**SESSION 2020**
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 14 pages

***L'annexe A est à rendre avec la copie après avoir été numérotée***

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

---

**Liste des documents**

**Document 1** : Photo, feuille de courge
**Document 2** : Fiche technique, « Fungazol »
**Document 3** : Produit, « Solabiol »
**Document 4** : Article, « Prévention »
**Document 5** : Article, « Le jardin en douze marchés »
**Document 6** : Données chiffrées, ventes produits pour jardin
**Document 7** : Article, « les biostimulants »
**Document 8** : Produit, décoction d'ail

Pour développer son argumentation, le candidat s'appuie sur ses connaissances personnelles et sur les informations présentées dans les documents.

---

# SUJET

## Loi Labbé

Depuis le 1er janvier 2019, l'application de la loi Labbé modifie l'offre des produits phytosanitaires en magasin. L'obligation réglementaire de ne plus utiliser de produits de synthèse pour un usage non professionnel influence les pratiques de jardinage des particuliers pour répondre aux attentes environnementales. Le marché s'y prépare depuis quelques années grâce à la recherche, faisant apparaître dans les rayons de nouveaux produits.

Dans votre activité de vendeur conseil dans la jardinerie, vous devez accompagner les clients dans l'évolution de leurs pratiques.

## PREMIÈRE PARTIE

### Conseil au client à partir d'un diagnostic sanitaire sur une culture de courge

**Un client vous montre une photo de feuilles de courges (document 1) qui semblent atteintes d'oïdium. Ces photos ont été prises lors de la récolte des premiers fruits avec son téléphone portable. Il vous demande votre avis sur les symptômes observés et s'inquiète de l'impact de cette maladie sur les prochaines récoltes et la consommation de ses courges.**

**1.1** Confirmer le diagnostic de présence d'oïdium, en relevant les indices à partir de la photo et en complétant votre réponse avec vos connaissances.

Le client se demande s'il pourra récolter et consommer ses courges.

**1.2** Donner votre avis en le justifiant.

Le client s'interroge sur l'absence du produit qu'il utilisait jusqu'à présent sur ses cultures potagères dans votre rayon de produits phytosanitaires. Il vous montre d'ailleurs l'emballage qu'il a précieusement conservé (**document 2**).

**1.3** Indiquer au client les caractéristiques du produit qui empêchent aujourd'hui sa commercialisation.

Dans le rayon, le produit Solabiol est proposé pour le traitement des courges (**document 3**).

**1.4** Proposer deux arguments pour convaincre le client.

Le client souhaite des conseils pour améliorer sa production de l'année suivante sans utiliser de produit de traitement de synthèse (**document 4**).

**1.5** Conseiller le client sur les méthodes de lutte limitant l'installation de l'agent pathogène.

## DEUXIÈME PARTIE

### Étude du marché des produits phytopharmaceutiques

**L'arrêt de vente des produits phytosanitaires de synthèse oblige les jardineries à proposer des solutions de substitution afin de répondre à la demande et pour maintenir le CA de l'entreprise.**

En lisant la revue professionnelle « Jardineries », vous avez trouvé des tableaux (**document 6**) qui présentent les données du marché des produits phytosanitaires pour 2017 et 2018.

**2.1** Repérer les taux d'évolution en volume et en valeur pour les fongicides Bio + Naturel.

En regardant ces 2 taux d'évolution, votre chef de rayon vous confirme que les prix ont augmenté.

**2.2** Justifier cette affirmation.

**2.3** Présenter l'intérêt de chacun des indicateurs pour le magasin.

La loi Labbé a des impacts sur la vente des produits phytopharmaceutiques de synthèse (**document 5**).

**2.4** Présenter les modifications que le magasin peut mettre en place pour maintenir le chiffre d'affaires.

## TROISIÈME PARTIE

### Animation « Je prends soin de mon potager »

**La jardinerie a référencé un nouveau produit, « Décoction d'ail » (documents 7 et 8). C'est un biostimulant qui est de plus en plus présent dans les rayons.**

**3.1** Relever les caractéristiques du produit attestant qu'il correspond aux attentes sociétales.

**3.2** Proposer 4 avantages à mettre en avant lors d'une vente pour un client.

La décoction d’ail est en phase de lancement en termes de cycle de vie du produit d’un point de vue commercial.

**3.3** Indiquer dans le tableau en **annexe A** (à rendre avec la copie après avoir été numérotée) les politiques du plan de marchéage pour ce produit (appelé aussi 4 P) adaptées à cette phase.

