



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE

EDE MAR 1

SESSION 2019

**CAPET
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

Option : MARKETING

COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier.

Tournez la page S.V.P.

A

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement public :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8010G	101	7392

► **Concours externe du CAFEP/CAPET de l'enseignement privé :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8010G	101	7392

Implantée dans le département de la Vienne (86), la société Solisystème s'est imposée comme la référence des constructeurs d'abris de terrasse en France et dans plus de 15 pays.

En 1998, cherchant des solutions pour abriter sa terrasse du soleil et des intempéries, Jean-Louis Castel invente le système de la pergola bioclimatique². Conscient de l'efficacité de son système de couverture de terrasse et de l'originalité de son invention, il dépose le brevet qui lui permet de développer son entreprise. Disposant pendant de nombreuses années d'un avantage concurrentiel sur le marché, il investit en 2013 dans une usine de 1 100 m² pour produire des pergolas.

Pionnière sur le marché des pergolas climatiques, Solisystème invente et fabrique régulièrement de nouvelles solutions étoffant ainsi sa gamme de produits. À ce titre, la société développe la gamme de produits « Arlequin ». La toiture de la pergola est occupée par des cadres et des panneaux colorés qui coulissent avec une baguette adaptée. L'utilisateur peut, ainsi, moduler des espaces d'ombre ou au contraire de lumière selon son envie. Une fois les cadres déployés, le système protège de la pluie et du soleil comme un toit.

Sur le plan de la distribution, Solisystème dispose d'un réseau de spécialistes de la protection solaire qui intègre les distributeurs mais aussi les poseurs, les artisans et les architectes.

Avec un effectif de 35 salariés, l'entreprise conserve une dimension humaine. Sa culture commerciale est d'entretenir avec ses partenaires une relation de confiance à long terme. De plus, elle intègre dans sa démarche une vraie logique de développement durable et d'innovation.

En termes d'innovation, 2016 a été une année charnière pour l'entreprise avec l'inauguration du nouveau bâtiment recherche et développement, plus de 600 m² dédiés au développement de brevets, de nouveautés, de prototypes, etc. 2017 est l'année du passage à une production industrielle. L'acquisition d'un nouveau centre d'usinage a permis de répondre toujours mieux et plus vite aux commandes des distributeurs. Via le fonds européen de développement régional (FEDER), l'Europe et la Nouvelle-Aquitaine se sont engagées aux côtés de Solisystème dans ce projet de modernisation des processus de production et de numérisation de la chaîne de production.

La réhabilitation du siège d'Avanton, près de Poitiers, est aujourd'hui quasiment terminée. Après des travaux colossaux, Solisystème dispose aujourd'hui de plus de 6 500 m² opérationnels.

À l'aube de sa retraite, monsieur Castel exprime le souhait de transmettre progressivement la direction de la société à ses enfants. Dans le cadre de cette reprise et face à une concurrence renouvelée de plus en plus rude, l'objectif est de relancer l'expansion de Solisystème tant en France qu'à l'étranger et de renforcer les partenariats avec le réseau de distributeurs. À ce titre, il vous charge des différents dossiers qui suivent :

- dossier 1 : analyser l'environnement de l'entreprise Solisystème ;
- dossier 2 : développer les ventes de la pergola Arlequin ;
- dossier 3 : accompagner le développement de l'activité commerciale d'un concessionnaire ;
- dossier 4 : se développer sur les marchés de la zone Asie.

¹ Ce cas est inspiré d'une situation réelle. Les données chiffrées et les mises en situation sont fictives pour des raisons de confidentialité.

² Une **pergola** (mot italien venant du latin *pergula*) est une petite construction de jardin. Elle est faite de poutres horizontales en forme de toiture, soutenues par des colonnes.

La **pergola bioclimatique** est l'évolution moderne de cette construction. Entièrement étanche, elle est généralement constituée de lames orientables en aluminium et permet de régler le taux d'ensoleillement.

Dossier 1 : Analyser l'environnement de l'entreprise Solisystème.

À partir du contexte général, des annexes 1 à 8 et de vos connaissances.

Les consommateurs ont un engouement pour la pergola car elle est une alternative entre le store et la véranda. Mais c'est un marché de plus en plus concurrencé.

- 1. Établir une analyse structurée du marché français de la pergola.**
- 2. Apprécier la capacité de l'entreprise Solisystème à faire face à l'intensité concurrentielle sur son marché.**

Dossier 2 : Développer les ventes de la pergola Arlequin.

À partir des annexes 9 à 11 et de vos connaissances.

Dans le cadre du lancement de la nouvelle gamme « pergola Arlequin », Solisystème propose d'inviter au siège de l'entreprise les distributeurs pour les accompagner dans leurs actions commerciales et de communication. L'objectif de Solisystème est de donner envie aux distributeurs de promouvoir et de commercialiser la nouvelle pergola Arlequin auprès de leurs clients ou leurs prospects. Différentes enquêtes internes ont mis en exergue le manque de connaissances des fonctionnalités des produits de l'entreprise par les revendeurs et leur faible intégration des outils digitaux dans leurs pratiques commerciales.

- 1. Proposer un ensemble d'actions de stimulation commerciale à destination des revendeurs pour les intéresser au développement de la pergola Arlequin. Justifier vos propositions.**
- 2. Concevoir un argumentaire de vente pour que les revendeurs promeuvent la pergola Arlequin auprès de leurs clients.**
- 3. Formuler, en le justifiant, des adaptations du plan de communication de Solisystème pour augmenter la notoriété de la pergola Arlequin auprès du client final.**

Dossier 3 : Accompagner le développement de l'activité commerciale d'un concessionnaire.

À partir des annexes 12 à 14 et de vos connaissances.

Implanté dans la zone commerciale de la Mude à Niort (Deux-Sèvres), depuis 2011, Accords Habitat est spécialisé dans la rénovation de l'habitat (produits de menuiserie : portes, fenêtres, etc.) et dans la pose de pergolas bioclimatiques Solisystème. Il est devenu le revendeur exclusif sur les départements de la Charente (16) et des Deux-Sèvres (79).

La pergola est une extension récente de la gamme de produits présentée par Accords Habitat. C'est un marché qui dépasse le cadre de la rénovation.

- 1. Analyser les performances des différentes familles de produits commercialisées par Accords Habitat.**
- 2. Évaluer l'efficacité des deux commerciaux.**
- 3. Proposer des actions à entreprendre pour améliorer les performances de chacun d'eux.**

Dans un mois, Accords Habitat obtiendra l'extension du contrat d'exclusivité des pergolas Solisystème sur le département de la Charente Maritime (17). La nouvelle zone de chalandise conduit le concessionnaire à reconsidérer son équipe commerciale. Pour cela, il s'appuie sur les données de l'étude de marché qu'il a

rassemblées dans l'**annexe 14** « potentiel du marché de la pergola sur les départements des Charente (16), Charente Maritime (17) et Deux Sèvres (79) ».

4. Calculer l'équipe commerciale nécessaire pour couvrir l'activité prévisionnelle du marché des particuliers d'Accords Habitat. Conclure.

