Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

Brevet professionnel Carrelage mosaïque, épreuve E1

Session 2011 • Code sujet : **01 ZM 08** • Durée : **4 h 30** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Dossier technique de l’immeuble le Matisse (4 questions) **Page 3**

2. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 10**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsci.fr/assets/annales/bts-ci/E5 - Mise en œuvre des opérations internationales/2011/BTS CI - E5 - Mise en œuvre des opérations internationales - Session 2011 - 1-Sujet.pdf

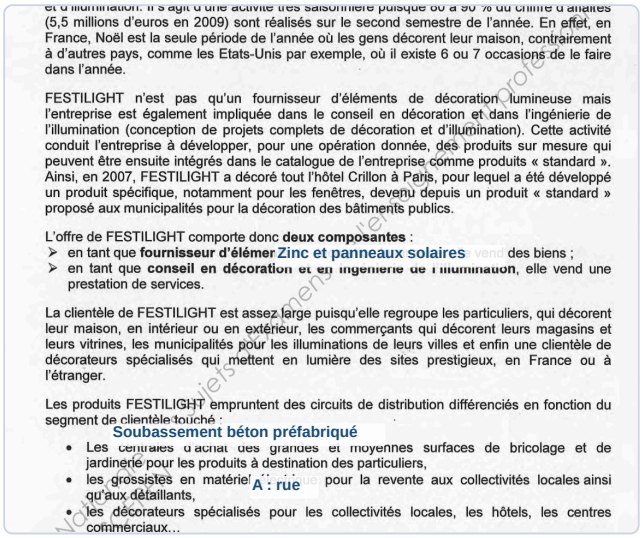
1. Dossier technique de l’immeuble le Matisse

Le dossier présente l’immeuble le Matisse par des vues de façades, une coupe transversale et des plans de niveaux. Il comprend également des extraits du CCTP portant sur les cloisons, les revêtements de sols et de murs, les plinthes, la chape, l’étanchéité et l’habillage des baignoires.

Question Vues de façades. Étudier les vues des façades A, B, C et D pour repérer leur représentation et les indications architecturales et de matériaux qui y figurent.

Les élévations distinguent quatre orientations : A sur rue, B sur le jardin intérieur, C sur le mail et D sur la césure. Elles montrent les baies, balcons, terrasses et aménagements extérieurs. Les repères architecturaux lisibles comprennent le soubassement en béton préfabriqué, le revêtement minéral, le zinc en partie haute, la pergola végétalisée et les panneaux solaires. Les niveaux indiqués comprennent +0,00 m, soit 213,45 m, +17,60 m, +23,60 m et +24,45 m.

Façade A sur rue



(5,5 millions d’euros en 2009) sont réalisés sur le second semestre de l’année. En effet, en France, Noël est la seule période de l’année où les gens décorent leur maison, contrairement à d’autres pays, comme les Etats-Unis par exemple, où il existe 6 ou 7 occasions de le faire dans l’année.

FESTILIGHT n’est pas qu’un fournisseur d’éléments de décoration lumineuse mais l’entreprise est également impliquée dans le conseil en décoration et dans l’ingénierie de l’illumination (conception de projets complets de décoration et d’illumination). Cette activité conduit l’entreprise à développer, pour une opération donnée, des produits sur mesure qui peuvent être ensuite intégrés dans le catalogue de l’entreprise comme produits « standard ». Ainsi, en 2007, FESTILIGHT a décoré tout l’hôtel Crillon à Paris, pour lequel a été développé un produit spécifique, notamment pour les fenêtres, devenu depuis un produit « standard » proposé aux municipalités pour la décoration des bâtiments publics.

L’offre de FESTILIGHT comporte donc **deux composantes** :

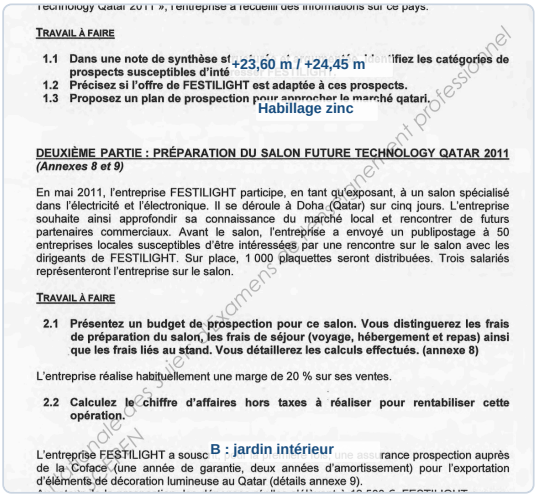
- en tant que **fournisseur d’éléments** de décoration lumineuse, elle vend des biens ;
- en tant que **conseil en décoration et en ingénierie de l’illumination**, elle vend une prestation de services.

