REMPLACEMENT 2018
Métropole - Réunion

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
E5 CHOIX TECHNIQUES

Option : Technicien-conseil vente en produits de jardin

Durée : 150 minutes

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Aucun**

Le sujet comporte 8 pages

NB : Les documents sont modifiés pour les besoins de l'épreuve

---

Liste des documents

DOCUMENT 1 : « Un marché en phase de gestation »

DOCUMENT 2 : « Le jardin en ville »

DOCUMENT 3 : Plaquette de présentation du produit « Easy jardin® »

DOCUMENT 4 : Comparatif entre terre franche et lombricompost

DOCUMENT 5 : Composition du thé de vers

Le candidat s'appuie pour développer son argumentation sur ses connaissances personnelles et sur les informations présentées dans les documents

---

SUJET

UN SUPPORT DE CULTURE POUR LES JARDINS URBAINS

Vous êtes employé(e) dans une jardinerie Botanic située en zone urbaine qui développe un positionnement écologique. A l'occasion de la visite d'un commercial de la société Corti'Val, spécialisée dans la distribution de mobilier de jardin éco-innovant, votre responsable sollicite votre expertise pour déterminer la possibilité de lancer un nouveau produit : « Easy jardin® ». Il s'agit d'un produit innovant qui combine un bac à plante et un lombricomposteur.

PREMIERE PARTIE : Les jardins urbains hors-sols

Dans un premier temps, vous vous intéressez au marché des jardins urbains hors-sol pour porter un avis sur l'intérêt de référencer ce nouveau produit.

A l'aide des documents 1 et 2 **:**

1.1. Présenter les caractéristiques du marché des jardins urbains hors-sol.

(3 points)

1.2. Présenter deux freins qui peuvent limiter son développement.

(1 point)

Le document 3 présente le produit* « Easy jardin® » *de la société Corti'Val :

1.3. Identifier la cible de clientèle visée à travers la commercialisation du produit « Easy Jardin® ».

(1 point)

1.4. Relever, dans la plaquette de présentation remise par le commercial de Corti'Val, deux caractéristiques du produit « Easy jardin® » prouvant qu'il pourrait répondre aux besoins de la clientèle ciblée.

(1 point)

1.5. Présenter les qualités de la marque « Easy jardin® ».

(1 point)

1.6. Présenter un avantage pour votre point de vente de commercialiser ce nouveau produit.

(1 point)

DEUXIEME PARTIE : Accompagnement de la mise en place du produit « Easy jardin® » en magasin

Votre responsable de magasin a retenu ce produit et a décidé de le mettre en vente dans le rayon dont vous êtes en charge. Un client intéressé sollicite votre conseil pour l'achat d'un « Easy Jardin® ».

2.1. Expliquer à ce client le processus de transformation des déchets de cuisine en support de culture fertile pour les végétaux.

(2 points)

2.2. Présenter au client des arguments montrant que la présence de vers dans le compost n'est pas un inconvénient majeur.

(0,5 point)

A l'aide des documents 4 et 5 :

2.3. Comparer la composition de la terre franche, du lombricompost et du thé de vers afin de pouvoir conseiller les clients sur l'usage de ces différentes matières.

(2 points)

2.4. Proposer un usage de chacun de ces substrats pour la culture de légumes dans un jardin urbain.

(1,5 point)

2.5. Elaborer un schéma expliquant en quoi ce système « s'auto-alimente » dans l'objectif de l'inclure dans une information client (notions à inclure : lombricompostage, déchets organiques, absorption minérale).

