ile De France en temps réel)

## Annexe 9 : Extrait de l'entretien d'évaluation de Sofia Marin au 01/03/2010

Le manager : « Comment expliquez-vous les écarts par rapport aux objectifs fixés sur votre mission de prospection des entreprises situées dans les espaces économiques du Val de Marne ? »

Sofia Marin : « J'ai obtenu très peu de retour sur le courrier envoyé aux entreprises des zones d'espace économique du Val de Marne (avec quelques NPAI). J'ai donc relancé par téléphone puis visité les entreprises intéressées par notre offre plateaux-repas ou organisation de buffets-séminaires. Mais bien souvent, j'ai préféré les visiter directement plutôt que de les contacter par téléphone afin de gagner du temps.

Mais la prospection physique m'a pris du temps : embouteillages et difficultés à me repérer.... De plus, je devais être réactive pour décrocher de nouveaux contrats car certaines entreprises souhaitaient des buffets dans des délais très courts ! Je gérais les devis le vendredi après-midi par manque de temps... ».

## Annexe 10 : Systèmes de rémunération actuel et futur

### Système de rémunération actuel

**Fixe** : 1 250 € brut

**Variable** : 4 % du CA

### Système de rémunération futur

**Fixe** : 1 250 € brut

**Variable** :

- Commission :
  - Aucune commission en dessous de 80 % de réalisation de l'objectif de CA
  - 4 % du CA compris entre 80 et 100 % de l'objectif de CA
  - 6 % du CA compris entre 100 et 120 % de l'objectif de CA
  - 8 % du CA au dessus de 120 % de l'objectif de CA
- Primes sur objectifs :
  - Prime de 30 € pour tout nouveau client acquis (*une commande = un nouveau client acquis*)
  - Prime de 200 € selon le barème suivant :
    - 60 % de la prime si coût de prospection d'un client supérieur à 42 €
    - 100 % de la prime si coût de prospection respecté (entre 38 et 42 € par client)
    - 130 % de la prime si coût de prospection d'un client inférieur à 38 €

**Rappel** : les charges sociales patronales représentent 50 % sur fixe, primes et commissions.

## **Annexe 11 : Informations sur l'offre de plateaux-repas de Douceurs d'Ange**

La carte des menus est renouvelée chaque saison. Le cuisinier s'approvisionne trois fois par semaine au marché international de Rungis\*.

L'offre de plateaux-repas est consultable sur le site de l'entreprise (site vitrine) mais les commandes se font uniquement par téléphone. Douceurs d'Ange n'est pas référencée sur des sites spécialisés.

Les commandes se font du lundi au samedi : délai 48 h sauf le plateau du jour (possibilité de commander le jour même avant 10 h).

\* Le **marché international de Rungis** est un marché d'intérêt national (MIN) situé dans le département du Val-de-Marne. Il constitue le marché central de Paris, destiné à alimenter les professionnels de toute la région. C'est aussi le plus grand marché de produits frais au monde.

## **Annexe 12 : Dossier de veille sur les plateaux-repas**

### ***Traiteurs, buffets, salades, plateaux-repas... : en quête de naturalité, d'originalité et du meilleur rapport qualité-prix.***

Si du côté des organisateurs de réception, le marché connaît un ralentissement dû à la conjoncture économique, l'activité des boutiques et des produits « traiteurs » continuent à afficher de très bons résultats.

Côté organisation de réception, le marché est fortement ralenti et l'année s'annonce imprévisible et difficile car les clients tardent à prendre des décisions. La tendance va vers les buffets debout où l'on multiplie la mise en scène et la créativité. Seule l'activité plateaux-repas semble résister, les entreprises privilégiant ce type de prestation au détriment des restaurants. Bref, ici encore, c'est l'originalité et le rapport qualité-prix qui fait la différence sans oublier l'aspect nutritionnel des plateaux-repas pour lesquels on privilégie les produits de saison et un conditionnement écolo. Mais pour les prestataires le volet logistique inhérent à ces prestations demeure un réel frein.