La clientèle de FESTILIGHT est assez large puisqu’elle regroupe les particuliers, qui décorent leur maison, en intérieur ou en extérieur, les commerçants qui décorent leurs magasins et leurs vitrines, les municipalités pour les illuminations de leurs villes et enfin une clientèle de décorateurs spécialisés qui mettent en lumière des sites prestigieux, en France ou à l’étranger.

Les produits FESTILIGHT empruntent des circuits de distribution différenciés en fonction du segment de clientèle touché :

- Les centrales d’achat des grandes et moyennes surfaces de bricolage et de jardinerie pour les produits à destination des particuliers,
- les grossistes en matériel [illegible] pour la revente aux collectivités locales ainsi qu’aux détaillants,
- les décorateurs spécialisés pour les collectivités locales, les hôtels, les centres commerciaux…

Façade B sur jardin intérieur



Technology Qatar 2011 », l’entreprise a recueilli des informations sur ce pays.

TRAVAIL À FAIRE

1.1 Dans une note de synthèse st[illegible]ifiez les catégories de prospects susceptibles d’inté
1.2 Précisez si l’offre de FESTILIGHT est adaptée à ces prospects.
1.3 Proposez un plan de prospection pour approcher le marché qatari.

DEUXIÈME PARTIE : PRÉPARATION DU SALON FUTURE TECHNOLOGY QATAR 2011
(Annexes 8 et 9)

En mai 2011, l’entreprise FESTILIGHT participe, en tant qu’exposant, à un salon spécialisé dans l’électricité et l’électronique. Il se déroule à Doha (Qatar) sur cinq jours. L’entreprise souhaite ainsi approfondir sa connaissance du marché local et rencontrer de futurs partenaires commerciaux. Avant le salon, l’entreprise a envoyé un publipostage à 50 entreprises locales susceptibles d’être intéressées par une rencontre sur le salon avec les dirigeants de FESTILIGHT. Sur place, 1 000 plaquettes seront distribuées. Trois salariés représenteront l’entreprise sur le salon.

TRAVAIL À FAIRE

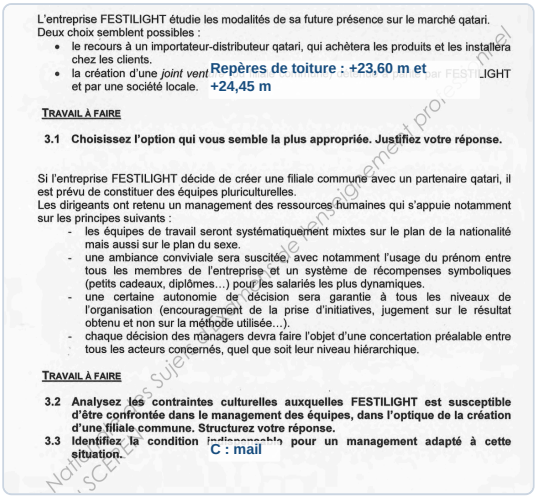
2.1 Présentez un budget de prospection pour ce salon. Vous distinguerez les frais de préparation du salon, les frais de séjour (voyage, hébergement et repas) ainsi que les frais liés au stand. Vous détaillerez les calculs effectués. (annexe 8)

L’entreprise réalise habituellement une marge de 20 % sur ses ventes.

2.2 Calculez le chiffre d’affaires hors taxes à réaliser pour rentabiliser cette opération.

L’entreprise FESTILIGHT a sousc[illegible]rance prospection auprès de la Coface (une année de garantie, deux années d’amortissement) pour l’exportation d’éléments de décoration lumineuse au Qatar (détails annexe 9).

Façade C sur mail



L'entreprise FESTILIGHT étudie les modalités de sa future présence sur le marché qatari.
Deux choix semblent possibles :

- le recours à un importateur-distributeur qatari, qui achètera les produits et les installera chez les clients.
- la création d'une *joint venture* [illegible] par FESTILIGHT et par une société locale.

Repères de toiture : +23,60 m et +24,45 m

TRAVAIL À FAIRE

3.1 Choisissez l'option qui vous semble la plus appropriée. Justifiez votre réponse.

Si l'entreprise FESTILIGHT décide de créer une filiale commune avec un partenaire qatari, il est prévu de constituer des équipes pluriculturelles.
Les dirigeants ont retenu un management des ressources humaines qui s'appuie notamment sur les principes suivants :

- les équipes de travail seront systématiquement mixtes sur le plan de la nationalité mais aussi sur le plan du sexe.
- une ambiance conviviale sera suscitée, avec notamment l'usage du prénom entre tous les membres de l'entreprise et un système de récompenses symboliques (petits cadeaux, diplômes…) pour les salariés les plus dynamiques.
- une certaine autonomie de décision sera garantie à tous les niveaux de l'organisation (encouragement de la prise d'initiatives, jugement sur le résultat obtenu et non sur la méthode utilisée…).
- chaque décision des managers devra faire l'objet d'une concertation préalable entre tous les acteurs concernés, quel que soit leur niveau hiérarchique.