(1,5 point)

Afin d'accompagner la vente de ce nouveau produit, vous préparez votre argumentaire de vente :

2.6. Formuler 3 arguments pertinents pour inciter le client à acheter le produit.

(1,5 point)

2.7. Indiquer au client des fleurs et des légumes adaptés à la culture dans ce contenant.

(1 point)

2.8. Proposer une affiche publicitaire pour promouvoir le produit « Easy jardin® ».

(2 points)

DOCUMENT 1

Un marché en phase de gestation

[…] Le phénomène campagne intrinsèquement lié au retour au vert, aux valeurs simples, semble faire des émules dans la population citadine. Les urbains seraient en mal de verdure, de campagne ! Dans un contexte environnemental où la réduction des gaz à effet de serre s'impose plus que jamais, la ville prend des mesures et adopte les principes de la campagne... les jardins publics en ville ne suffisent plus, la végétalisation peut se cristalliser sous d'autres formes. Des fermes verticales, par exemple, ou encore des jardins privatifs. Un nouveau créneau pour le marché du jardin. Promojardin a déjà lancé sa commission il y a deux ans, le Salon du Végétal 2016 en fait son thème principal […]

« Une ville ne vaut pas plus qu'un jardin de roses », disait José Santos Chocano ! Et si la ville devenait un jardin de roses ! Dixit les études scientifiques face à la surchauffe climatique, la ville a besoin de vert, les urbains ont besoin de leur jardin pour mieux respirer et se détendre... Si les premières initiatives en faveur d'un meilleur environnement en ville émanant des villes elles-mêmes […], les particuliers sont de plus en plus attirés par la création de leur propre espace de verdure. Une véritable bulle dans laquelle ils se sentent bien.

Le jardin amateur en ville
Pour bien cerner la population citadine et mieux appréhender ses attentes, Promojardin a mené une enquête (Etude qualitative et quantitative sur les usages et attitudes des jardiniers urbains résidant en agglomérations de plus de 100 000 habitants et possédant un espace privatif extérieur de moins de 100 m²) dans le cadre de sa commission « Jardin amateur en ville »[…]. Une chose est sûre : « Le jardin urbain est un marché émergent, comme le souligne Philippe Doyen, animateur et rapporteur de cette commission « Jardin en ville ». […]

Utilisation de l'espace privatif :

49 % : REPAS ; 20 % : LOISIRS ; 18 % : DETENTE ; 11 % : JARDINAGE ; 2 % : AUTRE
(source : Promojardin)

Tous les secteurs ou presque sont concernés par le jardin en ville. Reste que les fournisseurs n'ont pas tous encore franchi le pas et trouvé les offres adaptées pour exploiter le créneau.

Aménagement du jardin
Le jardin citadin est petit, ou réduit à la terrasse et au balcon. Pourtant, ce sont des jardins à part entière sur lesquels les industriels doivent fournir des réponses : des produits très qualitatifs, décoratifs avec des dimensions spécifiques et surtout faciles à installer, à entretenir et à utiliser. La mise en scène est particulièrement importante dans ces petits espaces, où installer un carré potager et une fontaine peut s'avérer difficile ! Les produits doivent donc être adaptés.

Source : Extrait du dossier « Un marché en phase de gestation » par Isabelle Cordier et Marie-Pierre Morin. Jardineries n°632 Février 2016

DOCUMENT 2

Le Jardin en ville

[…] Les habitants des cités minérales souhaitent le retour de la nature et transformer leur terrasse en espace vert et éventuellement bénéficier des avantages d'un carré potager sur leur balcon… C'est une tendance mais le marché est-il vraiment prêt ?

[…] **UNE NOUVELLE CIBLE**
Par la création d'un « coin » végétal, les jardiniers urbains expriment leur désir de se reconnecter avec la nature mais se créent également une véritable bulle de décompression pour se détendre et /ou partager un moment avec ses amis ou sa famille. Au regard des nombreux avantages liés aux services et à la qualité de vie (commerces, loisirs, santé, éducation…), les foyers ont de plus en plus tendance à rester au sein des centres urbains ou périurbains plutôt que de se tourner comme auparavant vers les campagnes. […] Par ailleurs, il existe une véritable tendance des urbains à faire pousser leurs plantes et à consommer le résultat de leurs efforts. « Les gens n'achètent plus des tomates au supermarché pour la semaine et souhaitent du bon, du frais et de la proximité », insiste Philippe Doyen. D'où l'envie de cultiver ses tomates, ses aromatiques ou même ses petits fruits… Pour la majorité des néophytes, ces consommateurs à l'ère du « tout, tout de suite » ne supportent pas l'échec ni les efforts trop importants […]. C'est pourquoi les enseignes travaillent sur des végétaux adaptés et sur la simplification des systèmes d'entretien et de mise en place. […]

