

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

SOUS ÉPREUVE E 11 Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

CORRIGÉ

TWINNER

LE CORRIGÉ COMPORTE 10 pages

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	CORRIGÉ
Page 1 sur 10	COMA1107

1.1 CARACTÉRISTIQUES DE L'ORGANISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DU MAGASIN TWINNER de CHÉCY

ANNEXE 1

14 points

Points d'analyse	Éléments caractéristiques et commentaires
Organisation du point de vente <i>(2 points)</i> <i>(1 point par élément)</i>	<i>(Deux éléments attendus)</i> - Organisation par univers et par marques - Allées larges pour mieux déambuler
Facteurs d'ambiance <i>(2 points)</i> <i>(1 point par élément)</i>	<i>(Deux éléments attendus)</i> - Mobilier adapté (couleurs chaudes imitant le bois) - Signalétique et PLV visibles propres aux marques - Bustes, silhouettes présentant des ensembles et accessoires attractifs
Politique de prix <i>(2 points)</i>	<i>(Un élément attendu)</i> - Les prix sont fonction de la notoriété de la marque et sont par conséquent des prix moyens et haut de gamme pour certains produits.
Atouts de l'organisation en corner <i>(4 points)</i> <i>(1 point par élément)</i>	Client : <i>(Deux éléments attendus)</i> - Le client se rend directement aux corners présentant les marques qu'il recherche (gain de temps). - L'offre est ainsi plus claire : une zone délimitée (corner) par marque. - Le client sera plus facilement tenté par des achats d'impulsion pour compléter son achat d'origine. Point de vente : <i>(Deux éléments attendus)</i> - Bénéficiaire de la notoriété de la marque ; - Disposer d'une offre optimum dans un espace bien défini (mobilier + PLV optimise la lisibilité).
Inconvénients de l'organisation en corner <i>(4 points)</i> <i>(2 points par élément)</i>	Client : <i>(Un élément attendu)</i> - Le client non sensible aux marques devra parcourir l'ensemble des corners avant de trouver ce qu'il souhaite (perte de temps, agacement du client) ; - La comparaison entre produits sera moins facile (mêmes produits de marques différentes dans des corners éloignés) Point de vente : <i>(Un élément attendu)</i> - Faire cohabiter toutes les marques de façon harmonieuse ; - Le point de vente risque de perdre sa propre identité.

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 2 sur 10		COMA1107

DEUXIÈME PARTIE – CORRIGÉ

2.1 ANNEXE 2 (Partie A)

6,5 points

Extrait du tableau de bord de septembre 2007

	Prévisions		Réalizations	
	Valeur (1)	% (2)	Valeur (1)	% (2)
C. A. H.T. (base analyse)	77 500		74 660	
Marge brute	24 025	31,00	19 785 (0,5 pt)	26,50
Démarque connue	465	0,60	597 (0,5 pt)	0,80
Démarque inconnue	387,50	0,50	448 (0,5 pt)	0,60
Marge nette	23 173 (0,5pt)	29,90 (0.5 pt)	18 740(0,5 pt)	25,10 (0,5 pt)
Frais				
Personnel	6 200	8,00 (0,5 pt)	7 840	10,50 (0,5 pt)
Structure	4 185	5,40 (0,5 pt)	4 185	5,61 (0,5 pt)
Ressources				
Remises fournisseurs	4 263 (0,5 pt)	5,50	5 226 (0,5 pt)	7,00

- (1) Arrondir à l'euro le plus proche
- (2) Arrondir à deux chiffres après la virgule

16,5 POINTS

2.4 ANNEXE 2 (Partie B)

6 points

Objectifs à atteindre en septembre 2008

Valeur (1)	% (2)
79 140 (0,5 pt)	
20 972 (0,5 pt)	26,50 (0,5 pt)
475 (0,5 pt)	0,60
475 (0,5 pt)	0,60
20 022 (0,5 pt)	25,30 (0,5 pt)
6 800 (recopie doc. 3)	8,59 (0,5 pt)
5940 (0,5 pt) (4 185 + 1 755)	7,51 (0,5 pt)
6 330 (recopie doc. 3)	8 (0,5 pt)

Accepter uniquement les réponses exactes

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 3 sur 10		COMA1107

2.2 LES ÉCARTS SIGNIFICATIFS

2 points

Réponse sur la copie du candidat (*deux éléments*)

(1 point par élément)

Les écarts négatifs :

Le C. A. est en dessous de ce qui était attendu (- 2 840 € soit - 3,66 %).