La jardinerie propose une animation « Je prends soin de mon potager » avec une mise en avant du nouveau produit Décoction d’ail.

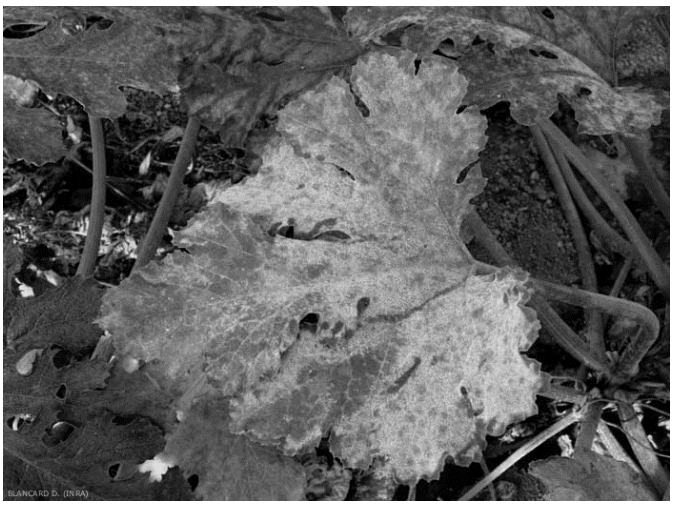
**3.4** Proposer une date judicieuse pour cette animation. Justifier.

L’animation « Je prends soin de mon potager » est en phase de réflexion.

**3.5** Citer 2 moyens pour mesurer l’efficacité de cette future animation.

**DOCUMENT 1**

**Feuille de courge**




Source : INRA

**DOCUMENT 2**

## FUNGAZOL CONTRE LES MALADIES FONGIQUES

Fungazol de BSI est un fongicide préventif et curatif pour plantes ornementales, légumes et fruitiers. On peut utiliser Fungazol pour combattre ou protéger contre les maladies fongiques comme l'oïdium, la gale, la rouille et la maladie des taches. Ces maladies des plantes sont causées par des champignons. Fungazol s'applique facilement à l'aide d'un pulvérisateur.




Dose :

- Pulvérisateur : 1 – 5 ml / 10 l d'eau.
- Pulvériser jusqu'à ruissellement.



**Spécifications Fungazol de BSI :**

- Contre la maladie des taches, la rouille, la gale et l'oïdium.
- Agit préventivement et curativement.
- Pour plantes ornementales, légumes et fruitiers.
- Contenance : 25 ml (= 50 litres de solution à pulvériser).
- Marque : BSI.

**Contient : 250 g/L difénoconazole**

Source : https://www.marketonweb.be/fr/fungazol-contre-les-maladies-fongiques-25ml

**DOCUMENT 3**




Source internet : https://fr.jardins-animes.com/

## DOCUMENT 4

### Prévention

Une période de deux à trois semaines, pendant laquelle la serre est nettoyée et laissée vide entre deux cultures sensibles, empêche le transfert de l'oïdium. Cultivez des variétés tolérantes, principalement des hybrides comme le concombre « Paska » ou la courgette « Cassiopée ». Proscrivez les fortes densités de semis ou de plantation. Limitez les opérations favorisant l'étiolement de la végétation aux dépens de la rusticité : excès d'engrais azoté, petits arrosages journaliers, tailles rapprochées. Aérez les abris en journée et proscrivez l'arrosage par aspersion.

Traitez préventivement avec du soufre. Changez de produit si cette protection est insuffisante ou quand les températures dépassent 28°C, au risque de brûler les plantes : extraits de prêle, bicarbonate de calcium, huile essentielle d'orange douce et cos-oga (cette substance active d'origine naturelle, constituée d'un bio-polymère issu de l'exosquelette de crustacés et de pectine provenant de pelures de pommes et d'agrumes, est commercialisée dans quatre produits sur le marché).