Dossier 4 : Se développer sur les marchés de la zone Asie.

À partir des annexes 15 à 19 et de vos connaissances.

En termes de communication, Solisystème revendique une fabrication locale et de qualité. Ce savoir-faire français est internationalement reconnu. La société a déposé 6 brevets dans 20 pays. Elle a obtenu le label d'origine France garantie (LOFG) en 2013, le statut d'opérateur économique agréé (OEA) en 2014 et celui d'OEA « simplifications douanières » et « sécurité et sûreté » fin décembre 2015. Elle exporte dans plus de 20 pays (Europe, Mexique, Maroc, Tunisie) et a créé des filiales au Canada et aux États-Unis.

Les pergolas Solisystème s'exportent de plus en plus à l'étranger sur des marchés importants. Le chiffre d'affaires export représente un peu plus de 20 % des dix millions de chiffre d'affaires annuel. L'entreprise participe à plusieurs salons professionnels internationaux et a reçu le trophée 2017 de la « Performance commerciale à l'international » par les Dirigeants Commerciaux de France (DCF) du département de la Vienne (86).

Lors du salon R+T de Stuttgart une entreprise basée à Hong-Kong, spécialisée dans la réalisation de complexes hôteliers en Asie, s'est montrée intéressée par le concept de pergola bioclimatique. Si cette affaire est conclue, elle pourrait constituer une première étape du développement de Solisystème dans cette partie du monde, non prospectée pour le moment.

- 1. Chiffrer la proposition commerciale à faire à ce prospect sur la base du compte-rendu de contact établi lors du salon R+T Stuttgart.**
- 2. Recommander des solutions pour diminuer et/ou couvrir les différents risques présentés par cette offre.**
- 3. Conseiller la direction de Solisystème sur la pertinence de participer au salon R+T ASIA à Shanghai (Chine) en complément de celui de Stuttgart.**
- 4. Apprécier l'intérêt pour Solisystème de souscrire à l'assurance pour la prospection sur la zone Asie proposée par Bpifrance.**

LISTE DES ANNEXES

N° de l'annexe	Intitulé	Page
1	La pergola bioclimatique.	5 à 6
2	Le potentiel du marché de la pergola.	6 à 7
3	Focus sur l'offre des pergolas.	7 à 9
4	Le réseau de la distribution de pergolas en France (2018).	9
5	Parts de marché des fabricants de pergolas bioclimatiques en France (2018).	9
6	Les différents taux de TVA pour les travaux applicables en 2017- 2018.	10
7	Le label Origine France Garantie (LOFG).	10
8	Un focus sur la demande de pergolas.	10 à 12
9	La pergola Arlequin par Solisystème.	12 à 13
10	Plan de communication de Solisystème.	13
11	Logiciel 3D : « Innovation Commerciale » est au service de la relation client.	14
12	Relevé d'informations sur le suivi opérationnel de l'activité d'Accords habitat.	15
13	Suivi des résultats partiels de l'équipe commerciale chargée des clients particuliers.	16
14	Le marché potentiel selon Accords Habitat.	16 à 17
15	Compte-rendu d'entretien prospect <i>Asia Resort Limited</i> .	18
16	Extrait des bases « Tarif » et « Logistique » Solisystème.	18
17	SALONS R+T.	19 à 20
18	Offre d'assurance prospection Bpifrance.	20 à 21
19	Simulation d'assurance-prospection Asie réalisée par Bpifrance pour l'entreprise Solisystème.	21

Annexe 1 : La pergola bioclimatique.

Une pergola bioclimatique est une construction de jardin durable sur laquelle des montants sont fixés horizontalement à des colonnes verticales. Ces structures permettent de protéger du soleil et/ou de la pluie une terrasse ou bien un salon de jardin. À la différence des vérandas, la structure est ouverte même si des cloisons temporaires peuvent être installées (stores verticaux, bâches, voiles, etc.).

Le marché français des pergolas a été accompagné par une dynamique particulièrement positive depuis 2011. Malgré une conjoncture économique sensiblement morose dans l'hexagone, cette activité a bénéficié d'une demande croissante à la fois des ménages et des professionnels (provenant notamment du secteur CHR³). Cette évolution est, pour l'essentiel, le fait de l'essor considérable des pergolas disposant d'une structure en aluminium et, en particulier des systèmes équipés de lames orientables. Ces pergolas dites bioclimatiques ont trouvé un positionnement original entre d'un côté des stores qui ne protègent que du soleil, et de l'autre des vérandas jugées onéreuses et peu confortables en été.

La pergola est un produit relativement ancien qui a su se renouveler grâce à la présence de spécialistes qui ont développé des produits qualitatifs et visibles pour le grand public, et ce par le biais d'une communication efficace. Il s'agit d'un marché particulièrement divers avec de multiples matériaux utilisés, des systèmes de protection différents, des circuits de distribution différenciés, etc. Si bien que le marché français des pergolas peut être qualifié d'hétérogène, avec des dynamiques, des tendances, des caractéristiques propres à chaque type de produit.

La pergola bioclimatique : un succès qui ne se dément pas au fil des ans.

Lorsque l'on cherche à se protéger efficacement du soleil et de la chaleur, il peut être intéressant de penser « pergola bioclimatique », également appelée brise-soleil positionnable. Si cet équipement représente un investissement relativement conséquent, il permet de profiter pleinement de son jardin toute l'année.

Le succès de la pergola bioclimatique en France.

La pergola bioclimatique a vu le jour en Australie il y a un peu plus de 20 ans. En France, on la prend réellement au sérieux depuis 2010. L'intérêt d'une pergola bioclimatique est de s'adapter aux conditions météorologiques ambiantes grâce à un ingénieux système de lames en aluminium motorisées qui changent de direction en fonction des besoins : lames ouvertes, semi-ouvertes ou fermées selon qu'il y a du soleil ou de la pluie. À la tombée de la nuit ou lorsqu'une pluie arrive sans prévenir, les lames se repositionnent automatiquement pour protéger l'espace de la pergola. L'eau récupérée peut être réutilisée ensuite pour le système d'arrosage de son jardin.

L'avantage d'une pergola bioclimatique est donc la « semi maîtrise » de la météo ! On est capable avec ce système de contrôler avec précision la température et le degré d'ensoleillement sous sa pergola. La pergola bioclimatique présente de nombreux avantages et notamment si on la compare aux stores ou aux pergolas classiques qui, bien que plus abordables financièrement, présentent toutefois de nombreuses carences : Ils retiennent la chaleur et créent un effet de serre, ils présentent une mauvaise résistance face aux vents violents et ils exigent un entretien régulier.

La pergola bioclimatique n'est toutefois pas exempte de points faibles : elle est imposante, elle est coûteuse et son installation est relativement complexe (en comparaison d'une pergola classique).

Malgré tout, les avantages offerts par une pergola bioclimatique sont sans appel :

- elle permet de profiter de son extérieur tout en confort (en toute saison avec un chauffage d'appoint) ;
- elle autorise une luminosité agréable et contrôlée ;
- l'air circule librement. L'air chaud est expulsé vers l'extérieur ;

³ CHR : Cafés – Hôtels – Restaurants.

