

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

Session 2025

MÉTIRS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B :

Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

SUJET

Le dossier comporte 31 pages numérotées 1/31 à 31/31.
Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Durée Totale de l'Épreuve: 04H30

Temps de préparation : 4 heures

Prestation : 30 minutes
(20 minutes d'exposé et 10 minutes d'entretien)

L'usage de calculatrice est autorisé.

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collègue » est autorisé.

L'usage du dictionnaire est interdit

NB : ce sujet s'inspire d'un contexte professionnel réel. Certaines données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIRS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 1 sur 31

CONSIGNES AUX CANDIDATS DE L'ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

L'épreuve pratique orale se déroule en **trois phases** :

1. la préparation d'une durée de 4h ;
2. la prestation orale d'une durée de 20 minutes maximum ;
3. l'entretien avec le jury d'une durée de 10 minutes maximum ;

PHASE 1 : LA PRÉPARATION (4 heures)

Cette première phase de préparation vise à vous permettre de :

- prendre connaissance de la situation proposée, du travail à mener et de l'ensemble de la documentation papier et multimédia fourni ;
- rechercher et exploiter les informations ;
- sélectionner et concevoir les documents et supports utiles à votre présentation. **Vous utiliserez l'outil numérique de votre choix au sein de la suite Microsoft Office ;**
- préparer une **présentation dynamique et professionnelle** d'une durée de 20 minutes maximum. Vous pouvez, lors de votre prestation, utiliser l'ensemble des supports qui vous ont été fournis (documentation papier...).

Pour mener à bien votre mission, vous disposez de :

- ❖ un ordinateur équipé des logiciels de bureautique et d'un accès internet ;
- ❖ un dossier professionnel composé des éléments suivants :
 - o le sujet de l'épreuve orale en version papier ;
 - o le sujet de l'épreuve orale en version numérique (sur la **clé USB**), comprenant toutes les ressources documentaires, audios et vidéos ;
- ❖ **La clé USB pour enregistrer votre présentation numérique et l'ensemble de vos créations.**

PHASE 2 : LA PRESTATION ORALE (20 minutes)

La prestation orale vise à vous permettre de :

- présenter oralement votre proposition ;
- appuyer votre **présentation par des supports multimédias** (diaporama, vidéos, etc...), ceux proposés en l'état, modifiés, ou élaborés par vos soins à partir des logiciels fournis ;
- effectuer votre présentation à l'aide d'un ordinateur portable ainsi qu'un vidéoprojecteur. Vous devez apprécier le temps nécessaire à cette présentation, en l'intégrant de façon opportune à votre prestation pour ne pas dépasser la durée maximale de 20 minutes.

PHASE 3 : L'ENTRETIEN AVEC LE JURY (10 minutes)

Cet entretien avec le jury vise à :

- analyser et évaluer la prestation que vous venez de réaliser ;
- répondre à des demandes de précision de la part du jury.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 2 sur 31

SOMMAIRE

Mise en situation professionnelle	P 4
Votre plan d'action	P 5 - 6
RESSOURCE 1 : le concept H2O at Home	P 7
RESSOURCE 2 : les univers produits H2O at Home	P 8
RESSOURCE 3 : nos associations partenaires	P 8
RESSOURCE 4 : nos engagements avec nos partenaires	P 8
RESSOURCE 5 : présentation de la « Journée Mondiale de l'Océan »	P 9
RESSOURCE 6 : les consignes de Céline Laroche	P 9
RESSOURCE 7 : recommandations pour la charte graphique H2O at Home	P 9 - 10
RESSOURCE 8 : les visuels d'H2O at Home	P 10
RESSOURCE 9 : résultats de l'enquête sur les habitudes de consommation des produits d'entretien écologiques	P 11
RESSOURCE 10 : tendances de consommation de la clientèle « BOBO* »	P 12
RESSOURCE 11 : fiche produit de la nouvelle lessive solide	P 13 - 19
RESSOURCE 12 : vidéo de démonstration de la nouvelle lessive solide	P 20
RESSOURCE 13 : fiche produit de la crème d'argile	P 21 - 24
RESSOURCE 14 : vidéo de démonstration de la crème d'argile	P 25
RESSOURCE 15 : les objections des prospects	P 25
RESSOURCE 16 : une technique de prospection innovante et ludique – le parrainage	P 26 - 27
RESSOURCE 17 : notre manifeste	P 28
RESSOURCE 18 : extrait des lieux éco-responsables à Paris	P 29
RESSOURCE 19 : les week-end « BOBO »	P 30
RESSOURCE 20 : les objectifs du challenge "Les Estivales"	P 31
RESSOURCE 21 : tableau de bord – KPI commerciaux semaine 23	P 31

Toutes les ressources de ce dossier sont également disponibles sur la clé USB



* BOBO : contraction de «bourgeois-bohème», ce terme désigne une catégorie socioprofessionnelle de personnes aisées habitants les grands villes et sensibilisées à l'écologie.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 3 sur 31

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE



La société H2O at Home est spécialisée dans la conception, la production et la commercialisation de produits d'entretien ménager écologiques, économiques et ergonomiques. Depuis plus de 25 ans, la microfibre figure parmi ses produits phares. La vente à domicile constitue son unique mode de distribution, ce qui lui permet d'être présente au niveau national et international. Son réseau de conseillers¹, de coachs² et de leaders³ lui garantit un maillage territorial étendu. Afin de diffuser sa politique commerciale et de renforcer la cohésion de ses équipes, H2O at Home organise deux **événements majeurs** chaque année :

❖ **les Hivernales** (exclusivement réservés aux coachs et leaders) :

Événement annuel, qui se déroule au mois de mars, dont l'objectif est de présenter et d'approfondir les techniques de commercialisation ainsi que le plan de formation des produits spécifiques.

❖ **les Estivales** :

événement annuel, qui se déroule les 26 et 27 juin cette année, dont l'objectif est de présenter la nouvelle collection aux conseillers, partager les résultats semestriels et mettre à l'honneur les commerciaux qui incarnent le mieux les valeurs RESPIRE de l'entreprise (Responsable, Enthousiaste, Simple, Persévérant, Innovant, Respectueux, Esprit de corps).

VOTRE MISSION

Dans le cadre des « **Estivales** », Céline Laroche, votre leader, envisage de mobiliser tous les coachs et leurs conseillers autour d'un challenge commercial qui récompensera l'équipe la plus performante.

Votre objectif en tant que coach est de concentrer vos efforts sur le développement de la clientèle en zone urbaine et plus particulièrement à Paris.

Nous sommes le 5 juin, Céline Laroche vous demande de mettre en place un plan d'action concret pour développer votre portefeuille clients en mettant à profit « la Journée Mondiale de l'Océan » qui se déroulera le 8 juin. À cette occasion, elle souhaite que vous organisiez une action de prospection dans le but de promouvoir les valeurs d'H2O at Home et d'animer des ateliers de démonstration.

¹ Conseiller : a pour mission de vendre les produits, fidéliser les clients et parrainer les futurs conseillers.

² Coach : a pour mission de diriger et accompagner son équipe de conseillers.

³ Leader : a pour mission de superviser et accompagner son équipe de coachs.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 4 sur 31

VOTRE PLAN D'ACTION



À l'occasion de la « Journée Mondiale de l'Océan » qui aura lieu le 8 juin au port de la Villette à Paris, nous souhaitons mettre en lumière notre action de partenariat avec l'association Échos d'Océans. Cette initiative nous permettra de promouvoir nos valeurs et notre concept 3E.

1. Réaliser une **présentation vidéo** du partenariat, mettant en avant les valeurs de l'entreprise, destinée aux prospects qui participeront à la « Journée Mondiale de l'Océan ».
(Une salle d'enregistrement est à votre disposition sur demande)
2. Concevoir une **enquête en ligne** (à partir du logiciel de votre choix) sur les habitudes de consommation des produits d'entretien écologiques, qui sera administrée aux participants lors de cette journée.
(Vous disposez d'un accès à Canva sur votre ordinateur)
3. Élaborer un **support de communication** valorisant le partenariat avec Échos d'Océans. Votre support sera diffusé sur le canal de communication de votre choix lors de cette journée et permettra aux participants d'accéder au questionnaire en ligne.



Nous avons reçu les résultats de l'enquête en ligne. Je vous invite à les exploiter afin d'organiser notre opération commerciale et renforcer l'accompagnement des conseillers pour les préparer au mieux à notre challenge.

4. Analyser les **résultats** de l'enquête.
5. Dresser le **profil type** du prospect correspondant à notre nouvelle cible « BOBO⁴ ».
6. Identifier leurs **mobiles d'achat**.
7. Élaborer un **kit commercial** destiné aux conseillers comprenant :
 - Un **argumentaire complet** sur la nouvelle lessive solide et la crème d'argile ;
 - Le traitement des principales **objections** ;
8. Concevoir une **présentation attractive** (de votre choix) du kit commercial, dans laquelle vous présenterez les objectifs et la technique de parrainage aux conseillers.