SONDAGE : Que disent les consommateurs ?
Parmi les fonctions suivantes associées au concept « Jardins en ville », laquelle est pour vous la plus importante ?
31,3 % : Fonction environnementale (ex : favoriser la biodiversité, filtrer l'air…)
30,7 % : Fonction nourricière (ex : jardins familiaux, jardins partagés…)
[…]

Quels types de végétaux souhaiteriez-vous voir dans ces concepts ?
54,2 % : Légumes et fruits du potager (tomates, pomme de terre…)
45,4 % : Plantes aromatiques et condimentaires (thym, persil…) […]

Source : Extrait de l'article « La ville se met doucement au vert » par Tristan Karache-Prudent ; Jardineries n°637 Septembre 2016.

DOCUMENT 3

Plaquette de présentation du produit « Easy jardin® »

cortival.fr



EASY JARDIN

CULTIVEZ VOS IDÉES



Easy Jardin est un produit breveté

Envie de jardiner sans jardin ? Découvrez un concept novateur !

CORTI'VAL INVENTE EASY JARDIN

Imaginez un système simple vous permettant de **cultiver facilement**, plantes aromatiques, légumes, fleurs, et même certains fruits **tout en recyclant vos bio déchets** (épluchures, feuilles de salades, etc...).

1

COMPOSTEZ jusqu'à **50% de vos déchets ménagers** en les incorporant dans un composteur intégré à votre **EASY JARDIN.** Ils seront transformés et valorisés **de façon inodore**, par des micro-organismes, en nutriment pour vos plantes.

Devenez un acteur du développement durable en participant à la réduction des déchets.

2

CULTIVEZ naturellement votre propre production avec un rendement **jusqu'à 5 fois supérieur** à une culture traditionnelle.

Votre **EASY JARDIN**, c'est la garantie d'un potager **sans engrais, sans désherbage,** sans outils particuliers avec un arrosage maîtrisé.

3

RÉCOLTEZ des produits sains issus d'une culture naturelle, directement de votre **EASY JARDIN** à votre assiette. Partagez des moments de convivialité en dégustant vos tomates cerise, radis etc.

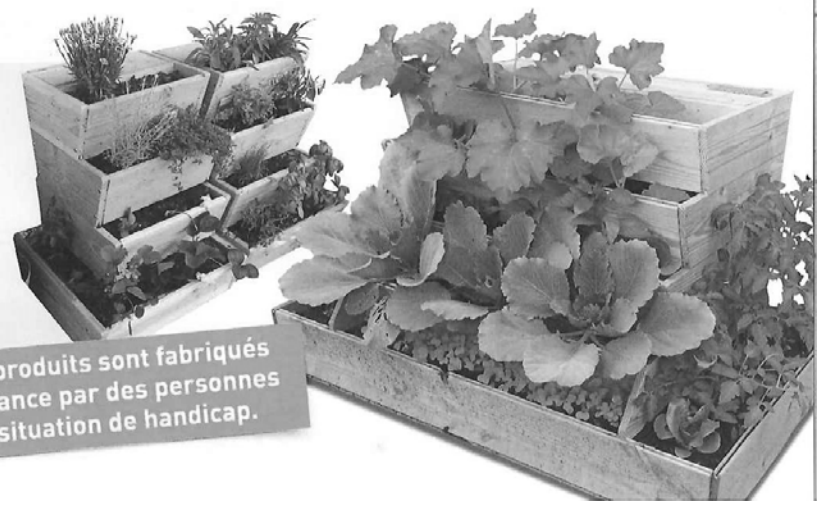
Autour d'**EASY JARDIN**, faites découvrir vos talents.

EASY JARDIN est proposé en trois formats :

- **Easy 500** (500 X 560 mm)
- **Easy 800** (800 X 640 mm)
- **Easy 1500** (1500x1000 mm)

Et en deux matériaux :

- **Bois imputrescible** (France)
- **Polymère recyclé**



Nos produits sont fabriqués en France par des personnes en situation de handicap.