- elle produit une sensation de fraîcheur.

La pergola bioclimatique a donc le vent en poupe. Le marché français compte en 2018 pas moins de 20 revendeurs spécialisés. Côté choix, il existe les pergolas bioclimatiques sur mesure, mais également des pergolas en kits qui sont bien entendu moins coûteuses.

Le fonctionnement de la pergola bioclimatique.

La pergola bioclimatique fonctionne à partir de lattes mobiles motorisées, sachant qu'en général l'angle maximum est de 160°. La pergola bioclimatique est livrée avec une télécommande permettant de gérer le mouvement des lattes rapidement. Certaines options, comme la station météo, se révèlent particulièrement utiles pour refermer automatiquement les lattes en cas de pluie. Ces lattes en aluminium permettent de jouer avec la lumière, et confèrent un style très moderne.

La pergola bioclimatique permet de réaliser des économies d'énergie.

La pergola bioclimatique représente un investissement conséquent puisqu'il faut compter entre 3 500 euros et 20 000 euros ; la moyenne se situant à environ 7 000 euros. Cependant, cet investissement n'est pas inintéressant car il permet non seulement de profiter davantage de son extérieur mais il offre également la possibilité de réaliser des économies d'énergie. En effet, une bonne gestion de la chaleur et de la luminosité à l'intérieur de la pergola bioclimatique permet d'augmenter la chaleur de la pièce attenante à cette dernière. La gestion de la température extérieure a une incidence directe sur la chaleur de la pièce de la maison qui jouxte la pergola bioclimatique, ce qui constitue là encore un avantage de taille !

La réglementation pour installer une pergola bioclimatique.

Le marché de la protection solaire se maintient et s'agrandit grâce à sa prise en compte dans la réglementation. Cette dernière entrant dans le bilan énergétique global du bâtiment (RT 2012⁴) ; ce qui ouvre en plus le marché des architectes et des constructeurs. Une autorisation de travaux doit être demandée auprès de la Mairie. La pergola bioclimatique représente de nombreux avantages pour ceux qui cherchent à contrôler l'ensoleillement et la température de leur jardin tout en possédant un équipement design et contemporain. Il est possible d'ajouter quelques options à la pergola bioclimatique, comme par exemple un éclairage décoratif ou encore un chauffage d'appoint : on peut ainsi profiter du jardin tout au long de l'année, tout en étant bien protégé du froid, de la pluie et du soleil.

Source : D'après www.consobrico.com – Jean Morel - 2018

Annexe 2 : Le potentiel du marché de la pergola.

Le potentiel de marché pour la pergola reste conséquent. La preuve : des innovations apparaissent encore. Elles permettent de se différencier sur un marché de plus en plus concurrentiel. Les industriels étendent leurs capacités de production. Mais, pour que le marché devienne pérenne, il doit se spécialiser.

L'engouement pour la pergola ne se dément pas. Boostée par les toitures bioclimatiques qui représenteraient aujourd'hui entre 9 000 et 12 000 unités vendues par an, elle s'est complètement installée sur le marché de la protection solaire. Et si l'effet « *poules aux œufs d'or* » multiplie les acteurs sur ce marché, les industriels du cru gardent le sourire. « *Nous sommes toujours en croissance comme l'année dernière* » annonce d'emblée Monsieur Castel à la tête de Solisystème. Optimisme partagé chez Renson : « *le marché se porte plutôt très bien, il continue vraiment de progresser bien sûr grâce aux lames orientables* » confie Marc Bonamy, responsable réseaux BtoC chez Renson. Conséquences : les investissements pleuvent pour répondre à une demande conquise par la pergola. Chez Solisystème, on vient de s'équiper d'un ERP⁵, d'une machine à

⁴ RT 2012 : Réglementation thermique 2012.

⁵ Enterprise Resource Planning (ERP) ou en français progiciel de gestion intégré (PGI).

commande numérique. Et l'année 2017 est placée sous le signe du recrutement en Recherche et développement, aux achats, à la production : « *Nous passons un nouveau cap dans l'industrialisation pour répondre encore mieux à la demande* » informe Monsieur Castel. Chez Espace Lounge, positionné comme spécialiste de l'extension de l'habitat, on table sur une augmentation des points de vente dans l'hexagone mais aussi à l'étranger, « *car notre produit qui permet de profiter de l'extérieur toute l'année a séduit les pays limitrophes, le Danemark, et même la Hongrie* » informe son président Jean-Claude Saracco.

Vers le métier de pergoliste.

Mais la pergola désormais doit répondre à un autre enjeu en se spécialisant et en réaffirmant ses positions. « *Elle est un produit outdoor à ne pas confondre avec une véranda. Elle n'est pas étanche à la pluie, et nous sommes régulièrement confrontés à ce type de déformation* », regrette Monsieur Castel. Constat partagé chez Concept Alu : « *une opportunité s'est créée dans un marché de crise avec une sur-promesse qui était celle d'une pièce à vivre toute l'année. C'est une fausse promesse qui produit déjà ses mauvais retours* », s'insurge son directeur général Yoann Arrivé. « *Si nous restons dans un milieu sain, il y a tout de même de la concurrence. Il faut donc vendre de manière juste une pergola pour conserver la confiance des consommateurs* ». D'autant que ces derniers ont du mal à faire la différence entre deux pergolas bioclimatiques de marques différentes. « *D'ici 2020, le marché va devenir mature, les opportunités vont disparaître au profit des industriels vraiment spécialisés* » augure Marc Bonamy. « *Les quatre ans à venir vont être une phase de structuration durant laquelle, la pergola va s'implanter dans le paysage de la maison au même titre que la véranda* ». « *Aujourd'hui, des acteurs sortent du lot et une sorte de sélection naturelle s'opère* ». D'ailleurs Yoann Arrivé augure déjà « *une segmentation en deux du marché avec d'un côté, le créneau du Do it Yourself (DIY)⁶ qui va émerger, quitte à ce qu'il ne dure pas longtemps et, de l'autre, celui d'un marché plus durable porté par la possibilité de personnaliser sa pergola* ».

Des pergolas toujours plus équipées.

Chez Solisystème, la pergola bioclimatique entre dans l'ère du 3.0. Elle est prévue pour être connectée en domotique et se piloter entièrement à distance. De surcroît la sobriété de ses lignes en fait un élément décoratif qui s'intègre dans tous les types de structures ou d'architecture. Aujourd'hui, les particuliers sont de plus en plus sensibles au fait que la pergola doit être aussi qualitative que leur espace intérieur, voire même lui ressembler. Forcément cet équipement conçu pour protéger du soleil séduit aussi par l'idée de le laisser entrer et de se différencier ainsi des offres du marché ; d'où la tentation du rétractable. Ainsi Gennius vient de lancer une nouvelle pergola à toiture rétractable : Isola 2. Comme un cabriolet, la toile se déploie en quelques secondes ou disparaît totalement.