Source : <http://www.lhotellerie-restauration.fr> lundi 16 février 2009

### ***Snacking\* : Les évolutions du produit***

(...) Certains industriels du snack se sont engagés sur la voie du bio pour répondre aux craintes des consommateurs concernant la sécurité alimentaire et la préservation de l'environnement.

L'allégé progresse, car si 99 % des consommateurs considèrent le goût comme essentiel, 42 % estiment que manger est un acte de santé. En associant acte de santé et notion de plaisir les professionnels du marketing comblent ainsi toutes les attentes en nous rassurant quant à nos péchés de gourmandise.

#### ***Pour l'actif pressé mais gourmet : le plateau-repas***

Sur le marché du snacking, s'affrontent les traiteurs et leurs plateaux-repas. Ces derniers, prêts et livrés en 45 minutes, font leur chemin avec une progression de 25 % du chiffre d'affaires en 1 an. Les magazines font désormais des comparatifs des plateaux-repas en jugeant leur présentation (esthétique, solidité, facilité d'utilisation) et la qualité des produits proposés (qualité gustative, cuisson, quantité et diversité).

\* Snacking : mode d'alimentation fractionné tout au long de la journée

Source : <http://www.egf.ccip.fr>

## **Déjeuner au bureau : « Et si on s'offrait un plateau-repas ? »**

Votre réunion se prolonge, le déjeuner approche, votre équipe se déconcentre. La prochaine fois, faites livrer des plateaux-repas. Efficacité garantie.

Commander et se faire livrer un plateau-repas au bureau ? Rien de plus facile à Paris, où les grands traiteurs (Flo, Fauchon, Lenôtre...) se sont adaptés à cette demande croissante. Leur offre est accessible sur internet directement ou via des sites spécialisés (comme Selectionrepas). On peut également commander à un restaurant traditionnel sur des sites comme Chronorest (250 adresses en région parisienne et dans le Nord) ou Alloresto (500 restaurants recensés à Paris et à Lyon). Car la mode du déjeuner au bureau fait tâche d'huile en province, où l'on a parfois recours tout simplement à son restaurant de quartier.

Côté gastronomie, le choix s'élargit aux cuisines du monde (italienne, chinoise, indienne, japonaise, etc.), souvent concoctées par des restaurants locaux et livrées par des sociétés spécialisées du Net. Autre tendance forte, la diététique. La société « Déjeuner livré » propose ainsi dix menus thématiques élaborés par des nutritionnistes et livrés en région parisienne : menu « Tige » pour la vitalité et la forme (avec saumon poché au pesto - 23,21 euros), ou le menu « Fleur » (magret de canard fumé et mozzarella - 26,38 euros), pour marier détente et fraîcheur...

Source : <http://www.lentreprise.com> le 29/01/2008

## **Les repas livrés ne connaissent pas la crise**

Les traiteurs repensent leur gamme pour s'adapter aux exigences et envies des professionnels.

En cette période économique difficile, comment se portent les traiteurs, à l'heure des réductions budgétaires et des économies drastiques dans les entreprises ? Si du côté de l'organisation des réceptions, leur activité connaît un certain ralentissement, les repas livrés, eux, se portent bien. En effet, dans un souci de diminution des coûts et d'efficacité, les repas d'affaires sont souvent remplacés par un déjeuner pris au sein de l'entreprise. L'offre en matière de restauration livrée aux professionnels s'élargit, permettant à chacun de varier les plaisirs.

### *Bio et écologique*

Menus diététiques, produits de saison et/ou bio, recettes élaborées à partir des produits du marché : au bureau aussi, les salariés font attention à leur alimentation. Certains prestataires, comme Lignerest (www.lignerest.com) ou Repas Diététiques (www.repas-dietetiques.fr) en ont même fait un credo, en livrant en 48 heures des repas équilibrés et faibles en calories, à domicile ou en entreprise. Autre tendance : le développement durable. Partant du principe que la majorité des plateaux-repas sont très copieusement packagés, certains fournisseurs de restauration livrés communiquent sur leur souci environnemental. Lenôtre, Déjeuner Livré ou Pause Déjeuner proposent ainsi des coffrets et couverts recyclables.

