

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

## COMMERCE

### ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

#### SOUS-ÉPREUVE A1 ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE

## CORRIGÉ

LE CORRIGÉ COMPORTE : 7 pages

-----

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
0509-CO ST A	Page 1 sur 7	

**1. évolution générale du marché****3 points**

marché en croissance .....	(1 point)
en valeur (1,15 milliard €) ou + 3,1 % .....	(1 point)
en volume (35 millions d'unités) ou + 4 % .....	(1 point)

**2a. offre - les trois familles dynamiques sur le marché****3 points**

petit déjeuner : + 12 % en valeur, + 3 % en volume .....	(1 point)
santé beauté : + 8 % en valeur, + 4 % en volume .....	(1 point)
préparation culinaire : + 4 % en valeur, + 7 % en volume .....	(1 point)

**2b. offre - évolution de l'offre (innovation)****(trois réponses) (\*)****3 points**

nouveau design et nouvelles couleurs .....	(1 point)
nouveaux produits avec de nouvelles fonctions .....	(1 point)
anciens produits «relookés» et/ou plus sophistiqués .....	(1 point)

**3. place de la grande distribution alimentaire et évolution****(quatre réponses)****4 points**

les hypers sont leaders (45 % de PDM.) .....	(1 point)
la GDA (hypers + supers) détient près de la moitié du marché .....	(1 point)
néanmoins érosion de la part de marché des hypers sur quatre ans au bénéfice des «grands multispécialistes» .....	(2 points)

**4a. demande- équipement des ménages****(deux réponses) (\*)****2 points**

taux d'équipement de 90 % .....	(1 point)
il y a une moyenne de quinze produits PEM dans un foyer .....	(1 point)

**4b. demande-habitudes et comportements d'achat (quatre réponses) (\*)****4 points**

les ménages achètent deux à trois appareils par an .....	(1 point)
l'achat plaisir se substitue à l'achat utilitaire .....	(1 point)
on compte de plus en plus d'achats d'impulsion et d'achats cadeaux .....	(1 point)
le client remplace un ancien produit par un nouveau plus « innovant » ....	(1 point)

**5. conclusion. les éléments à améliorer par les distributeurs****(trois réponses) (\*)****3 points**

le conseil à la vente .....	(1 point)
le manque de lisibilité du rayon .....	(1 point)
les informations consommateurs (« assistance à l'achat ») .....	(1 point)

(\*) accepter toutes autres réponses cohérentes

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>	<b>CORRIGÉ</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 2 sur 7</b>

## ÉTUDE DES ATTENTES CLIENTÈLE

- |   |                 |
|---|-----------------|
| • Une phrase d'introduction et une phrase de conclusion | <b>2 points</b> |
|---|-----------------|

*Exemples :*

Introduction : Bonjour, afin de toujours mieux vous satisfaire, votre hypermarché HYPERAUVERGNE souhaite recueillir votre avis sur le rayon petit électroménager. Pouvez-vous m'accorder quelques instants ? *1 point*

Conclusion : Je vous remercie de votre participation et vous souhaite une agréable journée, à bientôt dans votre magasin. *1 point*

- |   |                 |
|---|-----------------|
| • <b>Présentation :</b><br>soin, numérotation des questions et organisation logique | <b>3 points</b> |
|---|-----------------|

- |   |                 |
|---|-----------------|
| • <b>De neuf à onze questions</b><br>(enlever un point si moins de neuf questions ou plus de douze) | <b>9 points</b> |
|---|-----------------|

**Variété de la forme des questions :** *4 points*

Exemples { question fermée unique,  
question à choix multiples,  
question à échelle,  
question ouverte (le moins possible).

**Respect des objectifs de l'enquête :** *2 points*

- habitudes du client dans le magasin (fréquence de visite et durée des achats)
- achats PEM effectués au cours des six derniers mois
- lieux d'achat des produits (+ raisons du choix)
- satisfaction pour le rayon (informations consommateurs, service et conseil, offre produits, clarté et visibilité du linéaire)
- éléments d'identification de l'enquêté (sexe, âge, CSP, code postal)

**clarté des questions** *3 points*

- |  |                |
|--|----------------|
| • <b>Administration du questionnaire</b> | <b>1 point</b> |
|--|----------------|

Lieu : entrée du magasin et/ou sortie-caisse  
(ne pas accepter «dans la zone PEM»)

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>	<b>CORRIGÉ</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 3 sur 7</b>