La marge brute est inférieure de presque cinq points.

Les démarques (inconnue et connue) sont plus élevées que prévues. La marge nette est par conséquent bien en dessous du prévisionnel.

Les frais de personnel n'ont pas été maîtrisés et enregistrent aussi une hausse.

Les écarts positifs :

Les remises accordées par les fournisseurs sont plus importantes que ce qui était attendu.

2.3 LES CAUSES DE CES ÉCARTS

2 points

Réponse sur la copie du candidat (*deux éléments*)

(1 point par élément)

- Prospectus distribué trop tôt, peu d'impact sur les visites à la rentrée.
- Des frais de personnel augmentés par une embauche imprévue.
- Un vendeur avec des compétences techniques peu développées dans la chaussure.
- Des prix d'achat plus élevés.
- Moins de surveillance sur les produits.
- Plus de vols.
- Plus de détériorations.

(...)

Accepter toute proposition cohérente avec les résultats chiffrés.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 4 sur 10		COMA1107

TROISIÈME PARTIE – CORRIGÉ

28 POINTS

3.1 ANNEXE 3

8 points

Tableau d'analyse des prix et marges pour les chaussures NIKE

Référence chaussure	Prix d'achat initial H.T. en €	2 points		2 points		2 points	
		Prix d'achat H.T. Septembre 2007 (1)	Prix de vente T.T.C. après remise du fournisseur	Prix de vente H.T. en € Septembre 2007 (1)	Marge unitaire Septembre 2007 (1)	Taux de marque Septembre 2007 (1)	
Xcellerator Junior	36,41	27,31 (0,5pt)	39,95	33,40 (0,5pt)	6,09 (0,5pt)	18,23 (0,5 pt)	
Xcellerator Femme	30,65	22,99 (0,5pt)	49,95	41,76 (0,5pt)	18,77 (0,5pt)	44,95 (0,5 pt)	
Xcellerator Homme	16	12 (0,5pt)	24,95	20,86 (0,5pt)	8,86 (0,5pt)	42,47 (0,5 pt)	
AIR MAX LTD Junior	20,19	15,14 (0,5pt)	29,95	25,04 (0,5pt)	9,90 (0,5pt)	39,54 (0,5 pt)	

(1) Les résultats obtenus seront arrondis à deux chiffres après la virgule.

Détail des calculs pour la référence : **Xcellerator Junior** **P. A. H.T.** : $36,41 \times (1 - 0,25) = 27,31$ **P. V. H.T.** : $39,95 / 1,196 = 33,40$
Marge unitaire : $33,40 - 27,31 = 6,09$ **Taux de marque** : $(6,09 / 33,40) \times 100 = 18,23$

Absence de détail des calculs demandés : - 2 points

Si plus de deux mauvais arrondis sur l'ensemble du tableau : - 2 points

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 5 sur 10		COMA1107

QUESTION 3.2 : COMMENTAIRES DES RÉSULTATS EN TERMES DE MARGE ET DE TAUX DE MARQUE

Réponse sur la copie du candidat

3 points

Malgré des prix de vente très attractifs pour des produits de marque, le magasin réalise des marges encore intéressantes. Exemple pour le modèle Xcellerator Femme presque 45 % de taux de marque.

(Commentaire : 1 point et justification : 0,5 point)

Le rendement le plus faible concerne le modèle Xcellerator Junior présenté comme produit d'appel en cette période de rentrée scolaire. Ce produit était destiné à enregistrer de fortes ventes. Seulement 18,25 % de taux de marque (soit 6,09 €) sur cet article mais des ventes importantes étaient prévues.

(Commentaire : 1 point et justification : 0,5 point)

Accepter toute proposition cohérente avec les résultats chiffrés.

QUESTION 3.3 : Annexe 4 (voir page 7/10)

QUESTION 3.4 : COMMENTAIRES SUR LES INDICES

2 points

Réponse sur la copie du candidat

- La famille « Mode » enregistre un indice supérieur à 1 pour le IS au C. A. et IS à la marge : famille sous-représentée. (0,5 point)
- La famille « Multisport » enregistre un IS au C. A. inférieur à 1 mais son IS à la marge est proche de 1 : famille légèrement sous-représentée. (0,5 point)
- La famille « Running » est sur-représentée selon l'IS à la marge. (0,5 point)
- La famille « Tennis » est largement sur-représentée selon l'IS au C. A. et l'IS à la marge. (0,5 point)