Source : D'après extrait l'Echo de la Baie - Février/mars 2017

Annexe 3 : Focus sur l'offre des pergolas.

Le marché de la pergola et plus généralement de la protection solaire est en pleine expansion depuis quelques années. La pergola rencontre un vif succès et suscite l'engouement des consommateurs grâce à l'esthétisme, au design, à la conception, l'innovation des options et au charme dégage par ces structures. À toile fixe ou rétractable, dotée ou non d'un système d'éclairage intégré, la pergola est devenue, au fil des années, un produit incontournable pour l'aménagement des terrasses.

Plus résistante qu'une banne, la pergola représente un bon compromis entre la véranda et la tonnelle. Les consommateurs recherchent en elle l'habillage et la protection optimale pour profiter plus longtemps de leur

⁶ Do it Yourself (DIY) traduction littérale en français : « Faites-le vous-même », « Faites-le par vous-même », « Fais-le toi-même ».

terrasse et apporter un espace de vie supplémentaire à la maison. Cette évolution attire les convoitises et les nombreux acteurs du marché se livrent une bataille à coup d'innovations pour remporter les suffrages.

Le marché français des pergolas en aluminium est composé d'un nombre important d'acteurs différents. Les fabricants de pergolas côtoient des gammistes, des concepteurs, des fournisseurs de toiles ou encore des fournisseurs de systèmes d'automatisation. Encore confidentiel il y a six / sept ans, le marché s'est rapidement développé entraînant avec lui de nombreux nouveaux acteurs. À la fin de la décennie 2000, le nombre de fabricants de pergolas en aluminium était limité à une poignée (3 à 4 acteurs français). Désormais, ils sont près d'une trentaine à se partager ce segment du marché.

Les nouveaux fabricants ont été, dans un premier temps, issus principalement de l'industrie du store. Il s'agit, effectivement, d'une activité similaire en termes de clientèle, de réseau de distribution et de mode de fabrication. Ils ont profité du fort développement de ce marché pour proposer une offre dédiée de pergolas. Les professionnels du secteur soulignent que désormais les acteurs du marché de la véranda se penchent également sur la pergola. Cela pourrait également constituer pour eux un relais de croissance, bien que leur activité se porte plutôt bien depuis plusieurs années malgré la crise économique.

Le marché des pergolas en aluminium à lames orientables a, pendant longtemps, été dominé par Solisystème. Cette entreprise a été précurseur avec il y a 15 ans le développement d'une première offre. Biossun a également participé au développement du marché, son arrivée a été plus tardive (depuis 2009) mais ses efforts de communication ont rendu ce type de pergolas plus visible auprès du grand public. L'arrivée massive des nouveaux entrants date de 2011, lorsque les storistes ont souhaité trouvé une activité de complément face à la baisse des ventes de stores classiques.

Le marché des pergolas en aluminium est marqué par la présence de nombreux fabricants étrangers. Ils viennent de toute l'Europe avec notamment des acteurs espagnols, allemands, belges et italiens. Ces derniers opèrent en France grâce à un réseau de distributeurs professionnels. Certains acteurs étrangers confient également la distribution de leurs produits à une seule société française. L'origine de l'industriel se retrouve généralement dans le type de produits proposés avec précisément des produits qui misent sur la solidité pour des intervenants du nord de l'Europe et des produits plus fins et design pour les pays du sud de l'Europe.

Les professionnels du secteur anticipent une maturation du marché à l'horizon de 2 à 3 ans. À ce moment-là, le nombre de fabricants commencera à diminuer et une phase de concentration débutera pour aboutir à des acteurs plus spécialisés et disposant d'une taille critique pour s'imposer sur le marché. D'ores et déjà, certains acteurs ayant intégré le marché durant les 5 dernières années en sont ressortis car il est difficile de concurrencer des fabricants reconnus. La renommée est un facteur clé de succès sur ce marché car celui-ci est positionné haut-de-gamme, notamment en ce qui concerne les pergolas bioclimatiques. Il est également prévu que cette phase de maturité s'accompagne par une plus grande guerre des prix entre fabricants, bataille qui a déjà débuté mais qui pourrait s'amplifier selon les acteurs du marché.

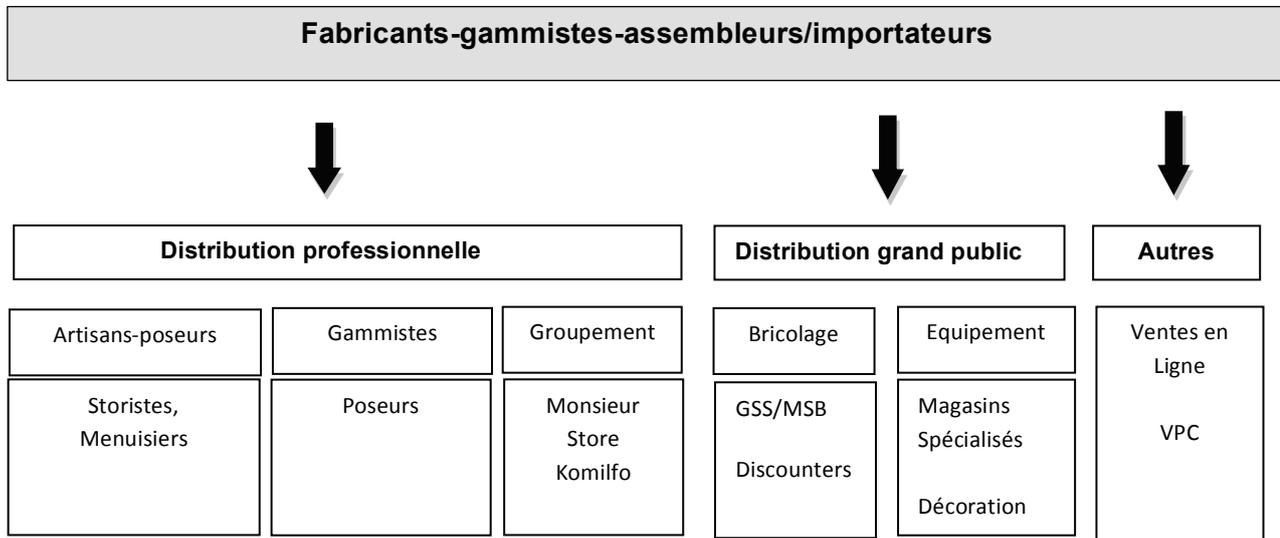
Durant les deux à trois dernières années, de nombreux gammistes sont entrés sur le marché de la pergola en aluminium. Installux, Technal, Profils Systèmes ou encore Kawneer sont des exemples. Généralement, ces derniers ne fournissent pas de structures prêtes à poser. Ils fournissent uniquement les profilés aluminium pour le menuisier aluminium ou le vérandaliste qui s'occupera ensuite de monter le projet avec sa clientèle. Les fabricants de profilés en aluminium possèdent tous des caractéristiques semblables. Ils profitent ainsi de leur grande capacité de production pour proposer un ensemble de produits en aluminium pour la construction. Ces derniers sont essentiellement utilisés dans le cadre de l'aménagement extérieur des bâtiments (des garde-corps, des portes et des fenêtres, etc.).

