

Groupement "Est"	Session 2003	Sujet
		Code(s) examen(s)
Épreuve : EP2 travaux professionnels liés à l'approvisionnement à la communication et à l'exploitation commerciale du point de vente	Durée 2 heures	Coef : 4
		page : 1 / 10

PRESENTATION DE LA SITUATION

« L'UNIVERS DE LA PRESSE »

Madame BACHOT est propriétaire depuis 11 ans d'une librairie-presse « L'Univers de la presse » située 10, rue de la tulipe à MASSIEUX (69) une commune de 5 000 habitants en plein essor. De nombreux projets immobiliers se réalisent, attirant de nouvelles familles avec enfants. Un collège ouvre ses portes à la rentrée 2003.

Madame BACHOT y voit une belle opportunité de dynamiser son commerce en créant un rayon de fournitures scolaires.

PARTIE 1 ETUDE DE MARCHE

Vous êtes employé(e) à "L'Univers de la presse". Il s'agit d'un commerce indépendant qui vend principalement des journaux et revues, des livres pour adultes et pour la jeunesse et quelques articles de papeterie d'appoint (cahiers, copies, matériel d'écriture...). La clientèle est fidèle et apprécie la compétence de Mme BACHOT.

Dans sa zone de chalandise, la concurrence est composée d'une librairie, de deux tabac-presse et surtout, dans une commune proche, d'un hypermarché Carrefour.

A l'aide de vos connaissances et du **document 1** vous complétez l'**annexe 1**.

1^{er} travail à faire :

- citez deux formes de commerce que vous connaissez. Donnez un exemple concret pour chacune d'elle.
- dégagez trois points forts et trois points faibles d'un commerce tel que celui de Mme BACHOT.

La rentrée des classes du collège se fera bien le 2 septembre 2003. Mme BACHOT a déjà réalisé des travaux dans son magasin pour augmenter sa surface de vente en récupérant une partie de sa réserve inoccupée.

Vous disposez dans le **document 2** de renseignements statistiques sur le coût de la rentrée scolaire en primaire et en collège.

2^{ème} travail à faire

Vous devez fournir à Mme BACHOT, sur l'**annexe 2** :

- le % d'augmentation des dépenses entre 2001 et 2002
- le tableau récapitulatif de l'évolution du coût d'une rentrée de 2000 à 2002.

	Session 2003	Sujet	Tirages
	page :2 /10	Code(s) examen(s)	

PARTIE 2 APPROVISIONNEMENT DU POINT DE VENTE - GESTION MARCHANDE

Madame BACHOT décide de créer le rayon papeterie scolaire.

Elle travaille avec un fournisseur, la société « *PLUME PAPIER MINE* » située à Paris, qui lui propose un large éventail de marques à des prix très compétitifs :

- CLAIREFONTAINE classique et de très bonne qualité. C'est d'ailleurs des articles de cette marque qu'elle propose déjà à ses clients (cahiers, feuilles, classeurs...).

La société « *PLUME PAPIER MINE* » et Mme BACHOT ont présélectionné 4 autres marques parmi une douzaine disponibles sur le marché :

- KANGOL et UMBRO au graphisme plutôt « garçon »
- CHIPIE et LULU CASTAGNETTE au graphisme plutôt « fille »

Mme BACHOT a collecté des documents publicitaires afin de déterminer au plus juste les articles devant figurer dans son assortiment pour répondre aux attentes de la clientèle et être en phase avec ce que peut proposer la concurrence.

Elle dispose aussi de la liste de fournitures de base du collège pour la rentrée ainsi que l'assortiment non exhaustif proposé par son fournisseur **documents 3 et 4.**

Travail à faire :

- a) dressez sur l'annexe 3 la liste des articles de papeterie scolaire des différentes marques qui doivent, selon vous, figurer dans l'assortiment de « L'Univers de la presse » ; justifiez votre choix.
- b) répondez aux deux questions posées.