QUESTION 3.5 : LINÉAIRES OPTIMUMS DES QUATRE FAMILLES LES PLUS VENDUES

Annexe 5

3 points

Familles	Linéaire idéal (reporter les calculs)	Commentaires
Mode	$380 \times 1,114 = 423,32$ soit 423 cm (0,5 point)	Famille qui dégage de la marge, elle est actuellement sous représentée il faut augmenter le linéaire. (0,5 point)
Multisport	$120 \times 0,937 = 112,44$ soit 112 cm (0,5 point)	Familles qui sont sur représentées, les réduire au profit de la famille Mode qui enregistre de très bons résultats. (0,5 point)
Running	$80 \times 0,745 = 59,60$ soit 60 cm (0,5 point)	
Tennis	$50 \times 0,695 = 34,75$ soit 35 cm (0,5 point)	

N B : Si erreur, tenir compte des résultats obtenus dans le tableau précédent : annexe 4

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 6 sur 10		COMA1107

TABLEAU DES INDICES DE SENSIBILITÉ DES QUATRE FAMILLES LES PLUS VENDUES

Marque : NIKE Rayon : chaussures de sport

Familles	C. A. en € T.T.C. (1)	C. A. en € H.T. (1)	Marge commerciale en € (1)	Linéaire en cm	% Linéaire (1)	% C. A. (1)	% Marge (1)	Indice de sensibilité au C. A. (2)	Indice de sensibilité à la marge (2)
Chaussures mode	18 715,54 <i>(0,25 pt)</i>	15 648,44 <i>(0,25 pt)</i>	5 586,32 <i>(0,25 pt)</i>	380	60,32 <i>(0,25 pt)</i>	66,44 <i>(0,25 pt)</i>	67,17 <i>(0,25 pt)</i>	1,101 <i>(0,50 pt)</i>	1,114 <i>(0,50 pt)</i>
Chaussures multisport	4 590,85 <i>(0,25 pt)</i>	3 838,50 <i>(0,25 pt)</i>	1 484,22 <i>(0,25 pt)</i>	120	19,05 <i>(0,25 pt)</i>	16,30 <i>(0,25 pt)</i>	17,85 <i>(0,25 pt)</i>	0,856 <i>(0,50 pt)</i>	0,937 <i>(0,50 pt)</i>
Chaussures de running	3 474,67 <i>(0,25 pt)</i>	2 905,24 <i>(0,25 pt)</i>	786,54 <i>(0,25 pt)</i>	80	12,70 <i>(0,25 pt)</i>	12,34 <i>(0,25 pt)</i>	9,46 <i>(0,25 pt)</i>	0,972 <i>(0,50 pt)</i>	0,745 <i>(0,50 pt)</i>
Chaussures de tennis	1 386,44 <i>(0,25 pt)</i>	1 159,23 <i>(0,25 pt)</i>	459,01 <i>(0,25 pt)</i>	50	7,94 <i>(0,25 pt)</i>	4,92 <i>(0,25 pt)</i>	5,52 <i>(0,25 pt)</i>	0,620 <i>(0,50 pt)</i>	0,695 <i>(0,50 pt)</i>
TOTAL	28 167,50 <i>(0,5 pt)</i>	23 551,42 <i>(0,5 pt)</i>	8 316,09 <i>(0,5 pt)</i>	630	≈ 100	100,00 <i>(0,25 pt)</i>	100,00 <i>(0,25 pt)</i>		

(1) Les résultats obtenus seront arrondis à deux chiffres après la virgule.

(2) Les résultats obtenus seront arrondis à trois chiffres après la virgule.

Détail des calculs pour la première famille :

C. A. T.T.C. : $10\,062,12 \times 1,86 = 18\,715,54$

% linéaire : $(380/630) \times 100 = 60,32$

IS C. A. : $66,44 / 60,32 = 1,101$

C. A. H.T. : $18\,715,54 / 1,196 = 15\,648,44$

% C. A. : $(15\,648,44 / 23\,551,42) \times 100 = 66,44$

IS à la marge : $67,17 / 60,32 = 1,114$

Marge : $15\,648,44 - 10\,062,12 = 5\,586,32$

% Marge : $(5\,586,32 / 8\,316,10) \times 100 = 67,17$

Absence de détail des calculs demandés : - 2 points

Si plus de deux mauvais arrondis sur l'ensemble du tableau : - 2 points

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 7 sur 10		COMA1107

QUATRIÈME PARTIE – CORRIGÉ**21,5 POINTS****4.1- L'ANALYSE DU RAYON BASKET****5 points****Annexe 6***1 point par commentaire (0,5 point par élément)*