L'arrivée de tous ces nouveaux acteurs a favorisé la meilleure visibilité du produit « Pergola » auprès du grand public et des professionnels. Les professionnels du secteur notent, malgré tout, que des progrès peuvent

encore être faits sur la question de la visibilité du produit pour pouvoir exploiter totalement tout le potentiel lié à l'activité.

Source : D'après <https://www.vivonsdehors.com>, (marque de l'enseigne Akena Vérandas) – 2018

Annexe 4 : Le réseau de la distribution de pergolas en France (2016).



Source : D'après *Marché des pergolas en France - MSI Reports Sarl Mai 2016*

Annexe 5 : Parts de marché des fabricants de pergolas bioclimatiques en France (2018).

Fabricants	Part de marché en volume
Biossun	36 %
Brustor	28 %
Solisystème	15 %
Autres	21 %

Biossun est arrivé plus tardivement que Solisystème sur le marché (à partir de 2009), mais l'entreprise a su rapidement se développer pour rattraper son retard par rapport à Solisystème. Biossun a également grandement participé au développement du marché grâce à une campagne de communication efficace qui a profité au développement global des ventes de pergolas bioclimatiques. En 2011, Biossun et Solisystème se partageaient environ 90 % du marché en volume.

Depuis 2011, de nombreux nouveaux acteurs ont investi le marché des pergolas bioclimatiques. Les deux acteurs dominants du marché ont ainsi perdu des parts de marché, mais la hausse soutenue des ventes de pergolas leur ont permis de voir également leurs ventes progresser. L'arrivée à maturité progressive du marché bloquera l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché car il sera difficile de concurrencer les leaders en termes de renommée, de technique et de prix.

Source interne

Annexe 6 : Les différents taux de TVA pour les travaux applicables en 2017- 2018.

Nature des travaux	Taux de TVA applicable	Remarques
Habitation neuve	20 %	Toute habitation de moins de deux ans, ou toute surélévation, tout agrandissement de plus de 10 % de la surface, tout remplacement de plus de la moitié du gros-œuvre et de plus du tiers du second-œuvre
Rénovation	10 %	TVA applicable aussi bien sur la main-d'œuvre que sur les matériels. Cependant, ils doivent obligatoirement être achetés par l'artisan ou l'entreprise qui réalise les travaux.
Amélioration énergétique de l'habitat	5,5 %	La TVA réduite s'applique sur tout ce qui permet de réaliser une économie d'énergie, ce qui améliore les performances de l'habitation

Source : d'après <https://www.e-travaux.com/prix-travaux/chiffres-taux-utiles-tva>

Annexe 7 : Le Label Origine France Garantie (LOFG).

Le label est le résultat d'une démarche collective d'acteurs qui souhaitent œuvrer ensemble à la promotion du « **produire en France** » et à la valorisation des savoir-faire industriels et artisanaux. Le Label Origine France Garantie se singularise des autres mentions telles que « **made in France** », « **conçu en France** », « **Fabriqué en France** » qui sont auto-déclaratives. Il est transversal (tout secteur confondu) et incontestable (la certification est réalisée par un organisme certificateur indépendant). Le label **Origine France Garantie** assure aux consommateurs la traçabilité du produit en donnant une indication de provenance claire et objective. L'obtention du label se fait sur deux critères cumulatifs que les entreprises doivent nécessairement satisfaire pour l'obtenir :

- entre 50 % et 100 % du prix de revient unitaire est français ;
- le produit prend ses caractéristiques essentielles en France.

Fabricants de pergolas détenteurs du label origine France garantie : *BIOSSUN, FRANCIAFLEX, SOLISYSTEME.*

Source : D'après <http://www.originefrancegarantie.fr/> Janvier 2018

Annexe 8 : Un focus sur la demande de pergolas.

Selon MSI, la forte croissance du marché des pergolas en aluminium devrait se poursuivre entre 2016 et 2020 (Avec notamment le maintien de forts taux de croissance, déjà observés sur les cinq dernières années, pour au moins les deux à trois prochains exercices).

La demande est effectivement très forte pour ces produits et en particulier pour les systèmes équipés de lames orientables. Il s'agit d'un produit dont le cycle de vie est récent. Le marché n'est ainsi pas encore mature, et les professionnels du secteur prévoient que cette maturation pourrait intervenir d'ici trois à quatre ans. D'ici là le segment continuera de croître de manière importante avec petit à petit un tassement des taux de croissance.

Marché des Pergolas en Aluminium en France, par Type de Toiture.

	2015	2016	2017	2018	2019 ^e	2020 ^e
Lames	7 415	8 056	9 696	10 764	11 623	12 356
Toile	4 790	4 957	5 156	5 362	5 550	5 716
Couvertures rigides	466	456	449	442	435	429
Total	12 671	13 919	15 301	16 568	17 608	18 501

e : données estimées

Marché des Pergolas en Aluminium avec Toiture en Lames en France, par Type de Mobilité des Lames.

	2015	2016	2017	2018	2019 ^e	2020 ^e
Orientables	6 340	7 341	8 416	9 397	10 170	10 836
Système manuel	837	918	1 010	1 081	1 119	1 138
Système motorisé	4 818	5 601	64 38	7 207	7 831	8 376
Système automatique	685	822	968	1 109	1 220	1 322
Fixes	667	680	708	710	721	717
Rétractables	408	485	572	657	732	803
Total	7 415	8 506	9 696	10 764	11 623	12 356

e : données estimées

Marché des Pergolas en Aluminium en France, par appui.

	2015	2016	2017	2018	2019 ^e	2020 ^e
Adossées	10 099	11 121	12 271	13 337	14 210	14 967
Autoportées	2 572	2 798	3 030	3 231	3 398	3 534
Total	12 671	13 919	15 301	16 568	17 608	18 501

e : données estimées

Marché des Pergolas en Aluminium en France, par Secteur Utilisateur.

	2015	2016	2017	2018	2019 ^e	2020 ^e
Résidentiel (particuliers)	8 147	8 881	9 701	10 438	11 022	11 508
Non-Résidentiel (professionnels)	4 524	5 038	5 600	6 130	6 586	6 993
Total	12 671	13 919	15 301	16 568	17 608	18 501

e : données estimées

Marché des Pergolas en Aluminium en France, par Installation.

	2015	2016	2017	2018	2019 ^e	2020 ^e
Posée	10 897	12 012	13 251	14 398	15 336	16 151
À monter soi même	1 774	1 907	2 050	2 170	2 272	2 350
Total	12 671	13 919	15 301	16 568	17 608	18 501

e : données estimées

Taille du parc à équiper.

Si les maisons individuelles comptent pour seulement 57 % du total des logements recensés, ce pourcentage s'élève à environ 75 % si on considère uniquement les logements occupés par leurs propriétaires (source : Filocom).

