

CODES	OBJECTIFS / CAPACITES	POINTS
A / B / C	<u>1^{ère} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Suivre l'évolution des ventes • Effectuer des représentations graphiques 	12
B / C	<u>2^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Calculer un coefficient et une vitesse de rotation • En montrer l'intérêt pratique 	15
A / C	<u>3^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apprécier la disposition d'un rayon 	13
C A / B	<u>4^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Dégager les points forts et les points faibles d'une implantation • Dégager les éléments de détermination d'un chiffre d'affaires prévisionnel 	10
A	<u>5^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les principales formes de commerces 	12
B	<u>6^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Participer à la préparation d'une action d'animation 	12
B	<u>7^{ème} PARTIE</u> <ul style="list-style-type: none"> • Imputer, coder des informations comptables 	6

Les annexes 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 sont à rendre avec la copie

ACADEMIE DE POITIERS		SESSION JUIN 1999	
EXAMEN : B . E . P . V A M		Durée : 2 h 30	Coef. : 4
EPREUVE : EP2 : TRAVAUX LIÉS À L'ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION, À LA COMMUNICATION ET À LA GESTION COMMERCIALE			Feuille : 1 / 14

Monsieur VERVEINE possède plusieurs parfumeries. Soucieux de connaître vos capacités avant de vous engager comme vendeur, il vous soumet une série de tâches à effectuer.

I PARTIE

Madame LAVANDE, gère dans un centre commercial, une des parfumeries de Monsieur VERVEINE de 6 mètres sur 6 mètres. Elle a sous ses ordres trois vendeuses. L'assortiment de la parfumerie se décompose en 4 rayons :

- ◊ Rayon A : Produits de beauté
- ◊ Rayon B : Parfum
- ◊ Rayon C : Produits d'hygiène
- ◊ Rayon D : Divers

Enchantée de votre présence, elle vous demande de lui préparer une analyse détaillée de son chiffre d'affaires de l'année passée.

TRAVAIL A FAIRE

1. Complétez le tableau de l'*annexe 1* :

Indiquez :

- Le chiffre d'affaire mensuel,
- Le chiffre d'affaires annuel par rayon,
- Le chiffre d'affaires annuel global,
- La part en % du chiffre d'affaires annuel de chaque rayon.

2. Représentez sur un même graphique *annexe 2*, l'évolution des ventes mensuelles pour chaque rayon.

- Quelles conclusions en tirez-vous sur la répartition mensuelle des ventes pour chaque rayon ?

Échelle : 1 mois = 1 cm

10 000 F = 1 cm

II PARTIE

Embarrassée par son rayon Bains Douches, Madame LAVANDE, vous demande d'en évaluer la rotation. Pour effectuer cette tâche elle vous confie en annexe 3, un tableau de calcul à compléter.



Taux de TVA : 20,6 % - période 240 jours ouvrables.

TRAVAIL A FAIRE

1. Complétez le tableau de l'annexe 3 en calculant successivement pour chaque produit :

- Le prix de vente unitaire hors taxe,
- Le prix d'achat unitaire hors taxe,
- Les achats de la période en quantité,
- Le stock moyen de la période en quantité,
- La consommation de la période en quantité,
- Le coefficient de rotation
- La vitesse de rotation.



Vous n'oublierez pas de mentionner sous votre tableau, les détails de vos calculs pour la troisième ligne (Produit Ushuaïa stimulant).

2. La vitesse moyenne de rotation pour ce type de produit et de magasin est de 30 jours ouvrables.

Quels sont les produits pour lesquels la vitesse de rotation n'est pas satisfaisante ?

Comment pouvez-vous l'expliquer ?

Répondre sur l'annexe 3.

III PARTIE

Monsieur VERVEINE, très intéressé par vos conclusions sur la rotation des baignoires, décide de pousser la réflexion un peu plus loin, il vous confie en document 1 un plan d'implantation des baignoires et vous demande de compléter l'annexe 4.

TRAVAIL A FAIRE

1. Quel est le linéaire développé du meuble de présentation ?
2. Quel est le nombre de références présentées par niveau ?
3. Pour le niveau 3, calculez pour les produits Ushuaïa et Bourjois le linéaire, la frontale, la capacité de stockage.

Profondeur moyenne d'un produit : 5 cm

Largeur moyenne d'un produit : 9 cm

IV PARTIE

Monsieur VERVEINE a l'opportunité d'ouvrir une nouvelle boutique de parfumerie située dans le secteur piétonnier du centre ville. Votre avis l'intéresse.