Critères d'analyse	Commentaires (deux éléments)
La présentation générale du rayon chaussure	Sept rayons : baby à l'adulte (homme ou femme) Un mural de 28 m Un univers spacieux
Les produits	Nombreuses marques Rayon des accessoires qui complètent les produits principaux Produits qui couvrent un grand nombre de sports
Les marques	Marques connues et reconnues dans le domaine du sport (Nike, Adidas, Reebok) Marques recherchées par les jeunes telles que Puma, Asics, ...
La signalétique	Une étiquette-prix sur chaque paire de baskets Un support sur chaque tête de gondole avec l'enseigne du point de vente et la possibilité d'ajouter un deuxième prix Affichage des pointures sous les baskets
Le mobilier	Présentoir PUMA Gondoles (métal et bois) Bancs d'essayage

*Accepter toute réponse cohérente***4.2- LES CONSIGNES DE M. GUY****4 points****Annexe 7**

Les consignes	Les justifications
La table « bonnes affaires » doit être changée. <i>(1 point)</i>	La planche peut être dangereuse pour un enfant qui se cognerait au bord ou passerait en dessous. De plus les tréteaux peuvent céder sous le poids des chaussures ou des clients qui s'appuient dessus. <i>(1 point)</i>
Enlever ce qui se trouve devant la sortie de secours. <i>(1 point)</i>	En cas d'évacuation cela peut empêcher ou gêner l'ouverture des portes et l'évacuation des clients. <i>(1 point)</i>

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 8 sur 10		COMA1107

Annexe 8

Critères	Calculs	Résultats
Niveaux de présentation		10 (0,5 point)
Linéaire au sol		1 m (0,5 point)
Linéaire développé	10 x 1 (0,5 point)	10 m (0,5 point)
Capacité de stockage d'un niveau de présentation en nombre de chaussures	52 / 12 \simeq 4 (1 point)	Quatre baskets (0,5 point)
	1m =100 cm 100 / 28 \simeq 3 (1 point)	Donc trois baskets en longueur (0,5 point)
	3 x 4 = 12 (1 point)	Au total 12 baskets (0,5 point)
Capacité totale de stockage de la tête de gondole en paires de chaussures	12 / 2 = 6 6 paires x 10 niveaux = 60 (0,5 point)	60 paires de baskets (0,5 point)

Détails des calculs est exigé, sinon : – 2 points

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 9 sur 10		COMA1107

4.4 PROPOSITIONS ET JUSTIFICATIONS D'EMPLACEMENT DES PRODUITS NIKE

5 points

Annexe 9

Proposition d'emplacement des produits NIKE

Produits	Choix de l'emplacement	Justifications
Femme WMNS Air Pegasus	Sur piles au rayon running femme <i>(0,5 point)</i>	Ces chaussures de la famille running doivent se trouver près du rayon correspondant. Comme nous en avons reçu 72 et qu'elles doivent toutes être en rayon elles doivent être empilées. En effet une tête de gondole ne peut contenir que 60 paires de baskets. <i>(0,5 point)</i>
Homme Air Pegasus	En tête de gondole au rayon running homme <i>(0,5 point)</i>	Ces chaussures de la famille running doivent se trouver sur la 1 ^{ère} tête de gondole du rayon correspondant soit le running homme. En effet, les produits seront visibles dès l'arrivée des clients dans le rayon. De plus une TG peut contenir 60 paires de baskets. <i>(0,5 point)</i>
Junior Air Pegasus	En tête de gondole au rayon junior <i>(0,5 point)</i>	Ces chaussures doivent être près du rayon correspondant. Comme nous avons moins de 60 paires de baskets elles seront en TG par contre il faudra supprimer des racks. <i>(0,5 point)</i> <i>Pas de point si le candidat ne supprime pas les racks</i>
Homme Air Max Smash	Sur le mural et les autres en réserve <i>(0,5 point)</i>	Ces chaussures coûtent plus de 70 €. Il y aura donc une chaussure sur le mural et tout le stock sera conservé en réserve pour éviter la démarque <i>(0,5 point)</i>
Air POINT Baller	En tête de gondole au rayon basket <i>(0,5 point)</i>	Les chaussures doivent être dans le rayon correspondant c'est à dire basket. Comme nous avons moins de 60 paires de baskets elles seront en tête de gondole par contre il faudra supprimer des racks. <i>(0,5 point)</i> <i>Pas de point si le candidat ne supprime pas les racks</i>

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGÉ
Page 10 sur 10		COMA1107