Pour l'instant très peu développé, le marché du remplacement est également amené à se développer dans les dix à quinze prochaines années. Effectivement, les pergolas installées au cours des six à sept dernières années arriveront en fin de vie. Il s'agira donc pour les fabricants de proposer des solutions attractives afin d'opérer le remplacement de ces structures.

Dépendance du marché vis-à-vis de la météo.

Le marché des pergolas est dépendant des conditions météo au printemps et en été. Les mois de mars, avril et mai sont notamment déterminants quant au niveau des ventes réalisées au cours de l'année, puisque c'est au cours de cette période que s'opère une grande part des réflexions/décisions d'achat. De manière générale, les particuliers s'équipent moins durant les beaux jours qu'en prévision des beaux jours.

Goûts architecturaux.

Le marché des pergolas repose pour beaucoup sur un effet de mode, avec un attrait des ménages pour cette solution différenciante à l'aspect moderne. Cependant, les modes passent et l'attrait actuel des pergolas peut être chamboulé dans les années à venir en cas de renouvellement insuffisant de l'offre proposée. Le marché de la pergola sera de plus en plus fragmenté au cours des prochaines années, entre d'un côté des produits haut de gamme recherchés pour leur esthétique moderne et leur usage (typiquement les pergolas bioclimatiques) et des produits artisanaux ou d'entrée de gamme recherchés pour leur esthétique classique et leur qualité en matière de protection solaire (les structures en bois et en fer forgé notamment). Cette dichotomie est très prégnante sur le marché et devrait se renforcer au cours de la période à venir avec des produits haut de gamme toujours plus qualitatifs (confort, automatisation, domotique, accessoires, esthétique) et des autres produits dans lesquels la dimension prix sera centrale (en lien avec la forte implantation des enseignes de grande distribution notamment).

Source : Marché des pergolas en France MSI Reports Sarl Mai 2016

Annexe 9 : La pergola Arlequin par Solisystème.



Jouez avec la lumière et les couleurs au gré de vos envies grâce à cette pergola !

Par un jeu de glissement simple, avec une baguette adaptée, vous pourrez **choisir une ou plusieurs zones d'ombre** et d'ensoleillement plus ou moins grandes. Un concept original, unique et novateur dans le domaine de la pergola.

Pergola modulable sur mesure pour aménager terrasse, abord de piscine, patio, et jardin. Elle est composée d'une structure porteuse en profilés d'aluminium thermo laqué, la couverture est réalisée avec des panneaux de couleur coulissants, composant un patchwork aux combinaisons infinies.

Caractéristiques :

- thermo-laquage label Qualicoat et Qualimarine ;
- garantie 10 ans sur l'aluminium de la structure et 3 ans sur les panneaux et pièces d'usure ;
- Label Origine France Garantie, attestant de la provenance et de la fabrication de nos produits ;
- une palette de plus de 500 couleurs vous est proposée pour la structure : 22 couleurs pour les panneaux et 19 coloris pour les panneaux toiles ;
- différents matériaux possibles pour les panneaux de couleurs ;
- entretien : nettoyage en entrée et sortie de saison avec un karcher basse pression ;
- délai de pose par un revendeur après livraison par Solisystème : entre 7 à 8 semaines ;
- possibilité de création sur-mesure – finition irréprochable ;
- prix en fonction de la surface de la pergola ;
- manœuvre manuelle avec possibilité d'options sur commande : spots et rubans leds, parois de verre, store latéral zip, chauffage, pilotage par télécommande ;
- concept unique et exclusif.

La pergola Arlequin réinvente le concept de couverture de terrasse avec ses panneaux de couleurs et cadres coulissants.

Unique et ludique, Arlequin revisite la pergola en offrant la possibilité d'une création instantanée. Il s'agit de cadres et de panneaux qui coulissent par un jeu de glissement simple avec une baguette adaptée. Vous pouvez choisir aisément une ou plusieurs zones d'ombre et d'ensoleillement plus ou moins grandes.

En regroupant les panneaux, l'ombre ne représente plus que la taille d'un de ces panneaux. À l'inverse quand tout est déployé, Arlequin protège de la pluie ou du soleil comme un toit.

D'après source interne - Solisystème

Annexe 10 : Plan de communication de Solisystème.

→ Cible B to B :

ACTIONS MÉDIA	ACTIONS HORS-MÉDIA
<p>● Relation presse. Présentation de la pergola via des magazines de référence sur le marché des fenêtres, portes, vérandas, stores et volets, de la protection solaire, des automatismes, des fermetures, etc.</p> <p>En France : <i>Echo de la baie, Technibaie, VMA, Verres et Protections, etc.</i></p>	<p>● Evènementiel. Présentation de la pergola sur des salons professionnels : → en France : <i>BATIMAT</i> (salon international des innovations pour le bâtiment et l'architecture) ; <i>EQUIPBAIE</i> (salon des spécialistes de la fenêtre, fermeture et protection solaire). → à l'export : <i>R&T</i> (salon mondial de la protection solaire).</p>
<p>● Internet. Référencement de la pergola via un site web spécialisé. En France : <i>BATIACTU</i> (1^{er} site d'information des professionnels du BTP)</p>	<p>● Promotion du produit. Réalisation de supports de communication pour présenter le produit ainsi que les caractéristiques techniques</p>

→ Cible B to C :

ACTIONS MÉDIA	ACTIONS HORS-MÉDIA
<p>● Relation presse. Présentation de la pergola via des magazines de référence sur l'aménagement extérieur, l'<i>outdoor</i>, etc.</p> <p>→ En France : <i>Extérieur Design, Déco Mag, Côté Ouest, etc.</i></p>	<p>● Les réseaux sociaux. Général. Présentation de la pergola Arlequin via des réalisations en les relayant sur le compte <i>Facebook</i> et <i>Google +</i>. Spécialisés. Valoriser la pergola Arlequin via des réseaux sociaux spécifiques comme <i>Houzz</i> et <i>Homify</i> (réseaux sociaux présentant des idées décors, astuces d'agencement, des professionnels de rénovation, construction de maison).</p>
<p>● Internet. Référencement de la pergola via le site web Solisystème.</p>	<p>● Promotion du produit. Réalisation de supports de communication pour présenter le produit ainsi que les caractéristiques techniques.</p>

D'après source interne – Solisystème

Annexe 11 : Logiciel 3D : « Innovation Commerciale » est au service de la Relation client.

Calcul automatique du devis.

Il est possible, une fois la réalisation du dessin terminée, d'imprimer automatiquement un devis reprenant les descriptifs et les produits des composants de la pergola chiffrée.

Impression automatique du document commercial.

Un dossier personnalisé peut-être édité, reprenant les vues de la réalisation, la mise en situation, vos données techniques relatives à la véranda ou encore vos conditions générales de ventes, en fonction du lieu de vente (domicile, agence, foire).

Mise en situation.

Innovation Commerciale vous permet non seulement de créer la pergola dont rêvent vos clients en 3D, mais vous pouvez également insérer le résultat obtenu sur la photo de leur maison pour en visualiser l'effet. En pouvant apposer des ombres et lumières, votre projet n'en sera que plus réaliste aux yeux de vos clients et donc plus vendeur.