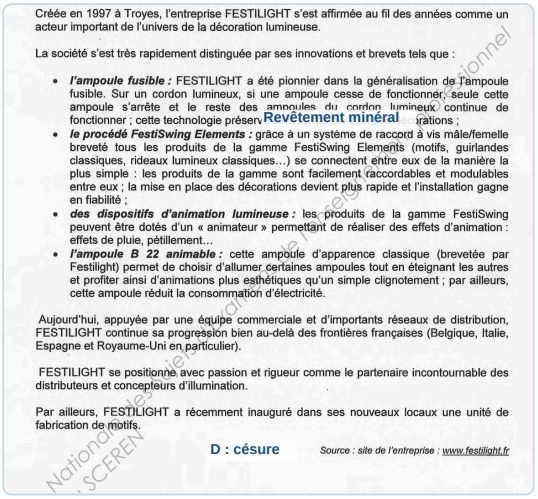
TRAVAIL À FAIRE

3.2 Analysez les contraintes culturelles auxquelles FESTILIGHT est susceptible d'être confrontée dans le management des équipes, dans l'optique de la création d'une filiale commune. Structurez votre réponse.

3.3 Identifiez la condition indispensable pour un management adapté à cette situation.

C : mail

Façade D sur césure



Créée en 1997 à Troyes, l'entreprise FESTILIGHT s'est affirmée au fil des années comme un acteur important de l'univers de la décoration lumineuse.

La société s'est très rapidement distinguée par ses innovations et brevets tels que :

- ***l'ampoule fusible :*** FESTILIGHT a été pionnier dans la généralisation de l'ampoule fusible. Sur un cordon lumineux, si une ampoule cesse de fonctionner, seule cette ampoule s'arrête et le reste des ampoules du cordon lumineux continue de fonctionner ; cette technologie préserv[illegible]rations ;
- ***le procédé FestiSwing Elements :*** grâce à un système de raccord à vis mâle/femelle breveté tous les produits de la gamme FestiSwing Elements (motifs, guirlandes classiques, rideaux lumineux classiques…) se connectent entre eux de la manière la plus simple : les produits de la gamme sont facilement raccordables et modulables entre eux ; la mise en place des décorations devient plus rapide et l'installation gagne en fiabilité ;
- ***des dispositifs d'animation lumineuse :*** les produits de la gamme FestiSwing peuvent être dotés d'un « animateur » permettant de réaliser des effets d'animation : effets de pluie, pétillement…
- ***l'ampoule B 22 animable :*** cette ampoule d'apparence classique (brevetée par Festilight) permet de choisir d'allumer certaines ampoules tout en éteignant les autres et profiter ainsi d'animations plus esthétiques qu'un simple clignotement ; par ailleurs, cette ampoule réduit la consommation d'électricité.

Aujourd'hui, appuyée par une équipe commerciale et d'importants réseaux de distribution, FESTILIGHT continue sa progression bien au-delà des frontières françaises (Belgique, Italie, Espagne et Royaume-Uni en particulier).

FESTILIGHT se positionne avec passion et rigueur comme le partenaire incontournable des distributeurs et concepteurs d'illumination.

Par ailleurs, FESTILIGHT a récemment inauguré dans ses nouveaux locaux une unité de fabrication de motifs.

Revêtement minéral

D : césure

Source : site de l'entreprise : www.festilight.fr

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> A : rue ; B : jardin intérieur ; C : mail ; D : césure. Matériaux et repères : béton préfabriqué, revêtement minéral, zinc, pergola végétalisée, panneaux solaires ; niveaux jusqu'à +24,45 m.

Question Coupe transversale. Lire la coupe transversale de l'immeuble et repérer les niveaux, les espaces et les principales indications cotées.

La coupe transversale montre les niveaux de sous-sol, le rez-de-chaussée, les étages 1 à 7 et la toiture. Les sous-sols sont affectés au stationnement et aux locaux de service ; le rez-de-chaussée comporte notamment les accès et un local commercial. En partie haute, le dessin repère la pergola, les panneaux solaires et les niveaux de toiture.

Le niveau de référence est +0,00 m = 213,45 m. La coupe porte aussi les repères +17,60 m, +23,60 m et +24,45 m, ainsi que des cotes d'étage répétées de 2,77 m.

Coupe transversale repérée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Deux sous-sols, rez-de-chaussée, étages 1 à 7 et toiture. Référence : +0,00 m = 213,45 m ; repères supérieurs : +23,60 m et +24,45 m.