Source : <http://www.super-secretaire.com/magazine>



## ***Plateaux-repas, comment se simplifier la vie ?***

Beaucoup de salariés sont déjà adeptes du sandwich de midi livré au bureau et avalé face à l'écran de l'ordinateur. A l'opposé, nombre d'entreprises font appel à des sociétés de traiteurs à l'occasion des soirées deancements de produits, pour la signature d'un contrat ou un séminaire interne, etc.

Les pauses déjeuners à l'extérieur ont souvent tendance à casser le rythme des réunions de travail interne. Dans ce cas de figure, offrir des plateaux-repas à ses collaborateurs présente une alternative heureuse à la solution du « sandwich en dix minutes sur un coin de table » ; surtout s'il s'agit aussi de remercier ses collègues pour leurs efforts ou de les remotiver sur de nouveaux objectifs.

D'une dizaine d'euros pour un repas complet, avec entrée, plat et dessert ou fromage, qui peut parfaitement convenir à une réunion interne, les prix vont jusqu'à 30, 40 ou même 50 euros, pour de véritables menus gastronomiques, avec sélection de vin par un sommelier, pour recevoir, avec les honneurs, y compris en salle de réunion, les clients les plus exigeants.

Exemples de prix HT de prestataires sur Paris et région parisienne :

- Lenôtre de 28 à 50 euros - Paris, départements 92 et 78
- L'affiche de 18 à 43 euros - Paris et proche banlieue
- Makyann de 21 à 33 euros - Paris et sa région
- Stohrer de 20 à 30 euros - Paris intra-muros

Source : <http://www.journaldunet.com/management> 23/10/2007

## Menus Diététiques

### VENUS

HT 19€43 - TTC 20€50

Salade blanche du nord  
Filet de dinde aux herbes & légumes vapeur  
Fromage à pâte cuite & mélo mélo de salade  
Fruits frais en brochette

### CASSIOPE

HT 21€80 - TTC 23€00

Croustillant méditerranéen  
Filet Blanc du nord citronné  
sur lit d'asperges vertes  
Fourme d'Ambert et miel, salade  
Crème brûlée vanille bourbon

### PSYCHE

HT 24€92 - TTC 26€30

Roulade de saumon à l'aneth  
Emincé de canard à l'orange  
et flan multicolore  
Brie affiné et fruits frais  
Caresse de mangue et passion,  
cocktail de fruits rouges

### DIANE

HT 19€90 - TTC 21€00

Tomates confites aux petits légumes croquants  
Dinde tandoori & taboulé aux herbes  
Brochette emmental,  
raisin & salade multicolore  
Macaron

### ATHENA

HT 22€84 - TTC 24€10

Eclair aux crevettes à la fondue maraichère  
Poulet fumé sur lit de haricots vert  
et sésame grillé  
Chèvre & cumin  
Tarte aux noix caramélisées

### ARTHENIS

HT 25€87 - TTC 27€30

Foie gras sur toast de pain d'épices  
Pavé de bœuf dans le filet, pois gourmand  
Trio de fromages affinés  
Diablotin tout chocolat

### ARIANE

HT 20€85 - TTC 22€00

Dariole de légumes et son coulis  
Crumble de saumon  
tombée de courgettes grillées  
Duo de fromage, pommes fruit & salade  
Fondant et alchimie de framboise

### APHRODYTE

HT 23€88 - TTC 25€20

Tartare de la mer, coulis passion  
Raie aux olives tagliatelles  
Duo de fromages et mélo de salades  
La gourmande aux éclats de noisettes

### CYBELLE

HT 27€29 - TTC 28€80

Médailillon de langouste et fruits exotiques  
Gambas géantes, asperges vertes safranées  
Fromage pané croustillant  
Cinq fours frais et macarons