⁴ BOBO : contraction de « bourgeois-bohème », ce terme désigne une catégorie socioprofessionnelle de personnes aisées habitants les grands villes et sensibilisées à l'écologie.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 5 sur 31



Afin de fédérer votre équipe de conseillers autour du challenge commercial « les Estivales », veuillez à concentrer vos efforts sur notre nouvelle cible de clientèle urbaine.

9. Analyser les **écarts de performance** et définir les **objectifs à atteindre** par votre équipe, en vous appuyant sur les objectifs commerciaux fixés par l'entreprise dans le cadre du challenge.
10. Proposer **une nouvelle action de prospection et un lieu adaptés** à la cible afin d'optimiser vos performances commerciales et développer votre portefeuille de clients urbains.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 6 sur 31

RESSOURCE 1 : LE CONCEPT H2O AT HOME

Des produits plus Écologiques, Économiques, et Ergonomiques.

Créée en 1998, **H₂O at Home** est une société de vente à domicile des Hauts-de-France engagée depuis plus de 25 ans, dans une démarche de consommation plus responsable et humaine. Incarnée par un engagement RSE et des valeurs fortes, elle ne cesse d'innover pour se développer autour d'un objectif commun :

Consommer moins, consommer mieux

Tout a commencé le jour où son fondateur, **Guillaume Leymonerie**, a révolutionné le ménage en s'appuyant sur les pouvoirs incroyables de la microfibre : il commercialise la première Chiffonnette en microfibre de haute qualité. Une idée transposée du milieu automobile, pour transformer la corvée du ménage et la rendre plus simple, rapide et efficace avec des produits de qualité professionnelle mis à la disposition des particuliers. Capable de nettoyer en profondeur, ce textile ultra-performant et durable permet d'effectuer **90 % des tâches ménagères avec juste un peu d'eau !**

Un pari gagnant pour l'entrepreneur : cette matière fait sa révolution et s'installe dans le quotidien de 971 000 foyers en France et en Belgique. En 2007, il crée alors le **groupe 3E Concept** : dont l'ensemble des marques et activités complémentaires (H₂O at Home, Decitex, Sodipro, Genesis Lab, Campus de formation, Onoraterra) créent des produits plus **Écologiques, Économiques, et Ergonomiques**.

Une promesse très forte qui vient confirmer les valeurs d'un **fondateur engagé** dans la préservation de l'environnement depuis plus de vingt-cinq ans maintenant.



Nos produits sont simples et fonctionnent incroyablement bien.

Tous les produits sont élaborés selon LE CONCEPT 3E.



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 7 sur 31

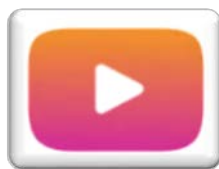
RESSOURCE 2 : LES UNIVERS PRODUITS H2O AT HOME (vidéo)

<https://urls.fr/-U2YxO>



RESSOURCE 3 : NOS ASSOCIATIONS PARTENAIRES (vidéo)

<https://urls.fr/3iRDHq>



RESSOURCE 4 : NOS ENGAGEMENTS AVEC NOS PARTENAIRES

Les associations partenaires d'H2O at Home



coral échos
GUARDIAN d'océans



Dans le cadre de sa démarche RSE, 0,55 % de son chiffre d'affaires est reversé à 3 associations : Cœur de Forêt, Coral Guardian et Échos d'Océans.

Coral Guardian, Cœur de Forêt & Échos d'Océans, c'est l'histoire d'une belle rencontre entre un homme porté par ses valeurs, Guillaume Leymonerie, fondateur d'H2O at Home, et de magnifiques projets qui œuvrent pour une planète plus bleue et plus verte. H2O at Home s'est orientée vers ces associations pour atténuer l'impact environnemental qu'engendre son activité.

- **Lutter contre la déforestation avec Cœur de Forêt depuis 2009**

Créée en 2005, cette association française s'engage pour la préservation des forêts en France et à l'international, elle lutte contre la déforestation. Elle met en place des actions concrètes de reforestation, de sensibilisation et de développement économique en donnant aux producteurs et aux populations locales le pouvoir d'agir et de préserver des écosystèmes sains et durables.

- **Restaurer les récifs coralliens avec Coral Guardian depuis 2017**

Coral Guardian est une association fondée en 2012 qui a pour but de créer un climat favorable pour les coraux en protégeant, dépolluant et restaurant avec les communautés locales des sites qui ont été endommagés par l'activité humaine. Ils développent aussi des outils de sensibilisation locaux destinés aux enfants et aux adultes, ainsi qu'aux touristes et aux capitaines de bateaux.

- **Nettoyer les océans avec Échos d'Océans depuis 2023**

Échos d'Océans est une jeune association qui œuvre de Marseille à Menton en passant par la Corse, pour lutter contre la pollution aux déchets plastiques du littoral provençal et méditerranéen. Échos d'Océans agit sur les littoraux français et utilise des outils de dépollution (robots ou drones par exemple) et a pour objectif de sensibiliser le public avec ses propres outils pédagogiques et ses experts.

En 2023, H2O at Home officialise son engagement avec Échos d'Océans à l'occasion du World Clean Up Day, et organise deux actions dans le sud de la France afin de ramasser le plus de déchets sur le port de Marseille.



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 8 sur 31

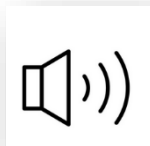
RESSOURCE 5 : PRÉSENTATION DE LA JOURNÉE MONDIALE DE L'OCÉAN (vidéo)

<https://urls.fr/ndaNVk>



RESSOURCE 6 : LES CONSIGNES DE CÉLINE LAROCHE (audio)

<https://urls.fr/8Li3R0>



RESSOURCE 7 : RECOMMANDATIONS POUR LA CHARTE GRAPHIQUE H2O at HOME



**LES SIGNIFICATIONS
DU LOGO**

LA SILHOUETTE DE LA DAME REPRÉSENTE PLUSIEURS CHOSES :

- La Conseillère / le Conseiller
- Le métier de Conseillère / Conseiller
- H₂O at Home place l'humain au cœur de ses réflexions, de ses priorités alors c'était déjà tout trouvé 😊

POUR PLUS DE DÉTAILS...

LA POSITION ASSISE DE LA SILHOUETTE
Elle symbolise la stabilité.
Un métier simple avec accompagnement, suivi & formation.

LA REPRÉSENTATION DU YIN & DU YANG
Représente l'interaction, entre la Conseillère (le Conseiller) et H₂O at Home, entre la Conseillère (le Conseiller) et ses Hôtes(ses) & Client(e)s

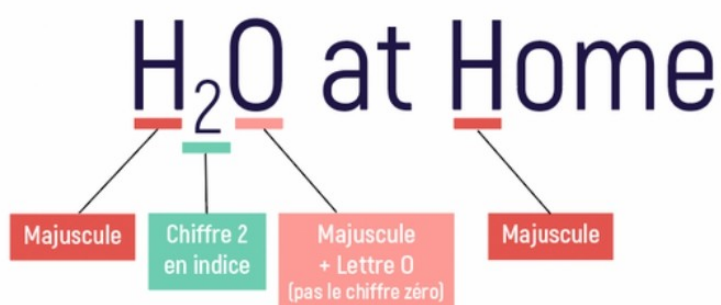
LES MAINS TENDUES
Symbolisent le partage, la transmission, la présentation et l'argumentation des produits.

LES 3 GOUTTES
Représentent le système 3E : Économie / Ergonomie / Écologie ; mais aussi le nettoyage à l'eau.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 9 sur 31



ÉCRITURE DU NOM DE LA MARQUE DANS LES TEXTES



Dérogation sur Canva, car le logiciel ne le permet pas.