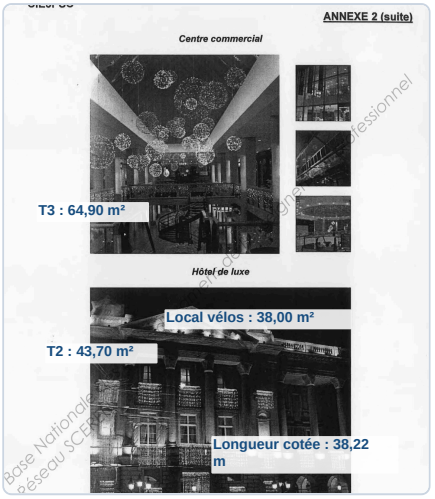
Question Coupes horizontales. Consulter les plans du rez-de-chaussée et des niveaux 1 à 7 afin de repérer les locaux, les logements, les surfaces et les dimensions indiquées.

Les plans du rez-de-chaussée aux niveaux 7 repèrent logements, terrasses, circulations, locaux et surfaces. Quelques surfaces inscrites permettent de caractériser les niveaux :

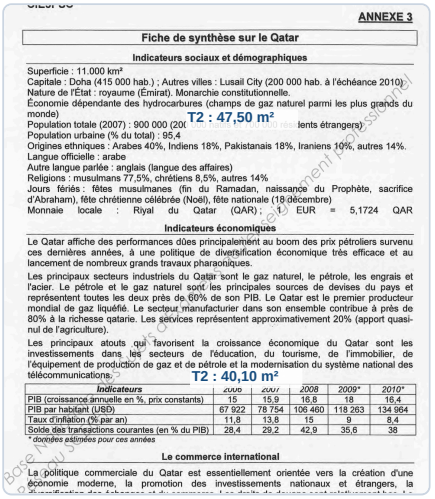
Niveau du plan	Repères de logements et surfaces	Autres repères
Rez-de-chaussée	T2 : 43,70 m² ; T3 : 64,90 m²	Local vélos : 38,00 m²
1	T2 : 47,50 m² ; T2 : 40,10 m²	Logements et circulations
2 à 4	T2 : 42,63 m² ; T3 : 68,00 m² et 62,81 m² ; T4 : 81,20 m² et 86,24 m²	Terrasses et circulations
5	T2 : 42,63 m² ; T3 : 66,00 m² et 63,69 m² ; T4 : 79,55 m² et 85,63 m²	T1 bis : 37,22 m²
6 et 7	T5 : 116,65 m² au niveau 6	Locaux techniques au niveau 7

La trame comprend des travées cotées généralement à 3,00 m ; la longueur totale portée en façade est de 38,22 m.

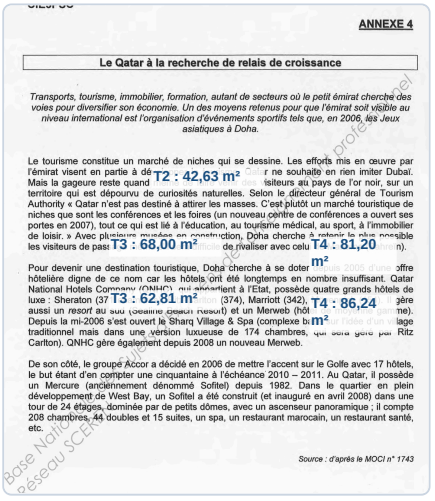
Rez-de-chaussée : logements et local vélos



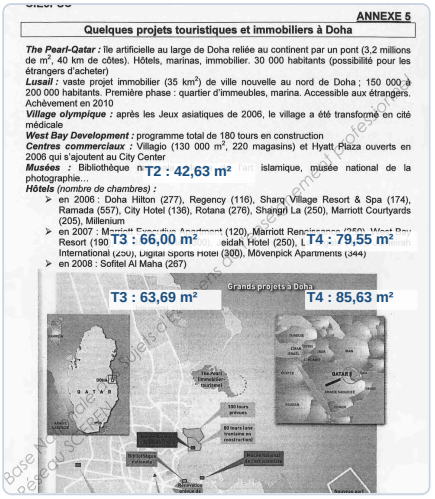
Niveau 1 : surfaces de logements



Niveaux 2 à 4 : surfaces de logements



Niveau 5 : surfaces de logements



ANNEXE 5

Quelques projets touristiques et immobiliers à Doha

The Pearl-Qatar : Île artificielle au large de Doha reliée au continent par un pont (3,2 millions de m², 40 km de côtes). Hôtels, marinas, immobilier. 30 000 habitants (possibilité pour les étrangers d'acheter)

Lusail : vaste projet immobilier (35 km²) de ville nouvelle au nord de Doha ; 150 000 à 200 000 habitants. Première phase : quartier d'immeubles, marina. Accessible aux étrangers. Achèvement en 2010

Village olympique : après les Jeux asiatiques de 2006, le village a été transformé en cité médicale

West Bay Development : programme total de 180 tours en construction

Centres commerciaux : Villagio (130 000 m², 220 magasins) et Hyatt Plaza ouverts en 2006 qui s'ajoutent au City Center