### PLATEAU DU JOUR

HT 21€33 - TTC 22€50

**COMMANDÉ LE JOUR MÊME  
AVANT 10 H**

### Boissons

Evian.....33 cl...1€50	Vins rouge .....75 cl.10€00
Badoit.....33 cl...1€50	Vins rosé.....75 cl.10€00
Jus de fruit .....25 cl...1€90	Champagne
Sodas.....33 cl...1€70	Douceurs ange .....26€00

### FORMULE PLUS

**1€ de plus par menu =  
une bouteille de 33 cl "Badoit" ou "Evian"  
Profitez en...**

## Annexe 14 : Éléments de calcul de la rentabilité d'une offre plateau-repas

En prévision du développement de l'activité plateaux un nouveau véhicule a été acheté pour les livraisons. Le choix s'est porté sur un Kangoo express neuf acheté 11 750 € HT le 15 novembre 2010.

L'amortissement est linéaire sur une durée de 5 ans.

### Prévision de ventes pour 2011 :

Vente de 2 000 plateaux-repas

On estime à 5 le nombre moyen de plateaux par vente

Coût de revient unitaire du plateau : 16 € (hors livraison)

Prix de vente moyen HT du plateau : 25 €

La livraison sera facturée au client 12 € (HT) par vente ce qui correspond au coût de revient de livraison pour Douceurs d'Ange hors amortissement du véhicule.

#### - Hypothèse 1

La livraison est facturée systématiquement.

#### - Hypothèse 2

La livraison est offerte à partir d'une commande de 6 plateaux-repas (ce qui concerne 40 % des ventes).

La plupart des entreprises concurrentes ont adopté cette pratique.

## Annexe 15 : Extrait du cahier de Sofia Marin

Chambre de Commerce 34.  
le 12/11/09 appel JdL chambre de Commerce  
RV OK pour le 13 VENUUS?  
le 18/11/09 Budget 2500 € 31/12/09.  
- résultat : OK. 125 Venuus pour le 31/12/09.  
- à recontacter en janvier.

le 2/01/10.  
- RV, le 8/01/10 à 15h.  
le 8/01/10 quel projet?  
15/01/10  
Pélagie!  
Long.

- Devis à établir.

• 250 grammes  
• Budget 6000 €?  
• Plateau Haut de gamme.  
• Date 30/01/10 URGENT!

le 16/01/10.  
- Demande -10% sur proposition.  
250 x cycle = 622,50 €  
le 20/01/10 proposition -3%.  
CA = 6208,48 € Client OK.

**Annexe 16 : Capture d'écran du fichier Excel utilisé par Sofia Marin**

Partie gauche

Microsoft Excel - Bdd\_Douceurs d'ange.xls

relevance par tel, rv le 8/01/2010, 15h

1	Type client	Nom société	Adresse	Nom responsable	Téléphone	Relance	date contact	date contact 2	résultat contact2	date contact 3	résultat
2	A	Chambre de commerce	9 pl Salvador Allende 94000 CRETEL	Mme Ben Othmen	01 43 99 29 56	RV OBTENU LE 18/11/09	12/11/2009	18/11/2009	devis acordé remise 5%, à recontacter en janvier	02/01/2010	relance rv le 8/01/2010, 15h