RESSOURCE 8 : LES VISUELS D'H2O at HOME



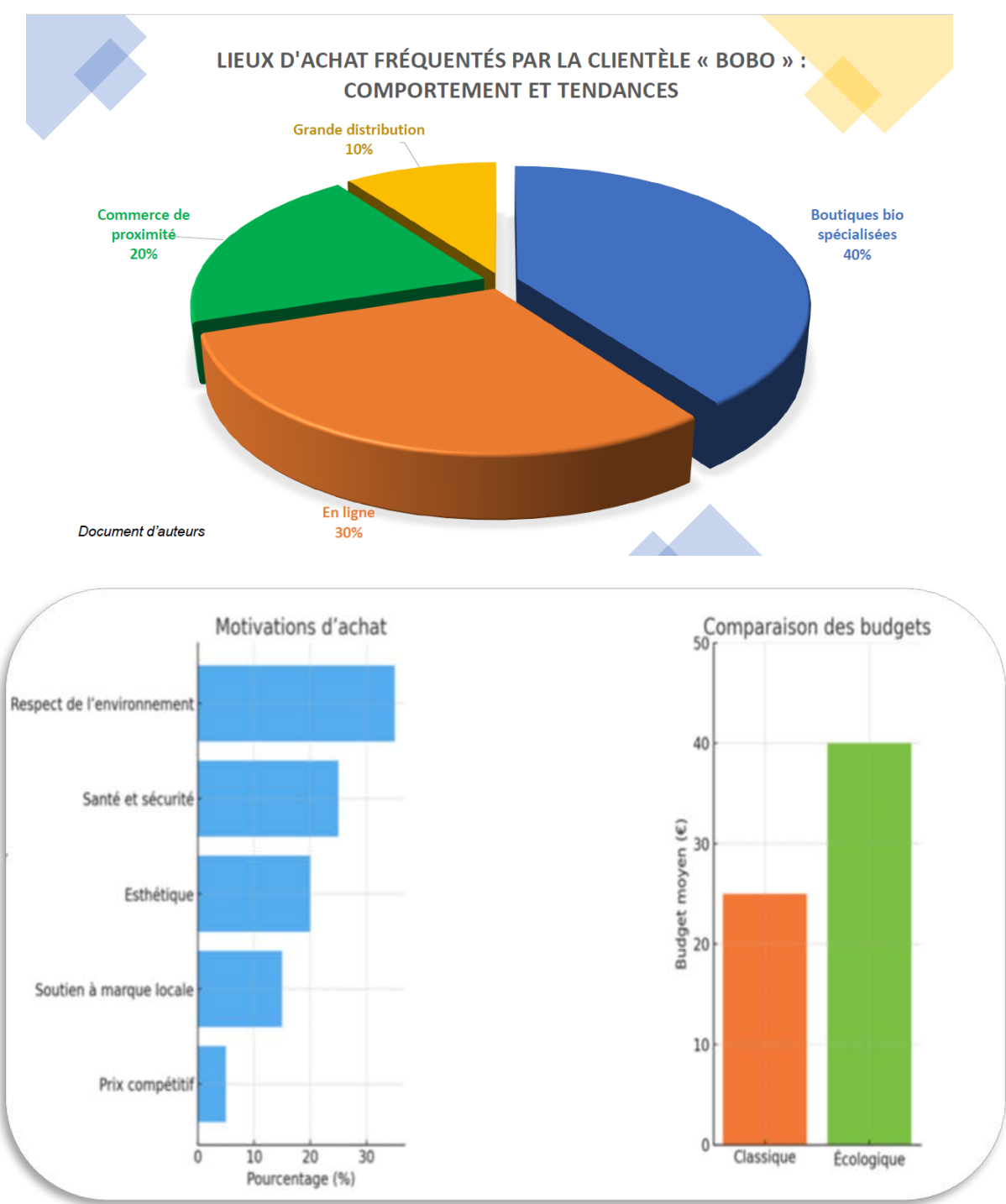
CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 10 sur 31

RESSOURCE 9 : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES PRODUITS D'ENTRETIEN ÉCOLOGIQUES

Coordonnées des prospects					Habitudes de consommation			Motivations d'achat			Critères d'achat						Budget mensuel			Fréquence d'achat mensuelle			Souhait de participer à un atelier de démonstration		Réseaux sociaux utilisés			
Nom	Prénom	Arrondissement	courriel	CSP	Régulièrement	Occasionnellement	Jamais	Préserver l'environnement	Protéger la santé	Réduire les déchets plastiques	Prix	Notoriété	Certification écologique	Odeur	Efficacité	Composition naturelle	< 20 €	entre 20 et 40 euros	> 40 euros	1 fois	2 fois	3 fois	Oui	Non				
ADAM	Juliette	75012	adamj@gmail.com	C	X			X		X			X	X	X			X			X		X		X			X
BOULIN	Julian	75018	Jboulin@free.fr	C	X			X		X	X		X		X	X			X	X			X				X	
CHAZAL	Claire	75012	cchaz@icloud.com	L	X			X	X	X	X		X		X	X			X		X			X				X
DEMBELE	Nouria	75012	demn@gmail.com	C		X			X		X			X					X		X		X		X	X	X	
EZATY	Victoire	75018	ezvic@gmail.com	C		X		X		X	X		X	X	X			X			X		X		X			X
FRITZ	Allan	75012	Frral@icloud.com	C	X						X	X	X					X			X		X		X		X	
GRAND	Eva	75018	evagrand@free.fr	L	X			X	X	X			X	X	X				X	X				X				X
HUART	Ryad	75012	Huartr@free.fr	C		X		X		X	X	X			X				X	X			X				X	
ISMAIN	Mael	75012	Mism@gmail.com	L			X		X		X						X			X				X		X	X	X
JOLAN	Lou	75012	Jolanlou@orange.fr	C		X		X	X		X		X		X	X			X	X			X		X			
KLEIN	Camille	75012	ckliman@free.com	R	X			X	X	X			X	X	X	X			X	X			X			X		
LIMAN	Louise	75012	Lliman@free.com	C		X		X	X				X		X	X		X			X		X		X		X	
MANI	Lili	75012	Manil@free.com	C	X			X	X	X	X		X	X	X	X		X				X	X		X			X
NOUAD	Abdoul	75018	Nouadab@free.fr	S			X		X		X	X						X				X	X					X
OUDI	Marc	75018	oudimarc@free.fr	S	X			X	X	X	X		X		X			X					X		X		X	
PIN	Anouk	75012	pini@orange.fr	C	X			X	X	X	X		X	X	X	X			X		X		X		X	X		X

C : cadre / S : salarié / L : profession libérale / R : retraité

RESSOURCE 10 : TENDANCES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE « BOBO »



RESSOURCE 11 : FICHE PRODUIT DE LA NOUVELLE LESSIVE SOLIDE



LESSIVE SOLIDE

LESSIVE SOLIDE SANS PARFUM, ULTRA-CONCENTRÉE ET PRATIQUE.



99% des ingrédients sont d'origine naturelle.

*Ultra-concentrée et minimaliste,
la juste dose pour un lavage
efficace.*

DESRIPTIF DU PRODUIT

LA JUSTE DOSE ... ULTRA CONCENTREE

Plus de 90% de matière active dans cette lessive pour une performance de nettoyage maximale à la juste dose dès 40°C. **Ultra concentrée** en agents lavants d'origine naturelle, elle est efficace sur **tous types de textiles** grâce à une combinaison de différentes familles de tensioactifs : équilibre ajusté entre tensioactifs anioniques (sulfates, savon) et non-ioniques (glucosides) et bicarbonate pour bien nettoyer les fibres naturelles et synthétiques. Sa formule, enrichie en actifs séquestrants biodégradables pour neutraliser les minéraux de l'eau et ainsi assurer un bon rinçage des textiles, rend cette lessive particulièrement adaptée à **l'entretien des cotons ou fibres synthétiques, notamment les textiles absorbants et la microfibre**, et favorise le maintien des couleurs.

PRATIQUE ET MINIMALISTE

Plus besoin de gobelet, ni de pompe, et adieu le gaspillage, il suffit de casser à la main le nombre de triangles adéquats pour obtenir la juste dose. La découpe est ultra facile grâce à la forme en pyramide des triangles.

Cette **simplicité d'utilisation** nous habitue vite à la nouvelle gestuelle solide en lessive : on place nos triangles prédécoupés dans un filet de lavage (seul ou avec la balle de lavage) et on place le filet directement dans le tambour.

Pour une touche de fraîcheur ou pour bénéficier des vertus assainissantes des HE à basse température, rien de plus simple : on imprègne un bout de tissu ou Carré Multi-usages de quelques gouttes de la Synergie Linge de son choix, et on le place également dans le filet avant lavage.

La taille des plaques de lessive représente un **faible encombrement** pour un gain de place dans la buanderie. La Lessive solide bénéficie d'une bonne conservation à l'air libre et simplifie ainsi son stockage, sous réserve de toujours bien veiller à la placer hors de portée des enfants !

MOINDRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

La formule contient 99% d'ingrédients d'origine naturelle, sans conservateur, ni tensioactifs éthoxylés. Sa biodégradabilité rapide et facile a été validée par un test OCDE 301F (<28 jours). Sa formulation neutre, **sans parfum, sans allergène et sans colorant**, peut répondre aux attentes des publics sensibles aux irritations ou sensibilisations.

D'un point de vue empreinte carbone et réduction des déchets, cette lessive ultra-concentrée permet de réduire drastiquement les kilos de détergent lessiviel transportés sur les routes chaque année, et son format solide permet de s'affranchir des flacons en plastique au profit des sachets recyclables en base papier. Elle **est efficace dès 40°C**, voire 30°C mais sur des cycles longs, pour favoriser une bonne dissolution des triangles solides.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 13 sur 31

Conseils d'utilisation

EN MACHINE :

Suivre les instructions de dosage après s'être renseigné sur la dureté de l'eau locale.

Trier le linge par couleur et respecter les indications de lavage indiquées sur chaque textile. Pour les synthétiques et tissus délicats, ne charger la machine qu'à 2/3 de sa capacité coton. Laver à part les articles de couleur qui risquent de déteindre. Ne pas laver les articles portant le symbole .

Il est conseillé de procéder à un traitement préalable de détachage en cas de tache :

- organique ou grasse avec le savon Netépur,
- oxydable avec l'Oxypur.

**CONSERVER HORS DE PORTÉE
DES ENFANTS. SE LAVER LES
MAINS APRÈS UTILISATION.**

EXEMPLE pour une machine de 4/6 kg

Utilisation de la Balle de Lavage / Linge normalement sale
Eau moyennement dure.



Préparer la dose de Lessive Solide correspondants à votre cycle de lavage (cf «DOSAGES» ci-contre).