Musées : Bibliothèque nationale, musée d'art islamique, musée national de la photographie…

***Hôtels** (nombre de chambres) :*

- en 2006 : Doha Hilton (277), Regency (116), Sharq Village Resort & Spa (174), Ramada (557), City Hotel (136), Rotana (276), Shangri La (250), Marriott Courtyards (205), Millenium
- en 2007 : Marriott Executive Apartment (120), Marriott Renaissance (250), West Bay Resort (190), Al Bidah Hotel (250), Le Méridien Doha International (250), Digital Sports Hotel (300), Mövenpick Apartments (344)
- en 2008 : Sofitel Al Maha (267)

T2 : 42,63 m²

T3 : 66,00 m²

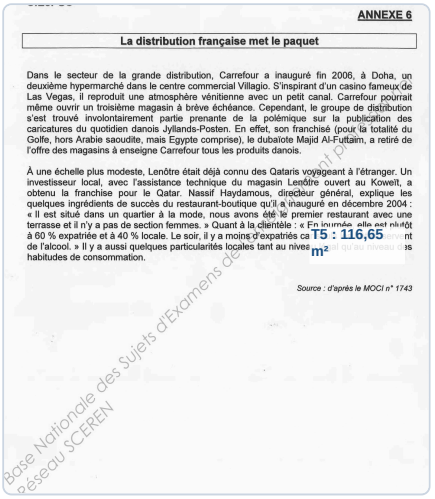
T4 : 79,55 m²

T3 : 63,69 m²

T4 : 85,63 m²

Grands projets à Doha

Niveau 6 : logement T5



ANNEXE 6

La distribution française met le paquet

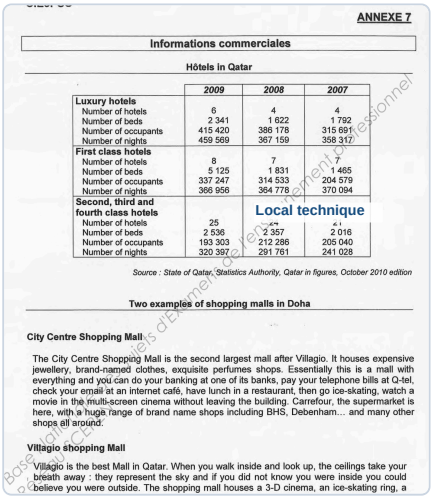
Dans le secteur de la grande distribution, Carrefour a inauguré fin 2006, à Doha, un deuxième hypermarché dans le centre commercial Villagio. S'inspirant d'un casino fameux de Las Vegas, il reproduit une atmosphère vénitienne avec un petit canal. Carrefour pourrait même ouvrir un troisième magasin à brève échéance. Cependant, le groupe de distribution s'est trouvé involontairement partie prenante de la polémique sur la publication des caricatures du quotidien danois Jyllands-Posten. En effet, son franchisé (pour la totalité du Golfe, hors Arabie saoudite, mais Egypte comprise), le dubaïote Majid Al-Futtaim, a retiré de l'offre des magasins à enseigne Carrefour tous les produits danois.

À une échelle plus modeste, Lenôtre était déjà connu des Qataris voyageant à l'étranger. Un investisseur local, avec l'assistance technique du magasin Lenôtre ouvert au Koweït, a obtenu la franchise pour le Qatar. Nassif Haydamous, directeur général, explique les quelques ingrédients de succès du restaurant-boutique qu'il a inauguré en décembre 2004 : « Il est situé dans un quartier à la mode, nous avons été le premier restaurant avec une terrasse et il n'y a pas de section femmes. » Quant à la clientèle : « En journée, elle est à 60 % expatriée et à 40 % locale. Le soir, il y a moins d'expatriés car ils consomment de l'alcool. » Il y a aussi quelques particularités locales tant au niveau des habitudes de consommation.

T5 : 116,65 m²

Source : d'après le MOCI n° 1743

Niveau 7 : locaux techniques



ANNEXE 7

Informations commerciales

Hôtels in Qatar

	2009	2008	2007
Luxury hotels			
Number of hotels	6	4	4
Number of beds	2 341	1 622	1 792
Number of occupants	415 420	386 178	315 691
Number of nights	459 569	367 159	358 317
First class hotels			
Number of hotels	8	7	7
Number of beds	5 125	1 831	1 465
Number of occupants	337 247	314 533	204 579
Number of nights	366 956	364 778	370 094
Second, third and fourth class hotels			
Number of hotels	25	25	41
Number of beds	2 536	2 357	2 016
Number of occupants	193 303	212 286	205 040
Number of nights	320 397	291 761	241 028

Local technique

Source : State of Qatar, Statistics Authority, Qatar in figures, October 2010 edition

Two examples of shopping malls in Doha

City Centre Shopping Mall

The City Centre Shopping Mall is the second largest mall after Villagio. It houses expensive jewellery, brand-named clothes, exquisite perfumes shops. Essentially this is a mall with everything and you can do your banking at one of its banks, pay your telephone bills at Q-tel, check your email at an internet café, have lunch in a restaurant, then go ice-skating, watch a movie in the multi-screen cinema without leaving the building. Carrefour, the supermarket is here, with a huge range of brand name shops including BHS, Debenham… and many other shops all around.