Partie droite

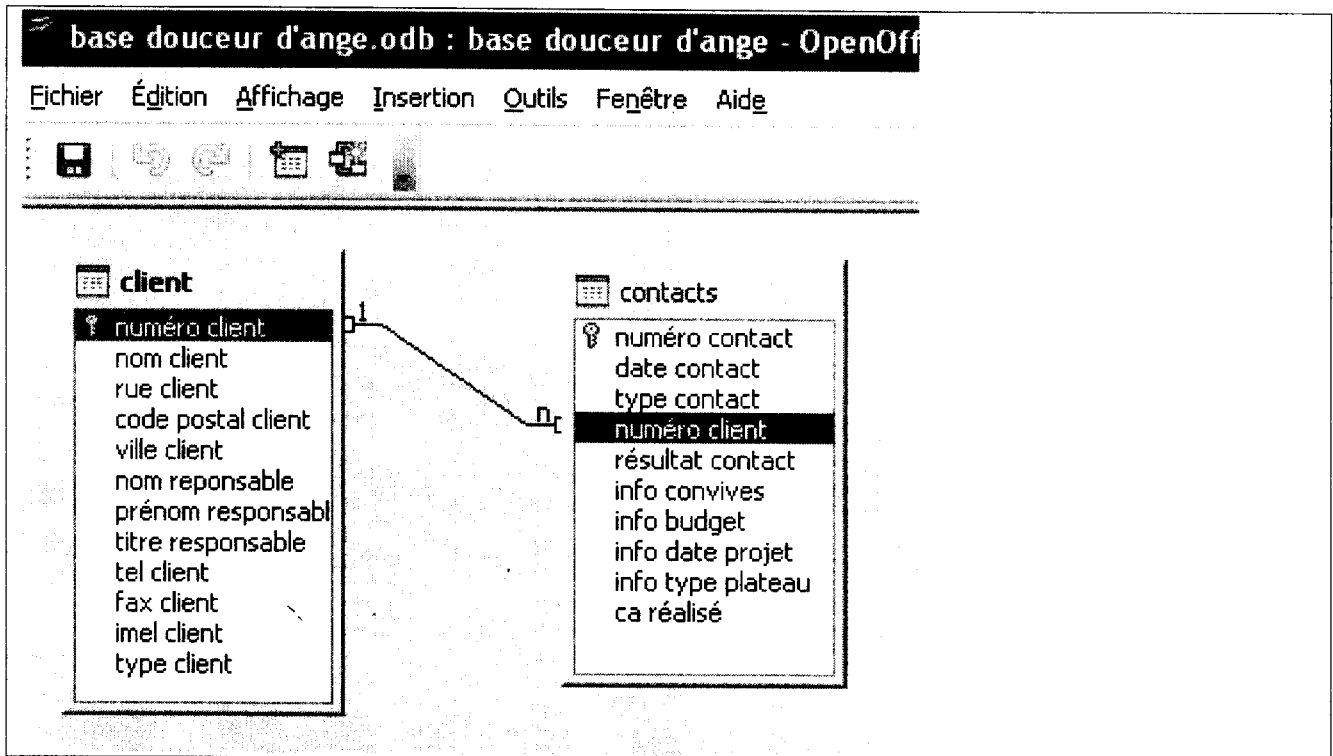
Microsoft Excel - Bdd\_Douceurs d'ange.xls

S12

1	date contact 3	résultat contact	date contact4	resultat4	date contact 5	résultat 5	date contact 6	résultat6	date contact 7	résultat 7
2	02/01/2010	relance par tel, rv le 8/01/2010, 15h	08/01/2010	devis à établir	15/01/2010	relance devis du 8/01, en attente	16/01/2010	accord devis mais - 10% demandés	20/01/2010	accord à -9%
3										
4										

crdp Aquitaine

**Annexe 17 : Schéma des tables de la Base de données relationnelle test Douceurs d'Ange**



**Annexe 18 : Résultat d'une requête «dossier client» effectuée sur la base de données relationnelle test Douceurs d'Ange**

Nom client : Chambre de commerce							
date contact	type contact	résultat contact	info convives	info budget	info date projet	info type plateau	CA réalisé HT
12/11/09	Tél	RV obtenu le 18/11/09	125	2 500	9/12/09	VENUS	
18/11/09	Face à face	Devis accepté remise 5 % À recontacter en janvier	125	2 500	9/12/09	VENUS	2 307,31 €
2/01/10	Tél	Relance par tél, RV 8/01/10, 15 h	?	?	?	?	
8/01/10	Face à face	Devis à établir	250	7 000	30/01/10	Haut de gamme	
15/01/10	Tél	Relance sur devis du 8/01/10 en attente accord					
16/01/10	Réception appel client	Accord devis 10 % demandés					
20/01/10	Face à face	9 % accordés	250	Selon devis signé	30/01/10	CYBELE	6 208,48 €