TRAVAIL A FAIRE

Répondre sur la copie.

1. Donnez pour Monsieur VERVEINE, trois avantages et trois inconvénients d'une implantation en secteur piétonnier de centre ville.
2. Monsieur VERVEINE, vous communique en *annexe 5*, une liste d'éléments. Quels sont ceux qui sont déterminants pour le calcul du chiffre d'affaires prévisionnel ? Répondez sur *l'annexe 5* en sélectionnant par une croix les éléments à retenir puis vous les numéroterez dans leur ordre d'utilisation.

V PARTIE

Monsieur VERVEINE a pris sa décision, il va ouvrir ce nouveau point de vente. Mais, il vient de lire un article sur la franchise, séduit par ce principe il vous remet, en *annexe 6*, l'article et vous demande de l'analyser.

TRAVAIL A FAIRE

1. Quelles sont les trois principales raisons qui conduiraient, Monsieur VERVEINE, à opter pour la franchise ?
Répondre sur la copie.
2. Précisez sur *l'annexe 6*, quelles sont les obligations du franchiseur et du franchisé lorsque le contrat de franchise est conclu ?
3. La loi Doubin du 31.12.89 constitue un réel progrès pour le franchisé, donnez en la raison.
Répondre sur la copie.

VI PARTIE

Finally, Monsieur VERVEINE, ne retiendra pas l'idée de la franchise. En revanche il va ouvrir sa nouvelle parfumerie "AUDREY", 16 Grande Rue, le 18 septembre 1999. Pour la faire connaître il désire envoyer une lettre personnalisée à sa clientèle potentielle. Il s'est déjà procuré un fichier clientèle auprès d'amis commerçants du centre ville.

Cette lettre personnalisée devra faire apparaître :

- Les éléments indispensables,
- Les éventuels promotions et cadeaux,
- L'organisation d'un tirage au sort avec bulletin à découper au bas de cette lettre, et à déposer au magasin.

TRAVAIL A FAIRE

1. Rédigez cette lettre personnalisée sur *l'annexe 7*.
2. Donnez trois avantages de ce mode de communication
Répondre sur la copie.

VII PARTIE

Monsieur VERVEINE est très content de votre travail, il envisage de plus en plus de vous faire un contrat définitif, mais avant il voudrait tester vos capacités comptables.

Pour cela il vous remet en annexe 8 deux factures simplifiées, deux tickets comptables, un extrait du plan comptable.

TRAVAIL A FAIRE

Enregistrez, dans la comptabilité de Monsieur VERVEINE, les deux factures simplifiées dans les tickets comptables prévu à cet effet.