Villagio shopping Mall

Villagio is the best Mall in Qatar. When you walk inside and look up, the ceilings take your breath away : they represent the sky and if you did not know you were inside you could believe you were outside. The shopping mall houses a 3-D cinema, an ice-skating ring, a

✓ RÉPONSE À RETENIR

Plans du rez-de-chaussée aux niveaux 7 : logements et surfaces, terrasses, circulations, local vélos et locaux techniques. Longueur totale cotée : 38,22 m.

Plâtrerie, sols durs et faïences

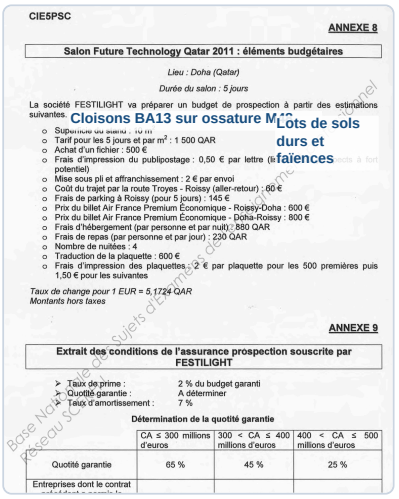
Question CCTP. Consulter les extraits du CCTP pour identifier les ouvrages décrits et relever leurs prescriptions de matériaux, de mise en œuvre et de localisation, notamment pour les cloisons, les carrelages, les plinthes, les chapes, l'étanchéité, la faïence et l'habillage des baignoires.

Le CCTP distingue les cloisons, les revêtements de sols, les plinthes, la chape, le SPEC, la faïence et l'habillage des baignoires. Les prescriptions majeures sont :

Ouvrage	Matériaux, mise en œuvre et localisation
Cloisons	Deux parements BA13 sur ossature métallique M48 ; plaque hydrofugée en pièces humides, renforts pour appareils sanitaires, protection en pied, traitement des joints et étanchéité au sol par mastic acrylique.
Sols et plinthes	Grès émaillé 35 × 35 dans les appartements hors salles de bains ; grès cérame 40 × 40 pour les sols de circulation ; formats 20 × 20 pour escaliers et salles de bains, 15 × 15 pour terrasses. Plinthes assorties aux revêtements.
Chape et étanchéité	Chape de mortier dosée à 350 kg de CPJ 45/m³ en salles de bains. SPEC en salles de bains et terrasses, avec préparation du support, traitement des points singuliers et respect de l'avis technique.
Faïence et baignoires	Faïence ARPEGE beige 25 × 33, six rangées, frise PRISMA beige 6,5 × 25 avant la dernière rangée. Habillage maçonné de baignoire avec trappe de visite ; faces et tablette revêtues de faïence.

La pose des carrelages prévoit supports préparés, joints, découpes, joints de fractionnement et périphériques, ainsi que protection et nettoyage avant réception. Le SPEC des salles de bains remonte au droit des baignoires et receveurs de douche.

CCTP : cloisons et lots de sols


CIE5PSC

ANNEXE 8

Salon Future Technology Qatar 2011 : éléments budgétaires

Lieu : Doha (Qatar)

Durée du salon : 5 jours

La société FESTILIGHT va préparer un budget de prospection à partir des estimations suivantes.

Cloisons BA13 sur ossature M48

Lots de sols durs et faïences

- Tarif pour les 5 jours et par m² : 1 500 QAR
- Achat d'un fichier : 500 €
- Frais d'impression du publipostage : 0,50 € par lettre (hors affranchissement)
- Mise sous pli et affranchissement : 2 € par envoi
- Coût du trajet par la route Troyes - Roissy (aller-retour) : 60 €
- Frais de parking à Roissy (pour 5 jours) : 145 €
- Prix du billet Air France Premium Économique - Roissy-Doha : 600 €
- Prix du billet Air France Premium Économique - Doha-Roissy : 800 €
- Frais d'hébergement (par personne et par nuit) : 880 QAR
- Frais de repas (par personne et par jour) : 230 QAR
- Nombre de nuitées : 4
- Traduction de la plaquette : 600 €
- Frais d'impression des plaquettes : 2 € par plaquette pour les 500 premières puis 1,50 € pour les suivantes