DOCUMENT 3 (suite)



Avec Easy Jardin,

réduisez votre empreinte écologique
et obtenez d'excellents résultats.

Le lombricompostage est un procédé de recyclage simple de certains déchets ménagers qui consiste à mettre en action **des vers composteurs** *Eisenia fetida*. Ils ont pour avantage de s'attaquer aux déchets rapidement avant toute décomposition, ce qui rend votre jardin **inodore**.

Aucun vers ne tentera de s'échapper, en effet ils craignent particulièrement la lumière et ont besoin d'un milieu humide pour survivre.

Une nourriture variée, une température modérée, de l'obscurité, garderont vos vers dans un parfait état de santé.





Une fois transformés par les vers vos déchets deviennent un engrais bio appelé lombrithé pour le liquide et lombricompost pour la partie solide, idéal pour votre jardin et vos plantations diverses.

Arrosez les cultures comme pour toutes plantations.

Les excédents d'arrosage seront récupérés dans le fond du bac et mélangés au lombrithé produit par lombricompostage.

Les mèches installées remonteront les nutriments par capillarité à vos plantes.



CORTI'VAL
ECO INNOVATION

DOCUMENT 4

Tableau comparatif des compositions de la terre et du lombricompost (en % de masse sèche)

	Terre franche	Lombricompost
Matière organique (humus)	2 à 10 %	27,9 %
N	1,5 %	1,25 %
P	0,2 %	0,9 %
K	1 %	0,3 %
Ca	0,5 %	29,6 %
Mg	0,2 %	0,5 %

Source : D'après Le lombricompost, chambre d'agriculture PACA, Gérard Gazeau, 2012 et http://cfppah.free.fr/sol

DOCUMENT 5

Composition du thé de vers

Eléments	Teneur (en % de masse sèche)
Matière organique	13
N total	3,5
P2O5	1,25
K2O	3,75
Ca	7,5
Mg	0,9
N+P+K	8,5

Source : http://verslaterre.org/viewtopic.php?f=78&t=1125

GRILLE D'EVALUATION CRITERIEE

C5.1 : Présenter les caractéristiques scientifiques et technologiques des produits
C5.2 : Adapter le conseil aux attentes du client en prenant en compte les évolutions sociétales
C5.3 : Prendre en compte la politique mercatique de l'entreprise

Questions	Critères	Indicateurs de réponses	Barème
1ère partie : Les jardins urbains hors sols			
1.1	Analyse d'un marché	Eléments d'analyse identifiés. Argumentation de chaque élément.	**3**
1.2		Deux freins présentés.	**1**
1.3	Identification de la cible	Identification pertinente.	**1**
1.4	Identification de caractéristiques du produit	Deux caractéristiques identifiées.	**1**
1.5	Analyse d'une marque	Trois qualités attendues.	**1**
1.6	Avantages du nouveau produit	Avantage identifié.	**1**
2ème partie : Accompagnement de la mise en place du produit « Easy jardin® » en magasin			
2.1	Explication du processus de transformation	Présentation des principaux processus de transformation de la matière organique fraîche en humus et en matière minérale.	**2**
2.2		Arguments solides de nature à rassurer le client.	**0,5**
2.3	Comparaison de trois matières (terre, lombricompost, thé de vers)	Mise en lumière des particularités de chaque matière.	**2**
2.4		Usage adapté pour chacune des matières en fonction de ses spécificités et des cultures pratiquées.	**1,5**
2.5	Elaboration d'un schéma	Schéma du recyclage cohérent. 3 notions intégrées.	**1,5**
2.6	Formulation d'arguments	3 arguments structurés de nature différente.	**1,5**
2.7	Présentation de plantes adaptées	Argumentaire appuyé sur l'intérêt des plantes pour le client et sur leur capacité à pousser dans le contenant.	**1**
2.8	Schématisation d'une affiche	Présence d'une accroche, d'un slogan et de caractéristiques pertinentes. Qualité de la disposition.	**2**
		TOTAL	**20**