Source : Les 4 saisons - Mars 2019

**DOCUMENT 5**

**Le jardin en douze marchés**

**Place aux solutions naturelles**

Fini donc les phytosanitaires de synthèse, place aux solutions alternatives, dites de biocontrôle. La page est donc tournée pour le consommateur grand public. Pour Lionel Debauge, directeur France SBM Life Science : « le temps est venu d'aller de l'avant, d'agir et de s'engager dans la transformation ! Qu'elle soit générationnelle, culturelle, écologique ou bien encore digitale, la transformation de notre société s'opère de manière rapide et forte. À nous d'anticiper et de nous adapter ! Notre stratégie s'appuie sur l'amont, c'est-à-dire sur le renforcement de la santé du végétal. À travers la fertilité, la bonne santé de la terre, la croissance avec l'engrais nourricier et les solutions de soin, nous sommes aujourd'hui en mesure d'apporter toutes les solutions. Seule interrogation, le segment des désherbants pour lequel l'unité de besoin est couverte, mais avec des solutions très différentes à travers les acides gras saturés. Pour 2019, il faut engager les jardiniers dans un jardinage plus intelligent. Nous avons repensé nos modèles et développé une nouvelle approche sur nos deux grands univers : « Smart Home et Garden », une approche intelligente du jardinage et de la protection de la maison avec des solutions efficaces et simples dans une démarche durable. Préparer les végétaux à mieux affronter les insectes, les maladies. Préparer la terre avec les amendements, le terreau. Nourrir ses plantes avec l'engrais. Tout cela pour anticiper, mieux travailler, communiquer sur la préventif et n'utiliser qu'en dernier ressort l'aspect curatif…Nous intégrons également le digital au cœur de de nos dispositifs pour accompagner des jardiniers de plus en plus connectés. Notre ambition est de faciliter le quotidien de nos consommateurs, en leur proposant des solutions ainsi que des services innovants et responsables, pour leurs plantes, leur jardin et leur lieu de vie. Nous allons faire de la réglementation une opportunité ».

**Le rôle primordial de la pédagogie**

Parce que la réglementation interdit les produits phytopharmaceutiques de synthèse, les pratiques de jardinage vont indubitablement changer pour certains jardiniers fervents des méthodes rapides, curatives. La pédagogie aura toute sa place, c'est aussi ce qui sauvera le marché. Comme le souligne Lionel Debauge, « nous pensons que la transmission des connaissances sera le facteur clé de réussite pour nos marchés de demain, et probablement l'unique solution pour que le magasin physique retrouve la place qui lui est due. Pour permettre aux magasins de mieux former les équipes, de faire monter en compétence les vendeurs rayon, nous poursuivons et renforçons pour la troisième année consécutive les universités SBM, des formations à la fois techniques et commerciales au plus près de vos magasins pour jardiner et conseiller autrement. ».

Source : Jardineries n°655 – 19 janvier 2019

**DOCUMENT 6**

**Produits pour jardin : ventes en valeur (en K€) / source : GFK**

| | Janvier 2017 à juillet 2017 | Janvier 2018 à juillet 2018 | Évolution % |
|---|---|---|---|
| **Désherbant** | **76 272** | **74 905** | **- 1,8** |
| Non Bio | 54 736 | 42 216 | - 22,9 |
| Bio + Naturel | 21 536 | 32 689 | 51,8 |
| **Insecticides du jardin** | **29 651** | **29 977** | **1,1** |
| Non Bio | 11 870 | 9 777 | - 17,6 |
| Bio + Naturel | 17 781 | 20 200 | 13,6 |
| **Fongicides** | **15 844** | **15 610** | **- 1,5** |
| Non Bio | 4 751 | 4 099 | - 13,7 |
| Bio + Naturel | 11 093 | 11 511 | 3,8 |

**Produits pour jardin : ventes en volume (en tonnes) / source : GFK**

| | Janvier 2017 à juillet 2017 | Janvier 2018 à juillet 2018 | Évolution % |
|---|---|---|---|
| **Désherbant** | **4 387** | **4 002** | **- 8,8** |
| Non Bio | 3 148 | 2 304 | - 26,8 |
| Bio + Naturel | 1 239 | 1 698 | 37,1 |
| **Insecticides du jardin** | **2 384** | **2 488** | **4,3** |
| Non Bio | 837 | 666 | - 20,4 |
| Bio + Naturel | 1 548 | 1 822 | 17,7 |
| **Fongicides** | **1 324** | **1 320** | **- 0,3** |
| Non Bio | 326 | 304 | - 6,8 |
| Bio + Naturel | 997 | 1 016 | 1,9 |

Source : Jardineries n°654 - 10 octobre 2018

## DOCUMENT 7

### Les Biostimulants

**Le marché est-il prêt ?**

À la suite de l'interdiction des produits phytosanitaires de synthèse dits conventionnels, les biostimulants représentent une alternative pour le soin du jardin au naturel. Mais leur réglementation et leur emploi restent flous, freinant le décollage des ventes et l'élargissement de gammes.