Taux de change pour 1 EUR = 5,1724 QAR
Montants hors taxes

ANNEXE 9

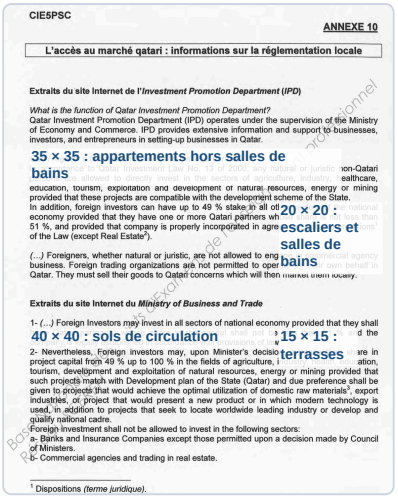
Extrait des conditions de l'assurance prospection souscrite par FESTILIGHT

- Taux de prime : 2 % du budget garanti
- Quotité garantie : A déterminer
- Taux d'amortissement : 7 %

Détermination de la quotité garantie

	CA ≤ 300 millions d'euros	300 < CA ≤ 400 millions d'euros	400 < CA ≤ 500 millions d'euros
Quotité garantie	65 %	45 %	25 %
Entreprises dont le contrat			

CCTP : formats et localisations des carrelages



CIE5PSC

ANNEXE 10

L'accès au marché qatari : informations sur la réglementation locale

Extraits du site Internet de l'*Investment Promotion Department* (*IPD*)

What is the function of Qatar Investment Promotion Department?
Qatar Investment Promotion Department (IPD) operates under the supervision of the Ministry of Economy and Commerce. IPD provides extensive information and support to businesses, investors, and entrepreneurs in setting-up businesses in Qatar.

35 × 35 : appartements hors salles de bains

education, tourism, exploitation and development or natural resources, energy or mining provided that these projects are compatible with the development scheme of the State.
In addition, foreign investors can have up to 49 % stake in all oth
economy provided that they have one or more Qatari partners wh
51 %, and provided that company is properly incorporated in agre
of the Law (except Real Estate[2]).

(…) Foreigners, whether natural or juristic, are not allowed to eng
business. Foreign trading organizations are not permitted to oper
Qatar. They must sell their goods to Qatari concerns which will then market them locally.

Extraits du site Internet du *Ministry of Business and Trade*

1- (…) Foreign Investors may invest in all sectors of national economy provided that they shall

40 × 40 : sols de circulation

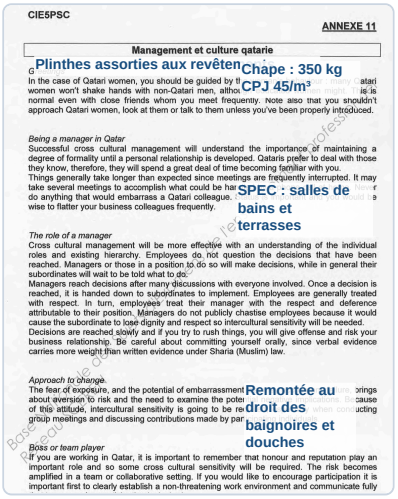
2- Nevertheless, Foreign investors may, upon Minister's decisio
project capital from 49 % up to 100 % in the fields of agriculture, i
tourism, development and exploitation of natural resources, energy or mining provided that such projects match with Development plan of the State (Qatar) and due preference shall be given to projects that would achieve the optimal utilization of domestic raw materials[3], export industries, or project that would present a new product or in which modern technology is used, in addition to projects that seek to locate worldwide leading industry or develop and qualify national cadre.
Foreign investment shall not be allowed to invest in the following sectors:
a- Banks and Insurance Companies except those permitted upon a decision made by Council of Ministers.
b- Commercial agencies and trading in real estate.

[1] Dispositions *(terme juridique)*.

20 × 20 : escaliers et salles de bains

15 × 15 : terrasses

CCTP : plinthes, chape et SPEC



CIE5PSC

ANNEXE 11

Management et culture qatarie

Plinthes assorties aux revêten

In the case of Qatari women, you should be guided by t
women won't shake hands with non-Qatari men, altho
normal even with close friends whom you meet frequently. Note also that you should not approach Qatari women, look at them or talk to them unless you've been properly introduced.

Being a manager in Qatar
Successful cross cultural management will understand the importance of maintaining a degree of formality until a personal relationship is developed. Qataris prefer to deal with those they know, therefore, they will spend a great deal of time becoming familiar with you.
Things generally take longer than expected since meetings are frequently interrupted. It may take several meetings to accomplish what could be ha
do anything that would embarrass a Qatari colleague,
wise to flatter your business colleagues frequently.