→ Pour cet exemple = 2 triangles.



Placer les triangles,

+ la Balle de Lavage

dans un **Filet de Lavage**,



Fermer le filet et le placer dans le tambour de la machine,



Lancer votre programme habituel.

Température minimale 40°C

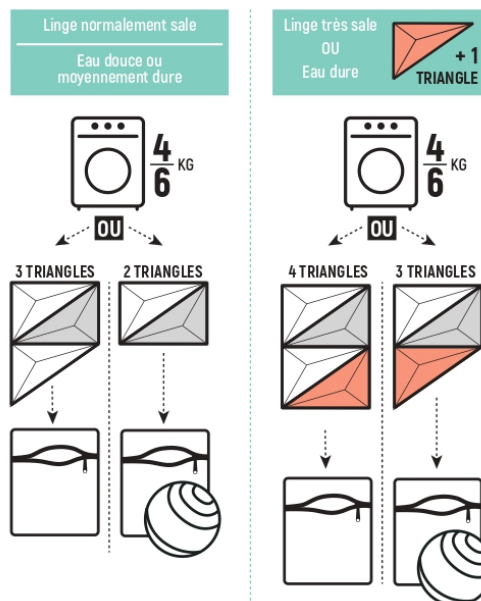
Éviter les cycles courts (< 1H30).

Le Filet de Lavage est indispensable pour éviter que les triangles de lessive :

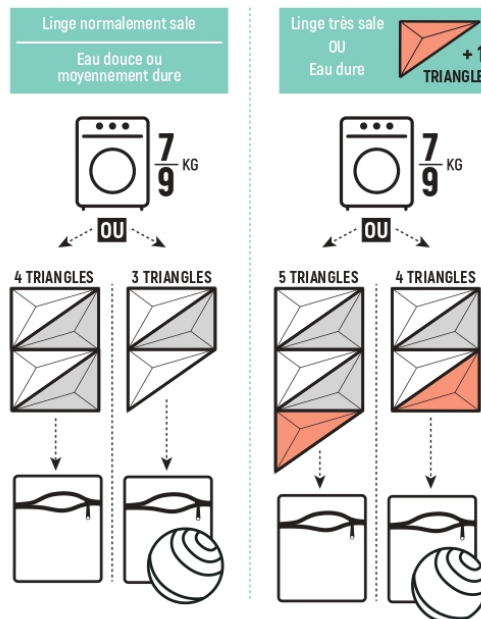
- ne soient en contact direct avec les textiles,
- se collent sur la vitre du hublot ou se coincent dans le joint.

DOSAGES :

Pour une machine de 4 à 6 kg : soit env. 4,5 kg de textiles secs.



Pour une machine de 7 à 9 kg : soit env. 7,5 kg de textiles secs.



**CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS
MÉTIER DU COMMERCE ET DE LA VENTE**

OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Durée : 04h30

ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

Session 2025

SUJET

25-CGM-MCVB-P

Page 14 sur 31

Précision sur les programmes avec fonction prélavage :

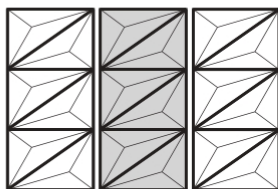
Placée à l'intérieur du tambour, une partie de la lessive solide risque d'être consommée au premier rinçage après la phase de trempage. **Pensez à ajouter un autre détergent lessiviel** (ex : Oxyapur) dans le compartiment destiné à la fonction lavage pour compléter le nettoyage pendant le reste du cycle.

CONSEIL POUR CASSER LES PLAQUES DE LESSIVE :

Casser les plaques ou les prédécouper au couteau pour encore plus de précision.

ÉTAPE 1 : DÉCOUPER 3 BARRES

Dans la largeur de la plaque pour faciliter la découpe.

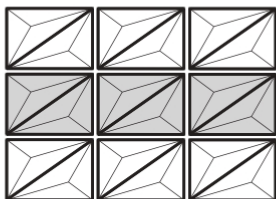
**ÉTAPE 2 : DÉCOUPER LES TRIANGLES**

en fonction du cycle de lavage.

2 TRIANGLES

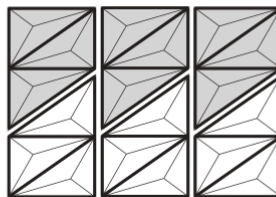
Nombre de doses :

- 2 plaques = 18 doses
- 4 plaques = 36 doses

**3 TRIANGLES**

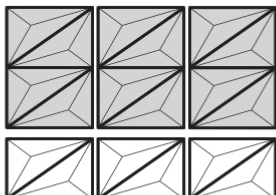
Nombre de doses :

- 2 plaques = 12 doses
- 4 plaques = 24 doses

**4 TRIANGLES**

Nombre de doses :

- 2 plaques = 9 doses
- 4 plaques = 18 doses

**IDÉE DE DÉMONSTRATION**

- Montrer la plaque de Lessive Solide est faire deviner le produit.
En répondant, insister sur l'aspect sécuritaire **pour éviter les accidents domestiques**.
- Expliquer l'intérêt de la Lessive solide pour l'environnement (bilan carbone optimal), ainsi que le gain de place que cela apporte.
- Expliquer la méthode de cassage des plaques (d'abord les barres en largeur puis celle pour les dosages de 2, 3 ou 4 triangles).
→ Présenter une plaque entière et les différentes découpes de dosage (2, 3 et 4 triangles). Préciser que les plus pointilleuses peuvent les prédécouper au couteau.
- Expliquer l'importance du Filet de Lavage.
- Préciser le coût par cycle de lavage par rapport à nos autres lessives (liquide et poudre).
- Faire témoigner l'Hôtesse si celle-ci utilise déjà la Lessive Solide et en est convaincue. Sinon, il est possible de lui laisser un échantillon lors de la préparation Hôtesse pour lui faire découvrir.
- Sensibiliser sur l'intérêt de connaître la dureté de son eau.
- Mots clés : **bilan carbone optimal / biodégradable / concentrée / minimaliste**
- Compléter cette présentation avec celle de la Balle de Lavage et les Synergies Linge.

NE PAS UTILISER SUR...

- des textiles nécessitant un nettoyage à sec.
- des textiles délicats nécessitant un nettoyage à très basse température avec cycle court exemple : lainage, soie.

LES BONSTUYAUX À PARTAGER

La Lessive Solide peut-être stockée dans son sachet après ouverture, il suffit de le refermer avec une pince à linge.

Si vous optez pour un pot ou une boîte, bien veiller à garder l'identification du produit (concentré, dangereux, pour retrouver le numéro de lot), le mieux étant de conserver l'emballage.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIER DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 15 sur 31



ZOOM SUR...

l'utilisation de la Lessive Solide sans parfum

En plus de convenir aux personnes :

- ne cherchant pas de senteur particulière,
- sensibles ou allergiques aux parfums, aux huiles essentielles,
- sujettes aux réactions cutanées (bébé, eczéma, psoriasis),

elle offre également la possibilité de personnaliser sa lessive à la carte, en fonction des envies ou des besoins, grâce aux Synergies Linge H₂O at Home ⁽¹⁾.

Parce que le parfum n'est pas nécessaire à chaque fois pour les vêtements peu sales du quotidien, une lessive neutre est souvent suffisante.

Par contre, un coup de pouce des huiles essentielles est le bienvenu de temps en temps pour profiter des vertus assainissantes des huiles essentielles au moment du lavage. C'est pourquoi la Lessive Solide peut être associée aux Synergies Linge H₂O at Home pour offrir le plaisir de pouvoir personnaliser l'entretien du linge au gré des envies ou des besoins.

Parfumer son linge **OCCASIONNELLEMENT** ou pour **TRAITER** un besoin.

- **Pour un linge frais dès l'ouverture de la machine :**
Les fragrances des huiles essentielles se nichent au cœur des fibres textiles, pour procurer la touche plaisir à l'ouverture de la machine.
- **Pour se débarrasser des odeurs de transpiration ou lutter contre les infections du quotidiens** (mycoses, épisode épidémique, acariens).
- **Pour compenser les inconvénients des cycles à basse température :** les HE vont aussi contribuer à lutter contre le développement des moisissures et odeurs dans les tambours.

⁽¹⁾ **CONSULTER LES FICHES TECHNIQUES DES SYNERGIES LINGE AINSI QUE LE DOSSIER DE FORMATION « SOIN DU LINGE »**

PERSONNALISATION DE LA LESSIVE AVEC LES SYNERGIES LINGE :



Imprégner un bout de tissu ou un Carré Multi-usages de quelques gouttes de synergies (à choisir en fonction des envies et des besoins) ⁽¹⁾.



Préparer la dose de Lessive Solide correspondant à votre cycle de lavage (cf «DOSAGES» page 2).



Placer le bout de tissu ou Carré Multi-usages imprégné
+
les triangles de lessive
+
la Balle de Lavage (en option)
dans un Filet de Lavage,

Fermer le filet et le placer dans le tambour de la machine,

Lancer votre programme habituel.
(Mini 40°C - éviter les cycles < 1H30).

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 16 sur 31

**PRODUIT FABRIQUÉ EN FRANCE**

Production interne groupe Sodipro.