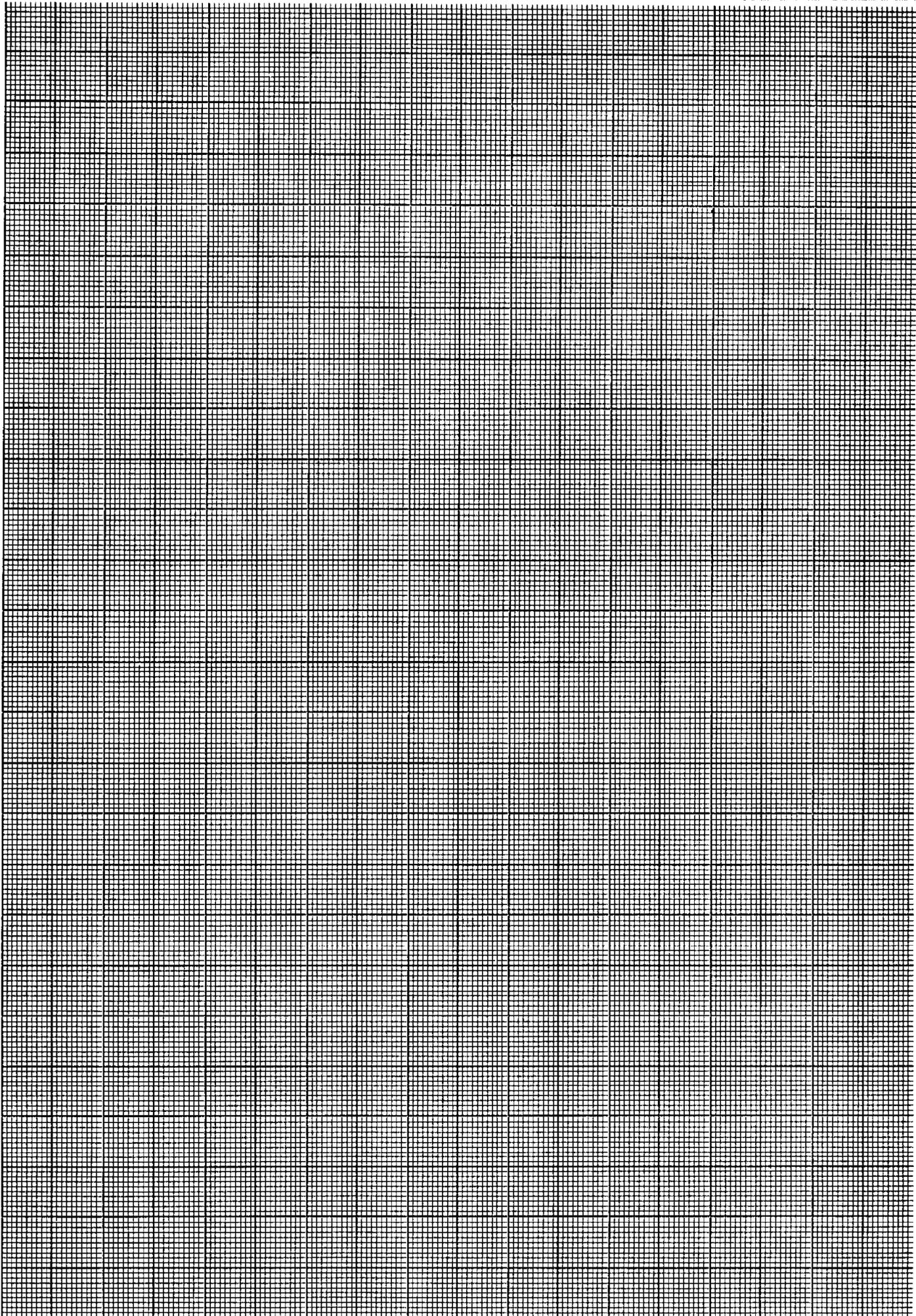
Répondre sur l'annexe 8.

STATISTIQUES DE LA PROFESSION

	minimum	maximum
SURFACE DE VENTE	27 m ²	45 m ²
RENDEMENT AU m ²	67 000 F / m ²	110 000 F / m ²
RENDEMENT PAR PERSONNE EMPLOYEE	700 000 F / m ²	900 000 F / m ²
BUDGET PUBLICITAIRE	1 % du C.A.	2 % du C.A.

CHIFFRES D'AFFAIRES MENSUELS

MOIS	RAYON A	RAYON B	RAYON C	RAYON D	TOTAUX
Janvier	48 000	54 000	12 000	6 000	120 000
Février	72 000	108 000	18 000	12 000	210 000
Mars	72 000	108 000	18 000	12 000	210 000
Avril	96 000	81 000	24 000	9 000	210 000
Mai	144 000	189 000	36 000	21 000	
Juin	120 000	189 000	30 000	21 000	360 000
Juillet	96 000	81 000	24 000	9 000	210 000
Août	96 000	81 000	24 000	9 000	210 000
Septembre	120 000	135 000	30 000	15 000	300 000
Octobre	144 000	162 000	36 000	18 000	360 000
Novembre	192 000	189 000	48 000	21 000	450 000
Décembre	240 000	243 000	60 000	27 000	570 000
TOTAUX	1 440 000		360 000	180 000	
%					



Produits	Prix de vente unitaire TTC	Prix de vente unitaire HT	Taux de marque	Prix d'achat unitaire HT	Achats de la période en quantité HT	Achats de la période en quantité	Stock initial en quantité	Stock final en quantité	Stock moyen en quantité	Consommation de la période de quantité	Coefficient de rotation	Vitesse de rotation
Neutralia	24,12 F	20	40 %	12	27 000,00 F	2250	250	300	275	2200	8	30
Ushuaïa nourrissant	18,09 F	15	30 %	10,50	27 090,00 F	2580	180	240	210	2520	12	20
Ushuaïa stimulant	18,09 F		35 %		16 380,00 F		150	180				
Bourjois crème	30,15 F		40 %		14 400,00 F		180	150				
Bourjois tonique	30,15 F		32 %		8 840,00 F		40	80				
Bourjois fruité	30,15 F		25 %		2 437,50 F		25	35				
Obao peaux sensibles	18,09 F		36 %		12 672,00 F		120	0				
Obao 2 en 1	18,09 F		35 %		13 708,50 F		12	118				