De plus, il permet le chiffrage du projet, calculer la faisabilité technique ainsi que la création d'un dossier client. En finalité, il permet de simplifier la vente des commerciaux. Vos commerciaux n'auront donc plus à se soucier du montage de leur dossier. En effet, grâce à Innovation Commerciale qui se charge du chiffrage, de la faisabilité et du dossier client, ils pourront se concentrer sur leur unique objectif de signature.

Réalité augmentée : l'outil d'aide à la vente par excellence.

Au-delà du simple gadget expérientiel, la réalité augmentée est un véritable outil d'aide à la vente pour vos commerciaux. En pouvant observer sa pergola à 360° comme s'il y était, le rêve de votre client devient une réalité. Il sera plongé en immersion totale au cœur de sa pergola. En effet, à l'aide de notre application compatible avec notre casque de réalité virtuelle, il ne pourra qu'en être subjugué et convaincu par le projet.

Innovation Commerciale est au service de la relation client.

Moteur de rendu.

Vos réalisations vont devenir encore plus réalistes. Nous avons développé pour vous la possibilité de les soumettre à un moteur de rendu. Jeux de lumières, textures, lissages, le rêve de vos clients devient une réalité. Ils pourront se projeter sans difficultés et cela en une seule action.

Source : <https://www.leonard-solutions.com/contact/landing/>

Annexe 12 : Relevé d'informations sur le suivi opérationnel de l'activité d'Accords habitat

Source : les auteurs

Familles de produits	Chiffre d'affaires total réalisé en 2018	Chiffre d'affaires réalisé en 1 ^o trimestre 2018	Chiffre d'affaires réalisé en 2 ^o trimestre 2018	Chiffre d'affaires réalisé en 3 ^o trimestre 2018	Objectif chiffre d'affaires 2018	Objectif chiffre d'affaires en 1 ^o trimestre 2018	Objectif chiffre d'affaires en 2 ^o trimestre 2018	Objectif chiffre d'affaires en 3 ^o trimestre 2018	Marge réalisée en 2018	Objectif de marge en 2018
Pergolas	593 346	308 540	201 738	83 068	650 000	325 000	227 500	97 500	296 673	338 000
Produits complémentaires pergolas	52 650	27 905	16 848	7 898	58 344	29 172	20 420	8 752	29 484	32 089
Portes d'entrée	85 168	29 809	27 254	28 105	86 500	29 410	28 545	28 545	36 622	38 925
Fenêtres	108 870	44 637	37 016	27 218	109 600	43 840	38 360	27 400	47 903	49 320
Volets et stores	77 278	30 911	27 047	19 320	80 300	32 120	28 105	20 075	33 230	36 135
Portes de garage	20 112	7 039	6 436	6 637	22 600	7 910	7 232	7 458	8 648	10 170
Total	937 424	448 841	316 338	172 245	1 007 344	467 452	350 162	189 730	452 560	504 639

Annexe 13 : Suivi des résultats partiels de l'équipe commerciale chargée des clients particuliers.

Performances de l'équipe commerciale, ventes de pergolas aux particuliers		
Année 2018		
Équipe Commerciale	Monsieur André	Madame Brillant
Prospects	320	295
Rendez-vous obtenus	60	55
Devis proposés	18	24
Devis acceptés	10	12
Chiffre d'affaires (en euros)	290 698	355 298
Nombre de kilomètres parcourus (année 2018)	15 000	30 000
Département	Deux-Sèvres (79)	Charente (16)

Les ventes de pergolas aux professionnels ne sont pas prises en compte car elles nécessitent la participation de l'ensemble des salariés de la PME Accords Habitat, disposant de compétences technologiques et architecturales.

Madame Brillant et Monsieur André sont des attachés commerciaux à compétences équivalentes.

Source : les auteurs

Annexe 14 : le marché potentiel selon Accords Habitat.

« Dans le bâtiment, on peut s'accorder à le dire sans surprise : le marché de manière générale est très tendu, avec une situation économique peu favorable. Cependant le marché de la protection solaire se maintient et s'agrandit grâce à sa prise en compte dans la réglementation. Cette dernière entre dans le bilan énergétique global du bâtiment (RT2012) et nous ouvre ainsi le marché des architectes et des constructeurs.

Il existe également un effet de mode sur l'aménagement des terrasses afin de recevoir ses amis de manière plus conviviale et chaleureuse. Cela nous amène à réfléchir sur le nombre éventuel de clients que nous pourrions toucher sur nos secteurs ».

	DEUX-SÈVRES (79)	CHARENTE (16)	CHARENTE-MARITIME (17)
Nombre de propriétaires (résidence principale)	110 000	106 500	203 000
Possibilités d'installation	55 000	53 250	101 500
Nombre de clients potentiels	27 500	26 625	50 750
TOTAL de clients potentiels pour les trois départements : 104 875**			
Nombre de CHR*	805	833	2 579
Possibilités d'installation	402	416	1 290
Nombre de clients potentiels	201	208	645
TOTAL de clients potentiels pour les trois départements : 1 054**			

* CHR : Cafés, Hôtels, Restaurants.

** Données professionnelles modifiées.

- L'objectif de pénétration pour l'année 2019 est établi à 1 %.
- La conclusion d'un contrat nécessite en moyenne 3 visites. Ces visites sont réalisées à partir des contacts commerciaux établis lors des salons et foires d'exposition.
- L'emploi du temps des vendeurs est composé des éléments suivants :
 - 20 % du temps de travail est consacré au traitement de documents administratifs et aux réunions ;
 - 10 % du temps est consacré à la formation ;
 - 1 semaine de présence annuelle est consacrée aux salons professionnels.
- Les déplacements sont estimés à :
 - 15 000 km pour le 79 (Deux-Sèvres),
 - 30 000 km pour le 16 (Charente),
 - 35 000 km pour le 17 (Charente Maritime).

Le temps de déplacement moyen est de 70 km/h.

- Une visite dure en moyenne une heure.
- Les contrats de l'équipe commerciale sont établis sur la base d'une semaine de travail de 35 heures.
- Les salariés bénéficient de cinq semaines de congés payés par an, plus les jours de RTT (réduction du temps de travail), soit 1607 heures travaillées par an.

Source : interne

Annexe 15 : compte-rendu d'entretien prospect *Asia Resort Limited*.

- Produit : pergola « Démonstration ».
- Conditions de vente : offre DAP Shanghai Incoterms® édition 2010 (*Delivered At Place*).
- Modalités de paiement : à la livraison par virement Swift.
- Monnaie : USD.

Annexe 16 : Extrait des bases « Tarif » et « Logistique » Solisystème.

Pergola « Démonstration » :

- dimensions du colis (en mètre) : L 3,10 x l 0,80 x H 0,80 m ;
- poids : 250 Kg ;
- valeur : 5 000 EUR HT départ usine.

Acheminement : contrat annuel avec un commissionnaire de transport.