POIDS/CONTENANCE :**1 PLAQUE :**

Taille = 6,8 x 9,6 cm

Nombre de triangles = 18

(soit 6 lessives de 4 à 6 kg ou 8 avec la Balle de Lavage).

1 BARRE :

Taille = 3,2 x 6,8 cm

Nombre de triangles = 6

(soit 2 lessives de 4 à 6 kg ou 3 avec la Balle de Lavage).

1 TRIANGLE : env. 3,5 g.**2 formats de vente au catalogue :**

- 72 triangles : 4 plaques de 18 triangles (250 g)
- 36 triangles : 2 plaques de 18 triangles (125 g)

1 format pour les aides à la vente :

- 12 triangles : 2 barres de 6 triangles (40 g)

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES**LESSIVE :**

Sans parfum.

pH : 9.5 à 11.5 (dilué dans 1% d'eau).

Plaque de lessive solide blanc cassé à gris clair.

Conserver à l'abri de la chaleur et dans un endroit sec.

EMBALLAGE :

Sachet papier recyclable KBF/PE :

80% papier / 20% induction PE (barrière à l'humidité)

5,9 g pour le sachet version 250 g

3,8 g pour le sachet version 125 g

2 g pour le sachet version 40 g

Recyclable dans la filière papier.



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 17 sur 31

QUESTIONS FRÉQUENTES

QUE FAIRE EN CAS D'INGESTION ?

Il faut rincer la bouche et surtout ne pas faire vomir. En cas de besoin : appeler un médecin ou un centre antipoison.

Conseil d'expert toxicologue :

Les détergents sont irritants pour les muqueuses et peuvent provoquer des vomissements en cas d'ingestion. Le plus grand risque est la formation de mousse : en cas d'ingestion d'un détergent, il ne faut surtout pas boire ; la recommandation est de manger quelque chose de gras pour éviter la formation de mousse.

LES AVERTISSEMENTS RÉGLEMENTAIRES MENTIONNENT :

«NOCIF POUR LES ORGANISMES AQUATIQUES, ENTRAÎNE DES EFFETS NÉFASTES À LONG TERME» !

Cela veut dire que le produit pollue et représente un risque pour les poissons ?

Nous sommes obligés d'afficher ce classement réglementaire dès lors qu'une formule contient plus de 25% de sulfates, cependant la réglementation ne tient pas compte du fait que le produit soit liquide ou solide.

Hors, un liquide très très concentré peut présenter un risque s'il est directement ingéré ou en contact avec les organismes aquatiques.

Un solide, même s'il est jeté dans un milieu aquatique, ne pourra être en contact que s'il se dilue... mais dans ce cas, le produit n'est plus aussi concentré en sulfates, et donc plus concerné par cette phrase.

La réglementation «CLP» européenne considère tous les mélanges de substances de la même manière, sans tenir compte de leur réel usage ou format. C'est pourquoi nous avons bien précisé sur l'emballage : « avertissements réglementaires concernant la formule pure » - ce qui ne concerne donc pas l'usage réel de la Lessive Solide.

C'est aussi la raison pour laquelle les tests OCDE sont importants afin de vérifier la biodégradabilité du produit formulé mais en conditions réelles.

POURQUOI ON N'EST PAS À 100%. D'INGRÉDIENTS NATURELS ?

Comme pour le Netépur, nous avons ajouté du carboxyméthyl inulin, un séquestrant qui contient une part d'origine synthétique. Les séquestrants sont incontournables pour assurer une bonne détergence du linge (agent chélateur, qui neutralise la réaction avec les minéraux et les métaux et rend les agents lavants plus performants). C'est l'un des seuls séquestrants aujourd'hui autorisé par Ecocert car, bien qu'il contienne un % d'origine synthétique, il provient d'une base végétale et est facilement biodégradable.

POURQUOI N'EST-ELLE PAS CERTIFIÉE ECOCERT ?

Comme pour le Solide Vaisselle, on dépasse ici largement les 25% de sulfates limites pour éviter la mention H412 (Nocif pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme) étant donné qu'on est ultra-concentrés en matières actives.

En effet, la réglementation CLP tient compte de la formule pure, et non diluée à l'usage dans l'eau... Si les plaques de lessive étaient diluées dans un litre d'eau, la formule diluée ne serait pas classée**, mais vu qu'on veut proposer du pur actif sans eau, on est classé (sur la formule pure) donc on perd Ecocert qui exclut les formules classées H412.

C'est la raison pour laquelle tous les acteurs du marché solide sont soit 1/sans certification 2/en base savon, non classée H412 mais pas assez performant en vaisselle et encore moins en machine à laver

** alors que le risque pour l'environnement est moindre à l'état solide par nature !

- 1 / Pas de risque de fuite et moins de surface de contact direct avec la peau ou les plantes qu'un liquide éparpillé
- 2 / Ramassable
- 3 / Si une plaque de lessive atterrit accidentellement dans un environnement aquatique, la dissolution de la plaque de lessive sera très très lente dans l'eau froide, et sa biodégradabilité rapide est confirmée par un test OCDE.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 18 sur 31

QUESTIONS FRÉQUENTES

POURQUOI IL EST CONSEILLÉ DE FAIRE DES CYCLES À 40°C ET PAS À 30°C ?

En fonction des performances énergétiques, des capacités ou de la vétusté des lave-linge, on peut rencontrer un problème de dissolution des triangles à 30°C, souvent liés à des cycles trop rapides en basse température.

Par précaution, la température de 40°C est celle recommandée pour la Lessive Solide afin de garantir une bonne performance de lavage, ce qui n'empêche pas de conseiller de tester à 30°C en veillant à sélectionner des cycles d'une durée supérieure à 1h30.

(Test panel interne - été 2022 : 68% des testeurs satisfaits à 30°C sur cycles supérieurs à 1h).

LA LESSIVE SOLIDE PERMET-ELLE DE CONSERVER L'ÉCLAT DU BLANC ?

Elle contient des actifs séquestrants qui vont limiter le dépôt de voiles calcaires qui tendent à ternir les couleurs, ou griser les blancs. Mais comme elle est bien sûr formulée sans azurant optique, il est possible d'ajouter une dose d'Oxypur en additif si besoin pour maintenir ou restaurer l'éclat du blanc.

COMMENT CONNAÎTRE LA DURETÉ DE MON EAU ?

Vous pouvez :

- retrouver l'info sur votre facture d'eau,
- vous renseigner auprès de votre mairie,
- vous rendre sur ce site :

Pour la France :

<https://solidarites-sante.gouv.fr/sante-et-environnement/eaux/eau>

Pour la Belgique :

Flandre :

<http://www.aquaflanders.be/>

Wallonie :

<https://www.swde.be/fr/actualite/dans-votre-commune>

Bruxelles :

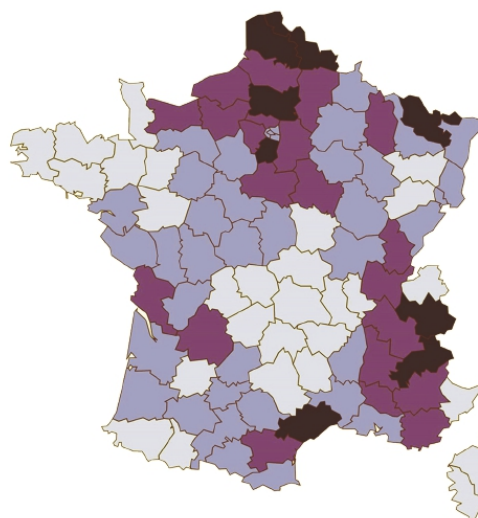
<http://www.vivaqua.be/fr/espace-clients/durete-et-composition-de-leau>

- faire un test avec un kit d'analyse du TH (Titre Hydrotimétrique) de l'eau. À savoir, de 0 à 8 °F l'eau est très douce, de 8 à 15 °F l'eau est douce, de 15 à 30 °F l'eau est moyennement dure et à plus de 30 °F l'eau est très dure.

CARTE DURETÉ DE L'EAU EN FRANCE :

Dureté faible / eau douce
 Dureté forte

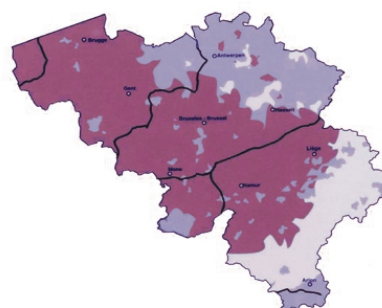
Dureté moyenne
 Dureté très forte



CARTE DURETÉ DE L'EAU EN BELGIQUE :

Dureté faible / eau douce
 Dureté forte

Dureté moyenne



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 19 sur 31

**RESSOURCE 12 : VIDÉO DE DÉMONSTRATION DE LA NOUVELLE LESSIVE SOLIDE
(vidéo)**

<https://urls.fr/J2gKF8>



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 20 sur 31

RESSOURCE 13 : FICHE PRODUIT DE LA CRÈME D'ARGILE



CRÈME D'ARGILE

UN SAVON TERRIBLEMENT COMPÉTENT

La Crème d'argile est un savon abrasif crémeux, puissant et diablement efficace qui nettoie à peu près tout.
La Crème d'argile remplace un demi milliard de produits de nettoyage.



100% des ingrédients sont d'origine naturelle.
16% des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique.

DESCRIPTIF DU PRODUIT

1 REMÈDE POUR 1000 PROBLÈMES : ÇA NETTOIE (PRESQUE) TOUT

Dédicace à tous ces flacons de produits ménagers devenus soudain inutiles.

Le produit pour la plaque vitrocéramique.

Le produit pour l'évier en inox.

La petite bombe toxique pour le four. Celui pour l'argenterie, les bijoux, l'étain, les inserts de cheminée, les fonds de casserole, la baignoire, les éviers, les semelles des baskets, les salons de jardin en PVC, les jantes de voiture, les joints de carrelage...

Tous terrassés par la Crème d'argile. Vous allez enfin avoir de la place pour ranger vos casseroles.

UNE RAYURE ? TSSS, JAMAIS !

Sa formule respecte vos surfaces, grâce à notre technique de fabrication hyper pointue. Nous sommes des ninjas de la saponification "in situ". On a trouvé le secret du juste équilibre entre notre base savon bio et notre argile bretonne super fine, pour obtenir une action abrasive douce et performante. Ninja !

C'EST 100% NATUREL ET ÇA SENT BON !

Sa liste d'ingrédients est minimaliste et sans substances toxiques. Elle est enrichie en huile végétale de coco bio qui offre une super protection anti-calcaire. Ajoutez à cela un zeste d'essence de citron, aux vertus assainissantes et au parfum frais : ça va vous changer des effluves de vinaigre et de bicarbonate.

Calcaire rebelle, salissures incrustées, tremblez. La voilà. Pierre d'argile, poudre d'argile, crème d'argile ? Bientôt, vous n'oublierez plus son nom : elle va devenir votre meilleure copine de nettoyage facile.

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 21 sur 31

Conseils d'utilisation

Mouiller l'éponge, **faire mousser** la Crème d'argile, **frotter**, **rincer** et **essuyer** avec notre Chiffonnette microfibre Gros Travaux ou notre Chiffonnette microfibre Absorption.

Après utilisation :

- bien laisser sécher la Crème d'argile,
- essorer l'éponge, la laisser sécher avant de la replacer dans le pot,
- nettoyer le pas de vis de la boîte et du couvercle à l'aide d'une microfibre avant de la refermer. Cela évitera l'accumulation de résidus de crème séchée pouvant gêner l'ouverture et la fermeture de la boîte.
- refermer le pot, une fois la Crème d'argile et l'éponge sont secs.

Pour les cuivres et l'argenterie, il est recommandé de terminer en lustrant avec une Chiffonnette à sec.

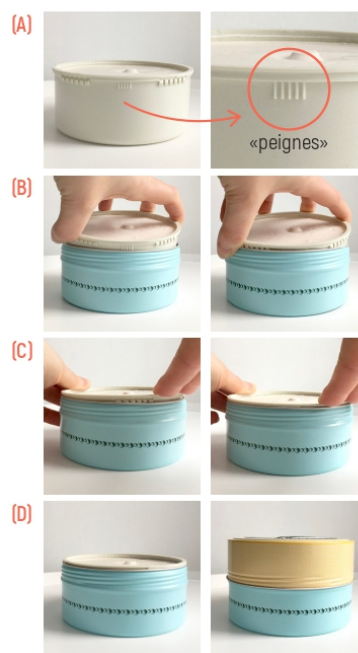
**TOUJOURS PROCÉDER À UN TEST
PREALABLE SUR UNE PETITE
SURFACE NON VISIBLE.**

UTILISATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Lavabo, bac de douche, baignoire
- Vitre, grille, lèche frite du four
- Hotte de cuisine
- Vaisselle en céramique
- Inox véritable
- Aluminium non brossé
- Carrelages
- PVC, plastiques, linoléum
- Vitre des poêles à bois ou cheminée
- Jantes de voiture
- Baskets à semelle blanche
- Bijoux
- Outils de jardinage en métal

COMMENT RECHARGER LA CRÈME D'ARGILE ?

- Nettoyer et sécher la boîte aluminium.
- Retirer le film de la Recharge Crème d'argile
- La coque de la recharge possède 2 «peignes» opposés (A) pour faciliter sa mise en place.
- Placer l'un des deux «peignes» dans la boîte aluminium et maintenir ce côté à l'aide de votre main (B).
- Avec votre seconde main, clipser par pression le 2ème «peigne» (C).
- Voilà c'est reparti pour un tour (D).



NE PAS UTILISER SUR...

- **LES FAUX INOX :**
Revêtement de certains appareils électroménagers. S'assurer que la mention "INOX" n'est pas juste un qualificatif pour le revêtement ou le coloris de la finition, il doit être noté "100% INOX". Les propriétés abrasives de la Crème d'Argile risquent d'altérer le revêtement de l'appareil le cas échéant.
- **LE TÉFLON**
- **LES MATÉRIAUX POREUX :** granit, marbre, ardoise...
Ils peuvent absorber l'argile et laisser des traces blanches.
- **LES MATIÈRES FRAGILES :** canapé en cuir ou simili cuir ...

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 22 sur 31



IDÉE DE DÉMONSTRATION

- Évier en inox / Robinetterie

Démontrer le résultat brillant et le film de protection en faisant couler de l'eau (l'eau glisse, évite les dépôts de calcaire).

- Gazinière / Plaque vitro-céramique

- Argenterie (assiette en étain)

Faire le test sur une moitié pour voir la différence



>30% : argile, eau ; 15 à 30% : savon d'huile de coco* ; <5% : gluconate de sodium, glycérine*, lactate de sodium, silicates, essence de citron*. Contient aussi : limonène.

* Ingrédients sont issus de l'agriculture biologique.

La Crème d'argile est compatible au nettoyage des surfaces en contact alimentaire sous réserve d'un rinçage après utilisation [arrêté du 08/09/99 relatif au produit de nettoyage du matériel pouvant se trouver en contact des denrées alimentaires].

ALTERNATIVES PRODUIT

- En Kit : 1 Crème d'argile 450 g + 1 Chiffonnette Gros Travaux Minéral (env. 31 x 32 cm)
- Une mini Crème d'argile 50 g (en échantillon)
- L'Éponge (grand modèle) : idéale pour travailler plus vite et limiter les efforts.

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

PRODUIT FABRIQUÉ EN FRANCE

POIDS/CONTENANCE : 450 g

Savon d'argile crémeux.

CRÈME D'ARGILE RECHARGEABLE

Boîte rechargeable en aluminium, fabriquée en France (100% recyclable). Éponge blanche en polyuréthane (env. 10 x 6 x 3,5 cm), incluse dans le couvercle.

Livrée dans un étui carton fin PEFC pour protéger l'aluminium des chocs lors du transport.



RECHARGE CRÈME D'ARGILE

Coque en plastique PP, 100% recyclé, injectée en France (recyclable).

Opércule scellée en OPP (Polypropylène bi orienté) très fin (épaisseur 40µm), 0,4 g, (recyclable).

Livrée dans un fourreau en carton fin PEFC pour éviter tout déchirement de l'opercule lors du transport.



MINI CRÈME D'ARGILE

Boîte en plastique PP, 100% recyclé fabriquée en Allemagne (recyclable).



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIER DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 23 sur 31

QUESTIONS FRÉQUENTES

EN QUOI EST-ELLE DIFFÉRENTE DE CELLE QUE JE PEUX TROUVER EN GRANDE SURFACE ?

- Formule 100% naturelle.
- Contient du kaolin pur, de très fine granulométrie et non de la silice ou de l'alumine qui peuvent rayer et qui présentent une toxicité certaine pour l'homme (inhalation lors de l'extraction de la matière et production du produit final).
- Laisse un film protecteur contre le calcaire grâce à l'huile de coco et non des dérivés siliconés qui polluent les nappes phréatiques.
- Compatible usage alimentaire après rinçage.
- Sans impact sur la vie aquatique et sur l'environnement.
- Économique, ne s'use pas très vite.

C'EST QUOI LA DIFFÉRENCE AVEC LA PÂTE À RÉCURER ?

Tout est dans le nom des produits !

CRÈME D'ARGILE : entretien courant, à l'intérieur du foyer.

La Crème d'argile est formulée à partir d'argile bretonne calcinée dont la granulométrie est assez fine pour éviter toute rayure. Sa formule crémeuse convient à toutes les surfaces, elle se rince rapidement.

PÂTE À RÉCURER : nettoyage de printemps, garage et extérieurs.

La Pâte à Récurer contient une argile sablonneuse calcinée qui provient des carrières anglaises, sa granulométrie et sa concentration dans la formule sont supérieures pour une abrasivité renforcée. Elle est très efficace pour les gros travaux ou rénovation d'extérieurs mais nécessite un rinçage plus abondant.

EN QUOI EST FAITE L'ÉPONGE QUI VA AVEC ?

Elle est en polyuréthane.

Avant que vous bondissiez de votre chaise, sachez que notre département Recherche & Développement travaille sur ce sujet, pour remplacer ce matériau.

Cette éponge a l'avantage de bien faire mousser la Crème d'argile, de ne pas rayer, et elle a une belle durée de vie ! Sans compter qu'on peut la laver en machine et l'utiliser jusqu'au bout du bout.

EST-CE QU'ON PEUT L'UTILISER SUR DU CORIAN® ?

Le corian® est un composite super résistant, donc pas de soucis avec la Crème si on fait bien mousser avant et que l'on rince bien avec la chiffonnette.

Par contre, le corian® peut se « patiner » au fil du temps et la zone qui vient d'être nettoyée avec la Crème d'argile peut apparaître plus « nette ». Dans ce cas, repasser, une fois de temps en temps sur tout le plan de travail pour uniformiser le rendu.

En revanche, normalement ça n'a aucune utilité car le corian® est justement super simple d'entretien, donc juste un nettoyage à la microfibre et à l'eau devrait suffire.

POURQUOI LES RECHARGES NE SONT PAS LIVRÉES « NUES » OU DANS DES CONTENANTS KRAFT OU CARTON ?

La Crème d'argile doit être emballée dans un contenant qui la protège hermétiquement du dessèchement afin d'éviter qu'elle ne se rétracte ou se cristallise, mais aussi lors du transport.

De plus, l'emballage des produits détergents nécessite un étiquetage réglementaire.

Nous avons testé différentes matières (papier, cellulose) mais elles ne résistent pas à l'agressivité de la soude permettant la saponification du mélange huile de coco & argile.

À savoir : la « saponification in situ » dure plusieurs jours après avoir coulé les pâtes liquides. Durant ce laps de temps, la soude est très corrosive pour les contenants.

POURQUOI LES MINI CRÈMES D'ARGILE NE SONT PAS DANS DES BOITES EN ALUMINIUM ?

Étant donné que les mini Crèmes d'argile n'ont pas vocation à être rechargées, le bilan carbone de la version 50g est meilleur avec du plastique recyclable (PP), et encore plus, depuis qu'elle est passée en plastique 100% recyclé (toujours recyclable).

L'aluminium, bien que durable et recyclable, reste une ressource « couteuse » en terme d'impact environnemental (extraction du minerai, transformation...).

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 24 sur 31

RESSOURCE 14 : VIDÉO DE DÉMONSTRATION DE LA CRÈME D'ARGILE (vidéo)

<https://urls.fr/jjq0iS>



RESSOURCE 15 : LES OBJECTIONS DES PROSPECTS (audio)

1



<https://urls.fr/1ZV-Rq>

4



<https://urls.fr/UFsFTH>

2



<https://urls.fr/XYmpPb>

5



<https://urls.fr/jWK5oT>

3



<https://urls.fr/40WmCl>

6



<https://urls.fr/r0PMz5>

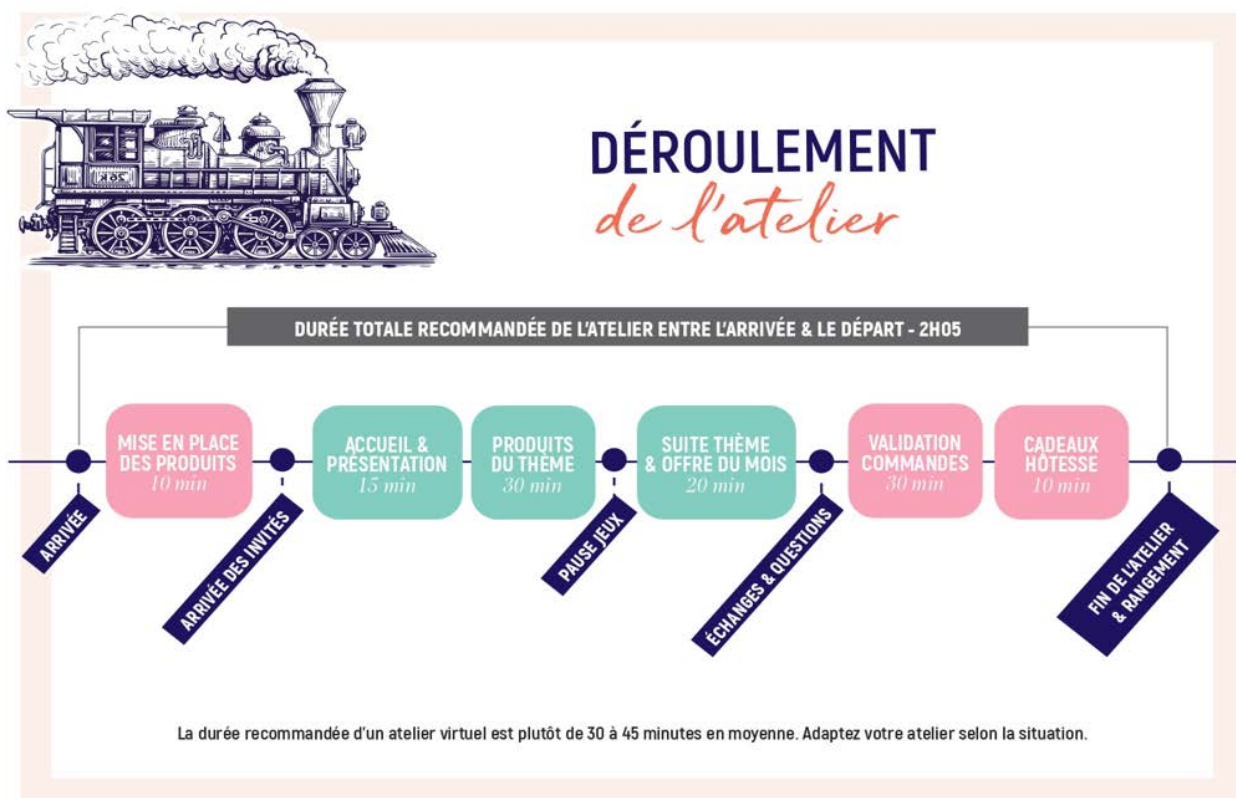
7



<https://urls.fr/Oh51kw>

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 25 sur 31

RESSOURCE 16 : UNE TECHNIQUE DE PROSPECTION INNOVANTE ET LUDIQUE - LE PARRAINAGE



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 26 sur 31

PAUSE JEU

5 minutes



*Comment devenir conseillère(er) H₂O at Home ?

C'est avec le Kit de Lancement que j'ai démarré
l'activité de conseiller(ère) H₂O at Home. Ce kit
n'est pas seulement un beau sac de rangement.
C'est mon outil de travail, il me permet de
conseiller et de démontrer les produits.



Je vais vous proposer de faire une pause jeu ! Pendant trois minutes, je vous donne la possibilité de me poser toutes les questions que vous souhaitez sur mon métier de conseillère(er). Il n'y a pas de question indiscrete, il n'y a pas de tabou, je ne prendrai aucun joker.

Pour chaque question, je vous donnerai une carte.

IL Y A UNE QUESTION QUI RAPORTE 2 CARTES ... à vous de la trouver.*

Si personne ne me pose la question, je vous la dévoilerai.

À la fin des trois minutes, on fera le tirage au sort et l'un ou l'une d'entre vous remportera une surprise.

Pour clôturer le jeu

Avant de faire le tirage au sort, je vous partage la date de notre prochaine info métier qui lève le rideau sur notre métier, je serai heureuse de vous y inviter.



PROPOSER L'OPPORTUNITÉ MÉTIER

ÉCHANGES ET QUESTIONS

Maintenant, je voudrais vous poser une question :

Que feriez-vous avec 600€ de plus chaque mois ?

Seriez-vous intéressé(e) par un revenu complémentaire, voire un temps plein ?

Connaissez-vous quelqu'un qui pourrait être intéressé par l'activité ?

A votre avis, à quoi peut-on s'attendre en étant conseillère en dehors de gagner des commissions?

Être conseillère(er) chez H₂O at Home c'est aussi :

- Aimer les produits avant tout ! Joindre l'utile à l'agréable car on est payé pour présenter des produits qu'on adore !
- Être Conseillère c'est un métier de relations humaines, de partages, c'est travailler sans s'en rendre compte....
- Une mission noble : celle de conscientiser sur le concept du « Consommer moins et mieux ».
- Des récompenses : des voyages tous frais payés au fur et à mesure de votre évolution.
- Des formations enrichissantes.
- La possibilité d'évoluer et même d'en faire votre activité principale si vous le souhaitez !

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Durée : 04h30

ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

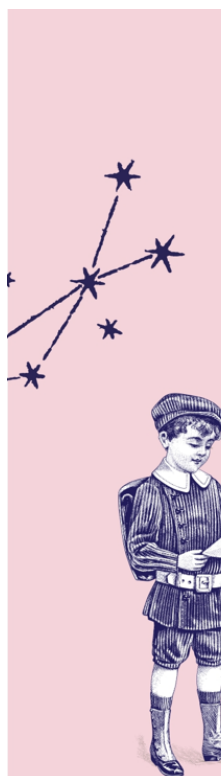
Session 2025

SUJET

25-CGM-MCVB-P

Page 27 sur 31

RESSOURCE 17 : NOTRE MANIFESTE



NOTRE *manifeste*

Choisir l'essentiel : ce qui fait du bien, ce qui est **sain, naturel** et **beau**.