Les biostimulants font parler d'eux, surtout depuis cinq ans, mais peu sont présents dans les rayons. Parmi ceux déjà commercialisés, la décoction d'ail de Protecta - seul biostimulant de la marque lancé il y a deux ans -, Osiryl® chez SBM Life Science, premier stimulateur de croissance racinaire homologué en France, et Agrosil de Compo (vendu sous la marque Algoflash, stimulateur de racines), biostimulant homologué. Considérés comme des produits « nouvelle génération », ils restent majoritairement mal connus et peu mis en avant… mais pour combien de temps ?
Le règlement européen définit ainsi le biostimulant : « Un produit qui stimule les processus de nutrition des végétaux indépendamment des éléments nutritifs qu'il contient, dans le but d'améliorer une ou plusieurs caractéristiques suivantes des végétaux ou de leur rhizosphère : efficacité d'utilisation des éléments nutritifs, tolérance au stress abiotique, caractéristiques qualitatives, disponibilité des éléments nutritifs confinés dans le sol ou la rhizosphère ». Une nouvelle réglementation européenne apporterait encore une meilleure visibilité d'ici 2022.
La recherche constante de solutions alternatives aux phytosanitaires conventionnels et la connaissance toujours meilleure du fonctionnement des plantes jouent en leur faveur. « Les biostimulants représentent une opportunité énorme, juge Denis Jardel. Leur vente est plus fréquente dans le secteur professionnel depuis quelques années, et nous commençons à rééduquer le grand public ».

Source : Jardineries n°660 - 12 juin 2019

**DOCUMENT 8**

# Décoction d'ail




**Véritable décoction d'ail à diluer, obtenue à partir de tiges et de feuilles séchées *d'Allium sativum*.**

**La décoction d'ail est un biostimulant :**

- Stimule la croissance des plantes.
- Crée des conditions défavorables au développement des maladies.
- Crée un milieu défavorable à l'apparition de ravageurs.
- Conditionné en Bag in Box pour une conservation optimale.
- Traite jusqu'à 300 m².

Document réalisé pour les besoins de l'épreuve

## GRILLE D'ÉVALUATION CRITÉRIÉE

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 | BARÈME |
|---|---|---|---|
| **1ère partie : Conseil au client à partir d'un diagnostic sanitaire sur une culture de courge** | | | |
| **1.1** | Identification d'une maladie. | 3 indices. | **/0,75** |
| **1.2** | Avis argumenté. | Réponse juste.<br>Justification. | **/1** |
| **1.3** | Justification du non usage d'un produit. | 2 éléments. | **/1** |
| **1.4** | Argumentation client. | 2 arguments adaptés. | **/1,5** |
| **1.5** | Présentation des différents types d'actions préventives. | 3 méthodes pertinentes. | **/2,25** |
| **2ème partie : Étude du marché des produits phytopharmaceutiques** | | | |
| **2.1** | Repérage des taux d'évolution. | 2 taux identifiés. | **/1** |
| **2.2** | Justification de l'affirmation. | Argumentation juste. | **/0,5** |
| **2.3** | Intérêt des indicateurs pour le magasin. | Intérêt de chaque indicateur. | **/1,5** |
| **2.4** | Présentation des impacts de la loi Labbé pour le magasin. | 4 réponses attendues. | **/2** |
| **3ème partie : Animation « Je prends soin de mon jardin »** | | | |
| **3.1** | Comparaisons aux attentes sociétales. | 4 éléments. | **/2** |
| **3.2** | Présentation d'avantages pour le client. | 4 avantages. | **/1** |
| **3.3** | Indiquer les politiques du plan de marchéage. | 4 politiques adaptées. | **/3** |
| **3.4** | Proposition d'une date. | Date.<br>Justification. | **/1** |
| **3.5** | Efficacité de l'animation. | 2 éléments. | **/1,5** |
| | | **TOTAL** | **/20** |

MINISTERE DE L'AGRICULTURE

**NOM :**

(EN MAJUSCULES)

**Prénoms :**

**Date de naissance :**

**EXAMEN :**

Spécialité ou Option :

**EPREUVE :**

Centre d'épreuve :

Date :

N° ne rien inscrire

**ANNEXE A** ***(à compléter, numéroter et à rendre avec la copie)***

N° ne rien inscrire

| **Plan de marchéage 4 P** | **Politiques adaptées à cette phase de lancement** |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |