

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 : 10 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
Page 1 sur 10	

CORRIGÉ de l' ANNEXE 1

CARACTÉRISTIQUES DU GROUPEMENT SYSTÈME U

CARACTÉRISTIQUES	
1.1 Progression du CA en % entre 2000 et 2001	- + 10,57 % (0,5 point)
1.2 CA 2000	<p>Détail des calculs : $11,65 / 1,1057 = 10,54$ milliards €</p> <p>Résultat : 10,54 milliards €</p> <p>(1 point, enlever 0,5 point si absence des calculs)</p>
1.3 Part de marché de Système U et son évolution	<p>- 7,7 %</p> <p>- Hausse de 0,7 point</p> <p>(deux réponses x 0,5 point = 1 point)</p>
1.4 Raisons du développement du groupement	<ul style="list-style-type: none"> - Engouement des français pour les supermarchés et les magasins de proximité - Système U s'est doté de 80 000 m² de surface de vente supplémentaire en 2001 - Modernisation des points de vente - 22 ouvertures de point de vente <p>(quatre réponses x 0,5 = 2 points)</p>
1.5 Type de surface le plus représenté dans le groupement	- Le supermarché (0,5 point)
1.6 Différentes enseignes du groupe Système U (classement croissant suivant la surface de vente)	<p>- Marché U, Super U, Hyper U</p> <p>(1 point pour les trois formats trouvés et 0,5 point pour classement)</p>
1.7 Forme principale d'adhésion sous laquelle se font les ouvertures des points de vente	<p>- Ralliement</p> <p>(0,5 point)</p>

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
Page 2 sur 10	

Étude d'un service de location : (15,5 points)**2.1 Deux raisons :**

- Système U n'a jamais joué les meneurs s'agissant des services,
- Originalité du service de location,
- Les loueurs sont rarement implantés dans les petites et moyennes villes où U est spécialiste.

(deux réponses x 1 = 2 points. Accepter toute réponse cohérente)

2.2 Stratégie : Franche agressivité tarifaire pour percer le marché.

- Deux arguments :**
- limiter la concurrence des autres loueurs,
 - être fidèle à une politique de prix bas (utilitaires à prix discount).

(trois réponses x 0,5 = 1,5 point. Accepter toute réponse cohérente)

2.3 a)

ENSEIGNES	COÛT DE LOCATION
1. Ucar	$59 \text{ €} + [(434 \text{ km} - 100 \text{ km}) \times 0,20 \text{ €}] = 125,80 \text{ €}$
2. Système U	$44 \text{ €} + [(434 \text{ km} - 100 \text{ km}) \times 0,26 \text{ €}] = 130,84 \text{ €}$
3. Ada	$79 \text{ €} + [(434 \text{ km} - 100 \text{ km}) \times 0,19 \text{ €}] = 142,46 \text{ €}$

6 points dont :

- tableau (1 point)
- classement juste (1 point),
- calculs détaillés (1 point)
- calculs justes (trois réponses x 1 point = 3 points)

2.3 b) $\frac{(130,84 \text{ €} - 125,80 \text{ €})}{125,80 \text{ €}} \times 100 = 4\%$ plus cher que Ucar

- **calcul de la différence :** 2 points (enlever 0,50 point si absence des calculs et/ou si mauvais choix du concurrent)

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
Page 3 sur 10	

2 4 Deux avantages :

- tarifs très compétitifs
- simplicité
- flux de clients
- fidélisation de clients
- CA
- publicité (logo U sur le camion)
- notoriété accrue

(deux réponses x 1 point = 2 points)

Deux inconvénients :

- le personnel du SAV peut-il toujours assumer cette nouvelle mission (compétence, disponibilité, moyens techniques...)
- expérience déployée à petite échelle
- expérience présentée comme un test
- coût de mise en place et d'exploitation
- projet piloté par centrale située à l'ouest
- projet piloté uniquement par une centrale dédiée d'où problème d'adaptation locale
- réaction des loueurs
- aucun résultat des tests encore connu
- ...

(deux réponses x 1 point = 2 points)

Le développement des services au rayon « charcuterie-traiteur » : (11 points)

2.5 Six nouveaux services offerts à la clientèle de l'Hyper U de CHANTONNAY :

- carte permanente de menus
- livraison à domicile
- livraison gratuite
- personne dédiée à la préparation des commandes et à la présentation des plateaux et autres compositions en fin de semaine
- menus de fin d'année
- commandes à la carte
- produits frais industriels filmés sur place par le magasin
- barquettes de couleurs différentes pour mieux repérer les diverses familles de produits
- aide à la vente pour produits haut de gamme
- gamme de charcuteries artisanales proposée
- qualité visuelle (produits tranchés devant le client)
- agrandissement du rayon
- PLV et codes couleurs
- ...

(six réponses x 0,5 point = 3 points)

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

Page 4 sur 10

2.6 Linéaire au sol : 9,6 m (1,20 m x 8)

(1 point)

2.7

Deux avantages :

- renforce l'image de fraîcheur
- fidélise la clientèle
- pas de rupture de stock puisque les produits peuvent être emballés au fur et à mesure
- ...

(deux réponses x 1 point = 2 points)

Deux inconvénients :

- DLC (plus courte) par rapport aux produits emballés sous-atmosphère ou sous-vide
- durées de vie variant de deux à cinq jours
- temps de préparation supplémentaire
- matériel de préparation nécessaire
- personnel qualifié et dédié à cette activité
- contraintes en matière sanitaire
- ...

(deux réponses x 1 point = 2 points)

2.8 Exemples d'opérations thématiques (accepter toute proposition, au moins deux, à partir du moment où elle est cohérente avec la politique commerciale de l'enseigne et le rayon en question) :

- brochettes l'été
- raclette l'hiver
- le porc en automne, ...

(deux réponses x 0,5 point = 1 point)

2.9 Exemples de PLV (accepter toute proposition, au moins deux, à partir du moment où elle est cohérente avec le contexte du sujet) :

- affichage pour la promotion de la charcuterie
- dégustation
- PLV sonore
- réglette pour baliser le linéaire
- matériel PLV combiné avec matériel promo (urne avec publicité pour déposer bulletins-réponse)
- fiches recettes, ...

(deux réponses x 1 = 2 points)

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

PARTIE III

31,5 POINTS

3-1 (0,5 point par case + 0,5 points par calcul détaillé)

11,5 points

CORRIGÉ de l'ANNEXE 2

TABLEAU DE CALCUL DE LA MARGE
(Avant actualisation des tarifs)

Réf.	Taux de marque	Coût d'achat HT	PV HT Tarif courant *	PV TTC Avant actualisation des tarifs *	Quantité en stock	Objectif CA HT	Objectif marge unitaire	Objectif marge totale
6100	20 %	2,72 € les 320gr	3,40 (0,5 point)	3,59 (0,5 point)	40 kg	425,00 (0,5 point)	0,68 (0,5 point)	85,00 (0,5 point)
6200	25 %	6,41€ le kg	8,55 (0,5 point)	9,02 (0,5 point)	20 kg	171,00 (0,5 point)	2,14 (0,5 point)	42,80 (0,5 point)
6250	22 %	6,00 € le kg	7,69 (0,5 point)	8,11 (0,5 point)	10 kg	76,90 (0,5 point)	1,69 (0,5 point)	16,90 (0,5 point)
Total					70 kg (0,5 point)	672,90 (0,5 point)		144,70 (0,5 point)
Indiquez le détail des calculs pour la référence 6100	<p>2,72</p> <p>- PV HT = $\frac{2,72}{1 - 0,20} = 3,40 \text{ €}$ (0,5 point)</p> <p>- PV TTC = $3,40 \times 1,055 = 3,59 \text{ €}$ (0,5 point)</p> <p>40 000</p> <p>- Objectif CA HT = $3,40 \times \frac{40}{320} = 3,4 \times 125 = 425,00 \text{ €}$ (0,5 point)</p> <p>- Objectif marge unitaire = $3,4 - 2,72 = 0,68 \text{ €}$ (0,5 point)</p> <p>- Objectif marge totale = $0,68 \times 125 = 85,00 \text{ €}$ (0,5 point)</p>							

*Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule

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
Page 6 sur 10	

3-2 CORRIGÉ de l'ANNEXE 3

13 points

TABLEAU D'ACTUALISATION DES TARIFS ET DE DÉTERMINATION DE LA DÉMARQUE

Réf.	PV TTC du concurrent Carrefour	PV HT* du concurrent Carrefour	PV HT Hyper U avant actualisation	PV TTC Hyper U avant actualisation	PV TTC définitif, actualisé	Quantité en stock	Objectif CA HT (prix actualisé)	Objectif marge totale (prix actualisé)	Objectif marge totale (prix tarif courant, avant actualisation)	Démarque totale en €
6100	(0,25 point) 3,90	(0,25 point) 3,70	3,40	(0,25 point) 3,59	(0,75 point) 3,59	40 kg	(0,5 point) 425,00	(0,5 point) 85,00	(0,25 point) 85,00	(0,5 point) 0
6200	(0,25 point) 8,90	(0,25 point) 8,44	8,55	(0,25 point) 9,02	(0,75 point) 8,90	20 kg	(0,5 point) 168,80	(0,5 point) 40,60	(0,25 point) 42,80	(0,5 point) - 2,20
6230	(0,25 point) 6,20	(0,25 point) 5,88	7,69	(0,25 point) 8,11	(0,75 point) 6,33	10 kg	(0,5 point) 60,00	(0,5 point) 0	(0,25 point) 16,90	(0,5 point) - 16,90
Total						(0,25 point) 70 kg	(0,5 point) 653,80	(0,5 point) 125,60	(0,25 point) 144,70	(0,5 point) - 19,10
Indiquez le détail des calculs de la réf. 6230 pour la démarque	(1,25 point) $(7,69 - 6,00) \times 10 = 16,90 \text{ €}$									

* Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

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	
Page 7 sur 10			

3.3 (1 point par justification)

3 points

Justification de la décision qui s'impose en matière de prix de vente définitif :

- Réf 6100 : mon concurrent Carrefour est plus cher donc je maintiens mon tarif d'Hyper U à 3,59 €.
- Réf 6200 : je m'aligne sur mon concurrent Carrefour qui est moins cher (PV TTC de 8,90 €).
- Réf 6230 : je ne peux pas m'aligner sur mon concurrent Carrefour sans me trouver en dessous du seuil de revente à perte. En effet : $6,00 \times 1,055 = 6,33$ et 6,33 est supérieur à 6,20 d'où la décision de vendre à prix coûtant, à savoir 6,33 € TTC.

3-4 1 point pour chaque pourcentage et 2 points pour le commentaire

4 points

a) Évolution de l'objectif de CA HT total en % à la suite de l'actualisation :

Objectif prévisionnel CA HT = 672,90 €

Objectif réalisé CA HT = 653,80 € d'où une **perte** de CA HT de 19,10 € en valeur

soit en pourcentage : $(19,10 \times 100) / 672,90 = 2,84 \%$

(accepter -2,84 %)

b) Évolution de l'objectif de la marge totale en % à la suite de l'actualisation :

Objectif prévisionnel marge totale = 144,70 €

Objectif réalisé marge totale = 125,6 € d'où une **perte** de marge totale de 19,10 € en valeur

soit en pourcentage : $(19,10 \times 100) / 144,70 = 13,20 \%$

(accepter -13,20 % ou 13,2 % ou -13,2%)

c) Commentaire :

L'actualisation des tarifs a engendré de la démarque. Comme le point de vente a été amené à baisser ses prix, la marge s'en trouve amoindrie (- 13,20 %) alors que la baisse du CA HT est peu significative (- 2,84 %).

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

PARTIE IV**15 points**

4-1

2 points

- a) **Amplitude hebdomadaire d'ouverture du magasin** : $11 \text{ h} \times 6 = 66 \text{ heures}$ (1 point)
 b) **Amplitude hebdomadaire de présence des employées** : $14 \text{ h} \times 6 = 84 \text{ heures}$ (1 point)

$$[11 + 2\text{h}30 + 0\text{h}30 = 14 \text{ heures}]$$

4-2

*11 points**ANNEXE 4 (voir page suivante)*

Plusieurs solutions sont envisageables. Accepter toute réponse logique si elle tient compte des contraintes.

Vérification des consignes à vérifier sur le planning du candidat – ANNEXE 4

1. Le total des heures par employée est respecté	<i>1 point</i>
2. L'amplitude horaire journalière est respectée	<i>1 point</i>
3. Les quatre employées ont leur jour de congé respecté en plus du dimanche	<i>1 point</i>
4. Il faut que JULIA soit au travail 2 heures 30 avant l'ouverture du magasin (soit à 6 heures, sauf le mardi)	<i>1 point</i>
5. EMMA doit commencer son travail à 6 heures le mardi	<i>1 point</i>
6. Il faut une employée une demi-heure après la fermeture du magasin (jusqu'à 20 heures)	<i>1 point</i>
7. L'employée terminant à 20 heures ne peut commencer son travail le lendemain matin qu'à partir de 8 heures (minimum 12 heures de repos)	<i>1 point</i>
8. Le vendredi, de 15 heures à 19 heures 30, trois employées sont nécessaires sur le rayon	<i>1 point</i>
9. Le samedi, de 8 heures 30 à 13 heures, trois employées sont nécessaires sur le rayon	<i>1 point</i>
10. Durant la journée, la coupure d'un maximum de 2 heures doit être respectée	<i>1 point</i>
11. CHLOÉ ne doit pas travailler entre 11 heures 30 et 13 heures 30	<i>1 point</i>

= 11 points

4-3

2 points

La nécessité d'établir un planning de travail efficace et harmonieux constitue :

- a) Pour les employées, un facteur essentiel d'épanouissement (sur le plan personnel) et de bien-être (dans l'exercice de leurs fonctions) car leurs souhaits sont pris en compte. (1 point)
- b) Pour le responsable chargé du planning, un facteur supplémentaire de motivation, contribuant de plus à assurer harmonie et bonne ambiance dans l'équipe. (1 point)

Accepter toute réponse cohérente.

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
Page 9 sur 10	

PROPOSITION DE CORRIGÉ

- Indiquez clairement la journée de repos de chaque employée
- Hachurez les cases horaires correspondant aux heures de travail des employées (une moitié de case pour une demi-heure)

PLANNING HORAIRES RAYON « CHARCUTERIE-TRAITEUR »

HEURES EMPLOYÉES	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
LUNDI															
JULIA		■	■	■	■	■	■	■							
ANNABELLE	REPOS														
EMMA									■	■	■	■	■	■	■
CHLOÉ												■	■	■	■
MARDI															
JULIA	REPOS														
ANNABELLE								■	■	■	■	■	■		
EMMA	■	■	■	■	■	■	■								
CHLOÉ												■	■	■	■
MERCREDI															
JULIA		■	■	■	■	■	■								
ANNABELLE								■	■	■	■	■	■	■	■
EMMA										■	■	■	■	■	■
CHLOÉ	REPOS														
JEUDI															
JULIA		■	■	■	■	■	■								
ANNABELLE									■	■	■	■	■	■	■
EMMA	REPOS														
CHLOÉ												■	■	■	■
 VENDREDI															
JULIA		■	■	■	■	■	■								
ANNABELLE								■	■	■	■	■	■	■	■
EMMA										■	■	■	■	■	■
CHLOÉ											■	■	■	■	■
SAMEDI															
JULIA		■	■	■	■	■	■								
ANNABELLE								■	■	■	■	■	■	■	■
EMMA										■	■	■	■	■	■
CHLOÉ														■	■

- Reportez le nombre d'heures effectuées par chaque employée dans le tableau ci-dessous

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES HEURES DE TRAVAIL

Nombre d'heures travaillées	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	TOTAL
Julia	7 h	■	7 h	7 h	6 h 30	7 h 30	35 h
Annabelle	■	5 h	5 h	5 h	6 h	7 h	28 h
Emma	6 h	6 h	6 h	■	6 h	8 h	32 h
Chloé	4 h	4 h	■	4 h 30	5 h 30	5 h 30	23 h 30
TOTAL	17 h	15 h	18 h	16 h 30	24 h	28 h	118 h 30

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
Page 10 sur 10		

Parties		Questions	Supports	Barème	Nom et signature du ou des correcteur(s)
I	L'étude du groupement Système U	I	Annexe 1 / 7 points	
	 / 7 points			
II	Le développement de la politique de services	II-1	Copie / 15,5 points	
		II-2	Copie / 11 points	
	 / 26,5 points			
III	L'actualisation des tarifs	III-1	Annexe 2 / 11,5 points	
		III-2	Annexe 3 / 13 points	
		III-3	Copie / 3 points	
		III-4	Copie / 4 points	
	 / 31,5 points			
IV	L'élaboration du planning de présence des employées « charcuterie-traiteur »	IV-1	Copie / 2 points	
		IV-2	Annexe 4 / 11 points	
		IV-3	Copie / 2 points	
	 / 15 points			
Note / 80 points					Note / 20 points

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		GRILLE DE NOTATION	
Page 1 sur 1			