Prendre parti pour ce qui est **innovant, bien conçu** et **durable**.

Partir à la **conquête de son temps**, et pouvoir l'utiliser selon ses désirs.

Redécouvrir **les gestes simples** et **la vraie valeur des choses**, inlassablement, patiemment, passionnément.

Décider de vivre dans **une maison saine** et **prendre soin de soi** et des siens sans compromis, sans artifices : des produits naturels, simples et bios.

Consommer moins et mieux, en s'inspirant de ce que **la Nature** nous offre : l'eau, l'argile, les essences naturelles, les plantes.

Adopter des attitudes positives et novatrices, et contribuer, modestement mais sûrement, à rendre le monde meilleur.

Grandir et faire grandir, transmettre et partager : faire sa part du beau et du bien – pour soi, pour ceux qu'on aime, pour tous.

Dire résolument oui au courant qui nous porte à **protéger la Nature**, l'eau, l'air, l'Homme.

Profiter de la vie, pleinement.

S'engager dans un **mouvement vertueux** et **inventer Demain**, ensemble.

Bienvenue chez H₂O AT HOME.



Source H2O at Home

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 28 sur 31

RESSOURCE 18 : EXTRAIT DES LIEUX ECO-RESPONSABLES À PARIS

Lieu 1 : La Maison du Zéro Déchet - Paris 12e

Voici un lieu dont la mission est claire : **former les citoyens et les professionnels à la réduction des déchets** ! Pour cela, des conférences, débats, projections, fresques et ateliers pratiques autour de la réduction des déchets et de la transition écologique sont organisés chaque mois par des bénévoles et des associations partenaires.

Lieu 2 : Plantation Paris - Paris 18e

Savez-vous que le 18^e arrondissement abrite une **ferme urbaine de 7000 m²** ? Peut-être pas et cela n'est pas étonnant, puisque celle-ci est installée sur les toits de Paris. Salades, aromatiques, micro-pousses et légumes de saison y sont cultivés au fil des saisons avec amour.

Sa **modularité** permet aussi d'apporter intimité et ambiance chaleureuse aux groupes plus restreints. En bonus, cet espace événementiel engagé bénéficie d'une belle **vue sur Montmartre**.

Lieu 3 : La Recyclerie - Paris 18e

La recyclerie se définit comme **un tiers lieu d'expérimentation dédié à l'écoresponsabilité**. Sa mission est de sensibiliser son public aux valeurs écologiques, symbolisées par les 3 R : Réduire, Réutiliser, Recycler. Programmation éco-culturelle de 300 événements par an, atelier de réparation ou encore ferme urbaine.

La Recyclerie offre la possibilité de privatiser ses espaces : elle accueille une large gamme d'événements, allant des formats les plus intimes aux manifestations les plus ambitieuses.

Enfin, sachez que la Recyclerie propose également des animations RSE comme des **ateliers de sensibilisation à l'écologie**.

Source : blog.agence-unexpected.com

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIER DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 29 sur 31

RESSOURCE 19 : LES WEEK-ENDS « BOBO »

Idée 1 : Faites briller les berges de Seine (Saint-Denis, 93)

On n'est jamais mieux servi que par soi-même et cela vaut d'autant plus lorsqu'il s'agit de prendre soin de son cadre de vie ! Certains n'ont pas attendu qu'écolo rime avec bobo (no offense nous aussi on a fait du compost sur un mini-balcon), pour s'engager et sensibiliser sur la propreté des villes et des espaces verts. Depuis vingt-six ans déjà, l'association Organe de Sauvetage Ecologique s'active à nettoyer les berges et milieux naturels en détresse. Vous verrez, il suffit de participer à une session pour ne plus jamais rien laisser tomber de votre poche... Alors rendez-vous dimanche pour un grand nettoyage d'hiver sur les berges de Seine à Saint-Denis !

Infos pratiques : l'équipement peut être prêté si besoin (bottes, sacs poubelle, gants)

Plus d'infos sur Facebook et www.oseonline.fr

Idée 2 : Briquez la forêt de Fontainebleau (77)

Fontainebleau et sa forêt mythique emplit de farfadets, de fées, de licornes et... de déchets ! Heureusement, le collectif *Une petite marche pour une grande démarche* veille au grain. Avec onze ramassages éco-citoyen à leur actif en 2016, ces militants du sac poubelle se réunissent au minimum une fois par mois et voient leur groupe s'élargir à chaque rendez-vous. Un beau moment de partage, bénéfique pour vos gambettes et la planète.

Infos pratiques :

Pensez à prendre gants, sacs poubelles, gilets jaunes, de bonnes chaussures.

Plus d'infos sur Facebook

Et en bonus, une super carte pour repérer les initiatives de collecteurs de déchets dans toute la France.

Idée 3 : Initiez-vous au Do It Yourself végétal (Nanterre, 92)

La Voie verte est une association composée d'artistes, de pédagogues, d'artisans et de naturalistes qui s'est donnée pour mission de nous enseigner les trucs pour vivre plus sainement et simplement. Samedi, cette joyeuse bande propose un stage de vannerie sauvage* dans l'un de nos lieux préférés extra-muros, à la Ferme du bonheur à Nanterre. Après avoir récolté la matière première nécessaire (ronce, lierre, clématite), les participants partageront une soupe de la ferme, proposée à petit prix, et apprendront à confectionner leur panier.

Infos pratiques :

Tarif 30€.

Amener si possible : des gants de jardinage, un sécateur, des chaussures tout-terrain.

Réservation sur : www.lavoieverte.org

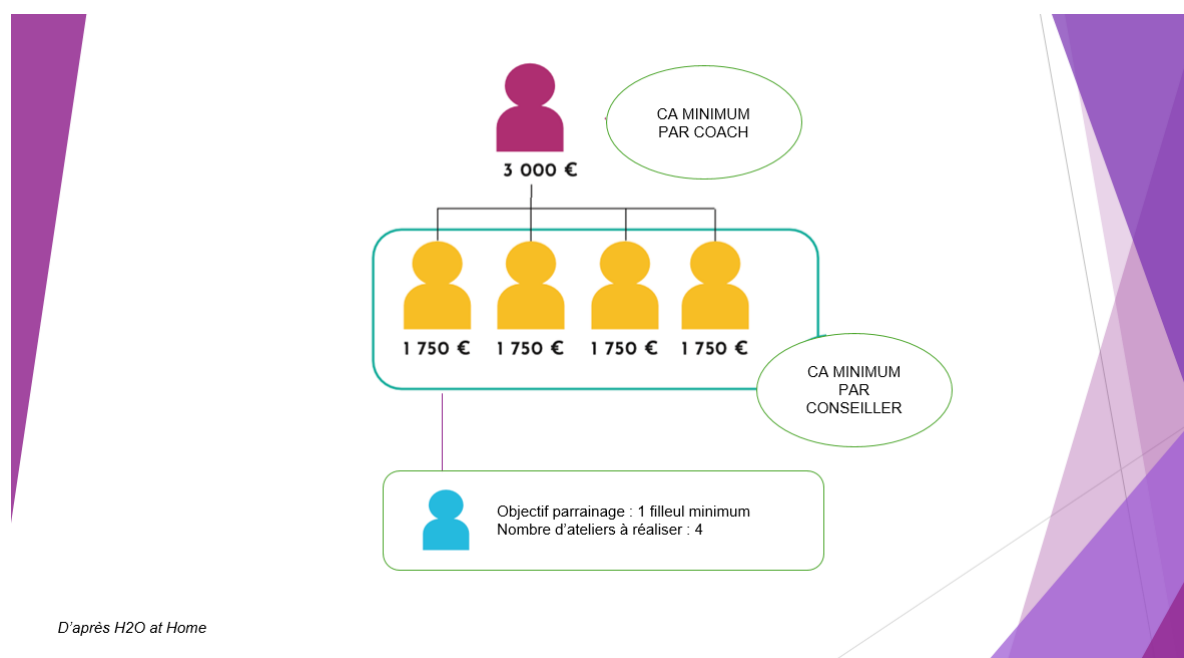
Plus d'infos sur Facebook

D'après: www.cosette.com

*vannerie sauvage : tresser, coudre, assembler des plantes locales pour fabriquer des objets

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 30 sur 31

RESSOURCE 20 : LES OBJECTIFS DU CHALLENGE “LES ESTIVALES”



RESSOURCE 21 : TABLEAU DE BORD – KPI COMMERCIAUX SEMAINE 23

Tableau de bord - KPI commerciaux
Semaine 23 (du 1/06 au 5/06)

	CA HT	ATELIER	PARRAINAGE	
	Objectif : 1750€	Objectif : 4	Objectif : 1	Ecart - Objectif
 Eva	150€	1	1	
 Farid	1000€	3	2	
 Glen	1500€	7	2	
 Dylan	500€	2	4	

Document d'auteurs

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS		
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B : prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
Durée : 04h30	ÉPREUVE PRATIQUE ORALE	Session 2025
SUJET	25-CGM-MCVB-P	Page 31 sur 31