Détail des frais	Base de taxation	Devise	Minimum applicable	Prix
Frais au départ Le Havre				
Frais administratifs	Par connaissance	EUR		85
Douane export en temporaire		EUR		150
Enlèvement camion	Par envoi	EUR		170
Manutention terminal	Par unité payante *	EUR	22	16
Fret et surcharges Le Havre - Shanghai				
Taux de Fret assurance comprise	Par unité payante *	USD	30	30
Taxe fuel à faible teneur en soufre	Par unité payante *	USD	1	1
Frais à destination : Shanghai				
Frais administratifs	Par connaissance	CNY		775
Passage à quai, déchargement et livraison par camion	Par envoi	CNY		755
Douane import	Par envoi	CNY		585

*Unité payante : tonne ou volume à l'avantage du transporteur selon la règle 1 tonne = 1 m³.

Taux de change : CNY 1,0 = 0,14 EUR - USD 1,0 = 0,92 EUR

Source : interne Solisystème

Annexe 17 : SALONS R+T

Depuis plus de 50 ans, une fois tous les trois ans les entreprises présentent sur le salon R+T à Stuttgart – leader mondial des fermetures, portes/portails et de la protection solaire – leurs innovations et des solutions pour les thèmes essentiels de la branche. En tant que salon leader mondial, le R+T est à la fois rencontre de la branche, baromètre des tendances et plateforme d'innovation. 888 exposants de 41 pays attendent autour de 59 000 visiteurs sur une surface de 108 400 m².

Le salon annuel R + T qui se déroule à Shanghai du 27 Février au 1^{er} Mars 2019 est le salon leader en Asie de l'industrie des volets roulants, des portails et des systèmes de protection contre le soleil. Plus de 500 exposants attendent autour de 32 000 visiteurs professionnels de plus de 92 pays sur une surface de 50 000 m² pour leur présenter volets et stores, clôtures, stores et accessoires, commandes et contrôles fenêtres, équipements de sécurité, auvents, stores vénitiens, protection solaire, textiles techniques, portails, portes, etc.

PROVENANCE DES VISITEURS (en pourcentage/nombre total de visiteurs).

	Stuttgart		Shanghai
Amérique du Nord	4 %	Chine	70 %
Amérique du Sud	3 %	Répartition hors Chine	30 %
Europe	79 %	Dont Amérique du Nord	12 %
Océanie	4 %	Dont Amérique du Sud	5 %
Asie du Sud	6 %	Dont Europe	22 %
Proche-Moyen Orient	4 %	Dont Océanie	11 %
		Dont Asie (hors Chine)	50 %

Visiteurs Shanghai

	Pourcentage du nombre de visiteurs
Agents commerciaux	20,6 %
Fabricants de produits finis	13,8 %
Importateurs et exportateurs	12,2 %
Distributeurs/grossistes	10,8 %
Distributeurs de produits finis	8,2 %
Fabricants de produits semi-finis	6,7 %
Revendeurs	6 %
Autres	9,2 %

Intérêt des visiteurs (enquête – choix multiple).

	Pourcentage (%)
Stores	33 %
Protection solaire intérieure	37 %
Fenêtres	26 %
Portes fenêtres, volets	41 %
Textiles techniques	11 %
Protection solaire extérieure : stores, tentes, pergolas	19 %
Systèmes d'automatisation et de contrôle	21 %

Satisfaction visiteurs : 91 % notent le salon « bien » ou « très bien », 98 % prévoient de revenir l'année suivante, 94 % passent plus d'une journée sur le salon.

Satisfaction exposants : 80 % approuvent la qualité des visiteurs, 89 % sont satisfaits de la qualité du salon

Source : revues de presse Salons R+T 2018 (Stuttgart 27/02-03/03-Asia Shanghai 20-22/03)

Annexe 18 : offre d'assurance prospection Bpifrance.

Proposée par Bpifrance Assurance Export qui assure, au nom de l'État et sous son contrôle, l'activité export des PME (dont le chiffre d'affaires est inférieur à 500 millions d'euros).

L'assurance Prospection c'est quoi ?

L'assurance Prospection prend en charge une partie des frais générés par les démarches de prospection des marchés étrangers, sous forme d'une avance dont la plus grande partie n'est remboursée qu'en cas de succès de la prospection, caractérisée par la réalisation d'un chiffre d'affaires export dans les pays visés par le projet de prospection.

Le projet s'articule en 3 périodes :

- une période de prospection (de 2 ou 3 ans) ;
- une période de franchise (2 ans) ;
- une période de remboursement (de 3 ou 4 ans).

Quel est son montant ?

L'assurance prospection couvre les projets de prospection d'un budget minimum de 30 000 euros.

L'avance versée est de 65 % du montant des dépenses de prospection éligibles.

Quelles sont les dépenses couvertes ?

Déplacements et séjours à l'étranger, foires, salons, missions collectives, dépenses marketing, études de marché, etc.

Quand l'avance sera-t-elle versée ?

L'avance est versée en deux tranches : une première de 50 % à la signature du contrat, le solde versé 12 mois après le démarrage de la prospection et au plus tard au terme de la période de prospection (2 ou 3 ans).

Quel est le montant de la prime ?

Une prime unique de 3 % est soustraite au versement de la première avance.

Quelles sont les modalités de remboursement ?

À l'issue des périodes de prospection (2 ou 3 ans) et de franchise (2 ans) l'entreprise doit s'acquitter :

- dans l'année qui suit la période de franchise : du remboursement forfaitaire minimum (égal à 30 % de l'avance, versé par trimestres) ;
- puis sur les 2 ou 3 années suivantes : de trimestrialités dont le montant est fonction du chiffre d'affaires export réalisé.

Source - d'après site internet Bpifrance - Octobre 2018

Annexe 19 : Simulation d'assurance - prospection Asie réalisée par Bpifrance pour l'entreprise Solisystème.

Chiffres d'affaires export prévisionnel sur la zone Asie :

- année 1 : 0 euros ;
- année 2 : 40 000 euros ;
- année 3 : 100 000 euros ;
- année 4 : 200 000 euros.

Dépenses totales à engager pour la période de prospection (2 ans) : 50 000 euros.

Avance totale (65 % des dépenses totales) de 32 500 euros :

- 1^e versement d'avance en début de période de prospection : 15 762,5 euros (prime déduite) ;
- 2^e versement d'avance : 16 250 euros (versement possible à partir de 12 mois après le début de la prospection).

Remboursement à l'issue des 4 ans (durée de la prospection plus durée de la franchise) :

- 9 750 Euros (30 % de l'avance) versés en 4 trimestrialités au début de la période de remboursement quel que soit le chiffre d'affaires export réalisé ;
- plus 8 ou 12 trimestrialités dont la somme est fonction du chiffre d'affaires export réalisé sur la zone assurée pendant la période des 4 ans.

Chiffre d'affaires	Inférieur ou égal à 97 500 euros	Supérieur à 97 500 euros et inférieur à 325 000 euros	Supérieur ou égal à 325 000 euros
Montant total à rembourser	Aucun remboursement complémentaire	De 0 à 22 750 euros	22 750 euros

Source : interne