**CORRIGE – TROISIEME PARTIE (ANNEXE 2)**

**12 POINTS**

**PROFIL TYPE DU (DE LA) CONSEILLER(ÈRE) DE VENTE  
RAYON PEM**

Éléments du profil recherché	Éléments de réponse		Justifications	
<b>trois qualités personnelles</b>	- <i>sens du contact</i>	<b>1 point</b>	- <i>accueillir, conseiller</i>	<b>0,5 point</b>
	- <i>organisation rigueur</i>	<b>1 point</b>	- <i>rangement, contrôle produits, contrôle balisage et étiquetage</i>	<b>0,5 point</b>
	- <i>initiative, créativité</i>	<b>1 point</b>	- <i>bonne présentation des produits, implantation nouveautés, opérations commerciales</i>	<b>0,5 point</b>
<b>trois compétences professionnelles</b>	- <i>techniques de vente</i>	<b>1 point</b>	- <i>importance de la vente et volonté de palier les faiblesses des vendeurs souvent remarquées dans ce rayon</i>	<b>0,5 point</b>
	- <i>connaissances produits</i>	<b>1 point</b>	- <i>produits « techniques », plus d'efficacité à la vente</i>	<b>0,5 point</b>
	- <i>maîtrise de l'outil informatique</i>	<b>1 point</b>	- <i>édition des bons de retraits, création de l'étiquetage et du balisage</i>	<b>0,5 point</b>
<b>Formation et expérience</b>	- <i>bac pro commerce</i>	<b>1 point</b>	- <i>connaissances de base en vente et gestion commerciale</i>	<b>0,5 point</b>
	- <i>1<sup>ère</sup> expérience de la vente en PEM</i>	<b>1 point</b>	- <i>adaptation rapide à ce poste</i>	<b>0,5 point</b>

**CORRIGE – TROISIEME PARTIE (ANNEXE 3)**

**8,5 POINTS**

**ANNONCE DE RECRUTEMENT**

Nom de l'enseigne	(0,5 point)
Recherche	
Intitulé du poste - rayon - contrat	(1 point)
- Principales activités liées à la fonction : conseiller, vendre,	(1 point)
- Principales qualités : au moins deux, relevées dans le profil de poste	(1 point)
- Principales compétences : au moins deux, relevées dans profil de poste	(1 point)
- Diplôme, expérience	(1 point)
- Disponibilité (sous deux mois)	(0,5 point)
- Modalités de réponse à l'annonce	(1 point)
Qualité de la présentation	(1,5 point)

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>	<b>CORRIGE</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 4 sur 7</b>

**CORRIGÉ – QUATRIÈME PARTIE (copie du candidat)****2 POINTS**

41°) quatre réponses exigées (0,5 point par réponses)

- trois produits minimum
- produits complémentaires
- effet de masse
- implantation proche du rayon concerné
- durée maximum 15 jours
- réapprovisionnement régulier
- prix promotionnel
- ...

**CORRIGÉ - QUATRIÈME PARTIE (ANNEXE 4)****10,5 POINTS****SUIVI DES PRIX DE VENTE PROMOTIONNELS - CALCUL DE LA MARGE**

	PA HT	Coefficient* « promo » (2)	Taux de marque « promo » (1)	PV TTC « promo » (1)	PV HT « promo » (1)	Marge brute unitaire (1)
Référence 1 cafetière	26,50 1 point	1,509 0,25 point	20,75 %	39,99 0,25 point	33,44	6,94 0,5 point
Référence 2 bouilloire	18,60 1 point	1,612 0,25 point	25,81 %	29,98 0,25 point	25,07	6,47 0,5 point
Référence 3 Grille pain	15,50 1 point	1,612	25,80 % 0,25 point	24,98 0,25 point	20,89	5,39 0,5 point
Référence 4 Presse agrumes	9,40 1 point	1,701	29,69 % 0,25 point	15,99 0,25 point	13,37	3,97 0,5 point

\* coefficient multiplicateur du PA HT au PV TTC

TVA : 19,6 %

(1) arrondissez vos résultats à deux chiffres après la virgule

(2) arrondissez vos résultats à trois chiffres après la virgule

Non respect des arrondis : - 1 point pour l'ensemble

**Détail des calculs : (si manquant - 1 point) (0,5 x 5 = 2,5 points)**

- PV TTC «promo» (référence 1) :  
 $33,44 \times 1,196 = 39,99 \text{ €}$
- Marge brute unitaire «promo» (référence 1) :  
 $(33,44 * 20,75) / 100 = 6,94 \text{ €}$
- PA HT (référence 1) :  
 $33,44 - 6,94 = 26,50 \text{ €}$
- coefficient «promo» (référence 1) :  
 $39,99 / 26,50 = 1,509$
- taux de marque (référence 3) :  
 $(5,39 / 20,89) \times 100 = 25,80 \%$