➤ Justificatifs des calculs pour le produit Ushuaïa stimulant :

➤ Remarques sur la vitesse de rotation :

Linéaire développé :

Nombre de références :

- ◆ Niveau 1 :
- ◆ Niveau 2 :
- ◆ Niveau 3 :
- ◆ Niveau 4 :
- ◆ Niveau 5 :

Pour le niveau 3 :

REFERENCES	LINEAIRE	FRONTALE	CAPACITE DE STOCKAGE

ELEMENTS	CROIX	N°
INDICES DE DISPARITÉ		
ATTRACTION COMMERCIALE		
CHIFFRE D’AFFAIRES DE LA CONCURRENCE		
COEFFICIENTS BUDGETAIRES		
DEPENSES COMMERCIALISABLES		
EVASION COMMERCIALE		
NOMBRE D’EMPLOYES DES MAGASINS CONCURRENTS		
NOMBRE DE CONCURRENTS		
NOMBRE DE MENAGES DE LA VILLE		
NOMBRE DE MENAGE DE LA ZONE DE CHALANDISE		
NOMBRE DE PERSONNES PAR MENAGE		
POPULATION TOTALE DE LA ZONE DE CHALANDISE		
PROPENSION A EPARGNER		
REPARTITION DE LA POPULATION PAR PCS (CSP)		
SALAIRE PAR PCS (CSP)		

ARTICLE SUR LA FRANCHISE

Les futurs commerçants qui optent pour la franchise veulent bénéficier d'une certaine sécurité (notoriété de l'enseigne), en réalisant des gains de temps et de productivité (système de gestion commerciale expérimenté, réduction du risque financier). Pour autant, ils ne doivent pas négliger le coût parfois élevé du système de dépendance qu'il impose à l'égard du franchiseur. Avant toute démarche, « *il faut être sûr d'être fait pour cette forme de commerce*, souligne Chantal Zimmer, déléguée générale de la fédération française de la franchise, *et savoir que si l'on décide de postuler pour une boutique Yves Rocher, elle sera décorée en vert et que jamais on ne pourra changer la couleur.* » Car, si franchiseur et franchisé restent juridiquement et financièrement indépendants, le franchisé n'est pas le seul maître à bord de sa boutique.

En échange d'une assistance précieuse au démarrage, d'une formation continue et d'une publicité faite au nom de la marque, le franchisé va devoir investir dans ses locaux, mais

aussi s'acquitter d'un droit d'entrée parfois élevé dans le réseau. Il lui faudra s'approvisionner obligatoirement chez son franchiseur, pratiquer les prix de vente conseillés et, enfin, payer une redevance ou des royalties à la maison mère.

[...] Toutefois, pour plus de transparence, le législateur a imposé (loi Doubin du 31.12.1989) au franchiseur de fournir à son franchisé des « *informations sincères pour permettre au candidat de s'engager en connaissance de cause* », et notamment des éléments sur l'état et le développement du marché visé.

En règle générale, le contrat de franchise fixe donc les règles de la future collaboration, rappelle l'expérience du franchiseur, ce que doivent être les apports du franchisé, et détermine les clauses de cessation de la relation.

La Tribune, 18 mars 1997

TABLEAU DES OBLIGATIONS

Obligations du franchiseur	Obligations du franchisé

FACTURES SIMPLIFIEES

BOURJOIS	
DOIT	Maison VERVAINE
N° 715	Rue BASSE
le 28/06/99	En ville.
Marchandises	2800,00
TVA 20,6 %	576,80
Net à payer	3376,80

BOURJOIS	
avoir	Maison VERVAINE
N° 848	Rue HAUTE
le 01/06/99	En ville.
Retour marchandises	600,00
Remise 10 %	60,00
	540,00
TVA 20,6 %	111,24
Net à votre crédit	651,24

TICKETS COMPTABLES

DATE :		N° pièce comptable :	
N° des comptes	SOMMES		
	DEBIT	CREDIT	
TOTAUX			

DATE :		N° pièce comptable :	
N° des comptes	SOMMES		
	DEBIT	CREDIT	
TOTAUX			

EXTRAIT DU PLAN COMPTABLE

44566	TVA déductible
44751	TVA collectée
40102	Fournisseur BOURJOIS
607	Achats de marchandises
707	Ventes de marchandises
531	Caisse
512	Banque
6097	Rabais, remise, ristourne obtenues
7097	Rabais, remise, ristourne accordées

Implantation rayon baignoires