The role of a manager
Cross cultural management will be more effective with an understanding of the individual roles and existing hierarchy. Employees do not question the decisions that have been reached. Managers or those in a position to do so will make decisions, while in general their subordinates will wait to be told what to do.
Managers reach decisions after many discussions with everyone involved. Once a decision is reached, it is handed down to subordinates to implement. Employees are generally treated with respect. In turn, employees treat their manager with the respect and deference attributable to their position. Managers do not publicly chastise employees because it would cause the subordinate to lose dignity and respect so intercultural sensitivity will be needed.
Decisions are reached slowly and if you try to rush things, you will give offense and risk your business relationship. Be careful about committing yourself orally, since verbal evidence carries more weight than written evidence under Sharia (Muslim) law.

Approach to change
The fear of exposure, and the potential of embarrassment
about aversion to risk and the need to examine the poter
of this attitude, intercultural sensitivity is going to be re
group meetings and discussing contributions made by par

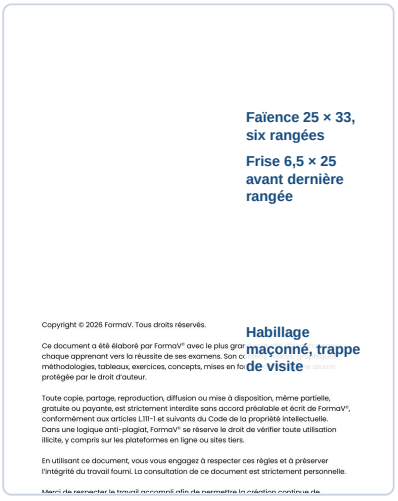
Boss or team player
If you are working in Qatar, it is important to remember that honour and reputation play an important role and so some cross cultural sensitivity will be required. The risk becomes amplified in a team or collaborative setting. If you would like to encourage participation it is important first to clearly establish a non-threatening work environment and communicate fully

Chape : 350 kg CPJ 45/m³

SPEC : salles de bains et terrasses

Remontée au droit des baignoires et douches

CCTP : faïence et habillage de baignoire



Faïence 25 × 33, six rangées

Frise 6,5 × 25 avant dernière rangée

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus gra
chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son c
méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en fo
protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de

Habillage maçonné, trappe de visite

✓ RÉPONSE À RETENIR

CCTP : cloisons BA13 sur ossature M48 ; sols et plinthes carrelés ; chape et SPEC aux emplacements prescrits ; faïence des salles de bains et habillage maçonné des baignoires.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2011)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E1 du BP Carrelage mosaïque, session 2010, porte le sujet 01 ZM 08, dure 4 h 30 et a un coefficient 4. Le dossier technique concerne l'immeuble le Matisse. Il rassemble des façades, une coupe, des plans de niveaux et des extraits du CCTP, à exploiter pour lire les documents de construction et repérer les prescriptions des ouvrages de carrelage et de faïence.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les plans des niveaux sont à l'échelle 1/100 : 1 cm mesuré sur le plan représente 1 m en réalité.
- Le CCTP indique les matériaux, formats, modes de pose et localisations des ouvrages.
- Le CCTP prévoit le traitement des joints de dilatation, de fractionnement et périphériques selon le règlement DTU.
- Pour le système d'étanchéité décrit, le CCTP indique un primaire et deux couches croisées, pour 600 g/m² et une épaisseur minimale de 1 mm.

Points de vigilance & attentes du jury

- Vérifier l'échelle indiquée avant de relever ou convertir une dimension sur les plans.
- Distinguer les différents niveaux et repérer précisément les locaux concernés.
- Associer chaque ouvrage du CCTP à sa localisation et à son mode de pose.
- Relever les prescriptions de support, de joints, d'étanchéité et de finition sans les confondre.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment convertir une mesure relevée sur un plan à l'échelle 1/100 ?

À l'échelle 1/100, 1 cm sur le plan correspond à 100 cm, soit 1 m dans la réalité. Pour convertir une mesure en centimètres, multipliez-la par 100 afin d'obtenir la dimension réelle en centimètres.

Q : Quelles prescriptions d'étanchéité sont indiquées dans le CCTP ?

Le CCTP prévoit la préparation du support, un primaire d'imprégnation et deux couches croisées du système d'étanchéité liquide. Il précise une consommation de 600 g/m², une épaisseur minimale de 1 mm et le traitement des points singuliers.

Q : Le dossier indique-t-il un barème ou une répartition des points ?

Le dossier indique une durée de 4 h 30 et un coefficient de 4. Les pages fournies présentent des documents techniques et des prescriptions, mais ne donnent pas de répartition chiffrée des points.

Q : Quels critères de notation du jury sont imprimés dans ce dossier ?

Aucun barème détaillé ni critère de notation du jury n'est imprimé dans les pages du dossier technique. Les éléments à exploiter sont les plans, les façades, la coupe et les prescriptions du CCTP, sans leur attribuer de points non indiqués.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsci.fr/assets/annales/bts-ci/E5 - Mise en œuvre des opérations internationales/2011/BTS CI - E5 - Mise en œuvre des opérations internationales - Session 2011 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Commerce International : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.