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>		<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>		<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>		<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>		<b>CORRIGÉ</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 5 sur 7</b>	

**CORRIGE – QUATRIÈME PARTIE (ANNEXE 5)**

**2 POINTS**

**SUIVI DES VENTES OPÉRATION « PETIT DÉJEUNER » 2004 SEMAINES 38 ET 39**

**Extrait cadencier : (0,5 point par ligne, soit 0,5 x 4 = 2 points))**

**\* L = livraison**

	Semaine 38				Semaine 39				Semaine 40		Semaine 38 + semaine 39
	Stock réserve	Stock rayon	L*	Ventes	Stock réserve	Stock rayon	L*	Ventes	Stock réserve	Stock rayon	Total ventes promo
Réf 1 cafetière	16	8	10	22	6	6	20	22	2	8	44
Réf 2 bouilloire	16	6	10	22	4	6	8	15	0	3	37
Réf 3 Grille- pain	8	6	10	18	0	6	12	14	0	4	32
Réf 4 Presse- agrumes	5	4	10	16	1	2	12	13	0	2	29

**CORRIGÉ – QUATRIÈME PARTIE (ANNEXE 6)**

**5 POINTS**

**TABLEAU DE BORD PROMO PEM « PETIT DÉJEUNER »**

(Arrondir vos calculs à deux chiffres après la virgule)

PROMOTION		PROMOTION 2003	PROMOTION 2004
<b>D' C A H F I F T. F A T. F I C. R R E E S</b>	Objectif	3 900,00	3 900,00
	Réalisé	3 568,61	4 132,21 (recopie)
	Écart en valeur	331,39 (0,5 point)	232,21 (0,5 point)
	Écart en %	- 8,5 (0,5 point)	+ 5,95 (0,5 point)
	% évolution		+ 15,79 (1 point)
<b>M A R G E</b>	Objectif		815,00
	Réalisée	720,00	804,32 (recopie)
	Écart en valeur		10,68 (0,5 point)
	Écart en %		- 1,31 (0,5 point)
	% évolution		+ 11,71 (1 point)

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>	<b>CORRIGE</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 6 sur 7</b>

**CORRIGE – QUATRIÈME PARTIE (ANNEXE 7)****3 POINTS****Vos conclusions sur l'opération promotionnelle « petit déjeuner » 2004:**

- augmentation du chiffre d'affaires
- dépassement de l'objectif fixé

*1,5 point*

- augmentation de la marge brute mais de façon moins importante que le CA.
- on n'atteint pas l'objectif fixé

*1,5 point*

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>SESSION 2005</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>	<b>CORRIGE</b>
<b>0509-CO ST A</b>	<b>Page 7 sur 7</b>

## HYPERAUVERGNE

Parties		Questions	Supports	Barème	Nom et signature du ou des correcteur(s)
<b>I</b>	Analyse du marché « PEM »	I - 11	Annexe 1	...../3 points	
		I - 12a I - 12b	Annexe 1	...../3 points ...../3 points	
		I - 13	Annexe 1	...../4 points	
		I - 14a I - 14b	Annexe 1	...../2 points ...../4 points	
		I - 2	Annexe 1	...../3 points	
		.....			
<b>II</b>	Etude des attentes de la clientèle	introduction conclusion	copie	...../2points	
		présentation	copie	...../3 points	
		questions	copie	...../9 points	
		administration	copie	...../1 point	
		.....			
<b>III</b>	Recrutement d'un(e) conseiller(ère) de vente	III - 1	Annexe 2	...../12 points	
		III - 2	Annexe 3	...../8,5 points	
		.....			
<b>IV</b>	Suivi d'une animation promotion	IV - 1	copie	...../2 points	
		IV - 2	Annexe 4	...../10,5 points	
		IV - 3	Annexe 5	...../2 points	
		IV - 4	Annexe 6	...../5 points	
		IV - 5	Annexe 7	...../3 points	
		.....			
<b>NOTE ..... /80</b>					<b>NOTE ..... /20</b>

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>		<b>SESSION 2005</b>	
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>		<b>Coefficient : 4</b>	<b>Page 1 sur 1</b>
<b>ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1</b>		<b>Durée : 3 heures</b>	
<b>Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente</b>			<b>PAGE DE NOTATION</b>
<b>0509-CO ST A</b>			