PARTIE 3 COMMUNICATION DU POINT DE VENTE

Mme BACHOT s'est décidée ! Le rayon va donc ouvrir le 25 Août 2003 car déjà les achats de la rentrée commencent. Dans la semaine du 20 août, le collège va adresser aux familles des élèves inscrits, la liste de fournitures de base.

Mme BACHOT voudrait fidéliser sa clientèle pour sa nouvelle activité en fournitures de papeterie scolaire.

Travail à faire (annexe 4) :

- a) citez deux moyens de fidélisation à mettre en place.
- b) donnez pour ces deux moyens de fidélisation un avantage pour le client et un avantage pour le commerçant.

Mme BACHOT annonce à la clientèle de sa zone de chalandise la mise en place d'un nouvel assortiment à « L'Univers de la Presse ». entre le 25 août et le 7 septembre et pour cette occasion, elle prévoit un bon de réduction de 3 € à partir de 30 € d'achat.

Pour inciter la clientèle à venir dans son magasin entre le 25 Août et le 7 Septembre 2003, Mme BACHOT veut faire distribuer des prospectus dans les boîtes aux lettres. Ceux-ci seront d'un format correspondant à la moitié d'une feuille A4 (21x 29,7cm).

Travail à faire (annexe 5) :

Rédigez un exemple de prospectus.

(vous pouvez utiliser de la couleur et découper des éléments du document 5)

	Session 2003	Sujet	Tirages
	page : 3/10	Code(s) examen(s)	

DOCUMENT 1

L'indépendant : la règle d'or

En 1997, le commerce indépendant isolé ne totalise plus que 28 % du chiffre d'affaires du commerce de détail (il devrait descendre à 22% en 2004), et son poids ne cesse de diminuer face aux réseaux. C'est que la bataille est devenue rude !

Avec un chiffre d'affaires moyen de 310 000 euros (2 millions de francs) par magasin, le commerçant isolé doit lutter contre les centres commerciaux (il serait illusoire de trop compter sur la loi Raffarin pour limiter ce phénomène quand on sait que 70% des français d'après l'Institut Français du Libre service, disent aller au moins une fois par semaine dans une grande surface). Ensuite, vient la concurrence du commerce intégré - c'est à dire des magasins détenus par les marques, qui représente 40% du chiffre du commerce de détail. Enfin, le commerçant isolé est confronté à un challenger plutôt efficace et en pleine progression - le commerce indépendant dit organisé -

dont la figure de proue est la franchise. Face à un tel tableau, dont tous les experts s'accordent pour dire qu'il sera toujours noir demain, n'y a-t-il point de salut ? Quels avantages peut-on encore trouver à devenir commerçant indépendant ?

Le succès repose sur une offre ciblée et diversifiée

Le premier atout de celui qui n'est affilié à aucun réseau est d'être maître en sa demeure : il peut dans une large mesure choisir les produits qu'il référence, les fournisseurs chez qui il achète, ou l'apparence qu'il veut donner à sa boutique. D'où la possibilité de faire la différence.... comme de se tromper.

Le principal reproche fait au commerçant de proximité est le coût élevé de ses tarifs. Or, compte tenu de ses faibles volumes, il a du mal à être concurrentiel par rapport aux

grandes surfaces. Pourtant, une des règles essentielles est de garder le prix des produits les plus vendus à un prix raisonnable. Sur ces produits d'appel, il est déconseillé de vendre à des tarifs dépassant de plus de 15% ceux de la grande surface la plus proche.

Comment faire ? La meilleure stratégie consiste à adhérer à une centrale d'achats pour les produits à forte rotation, tout en ne limitant pas pour autant son offre : là où les grandes surfaces ont quelques références sur une grande quantité de produits, le commerçant indépendant gagne à développer un éventail significatif de références sur un type de produits bien délimité. C'est vers ces commerçants que l'on se tourne si l'on n'a pas trouvé en grande surface, d'autant que l'indépendant a plus de liberté pour s'adapter à sa clientèle locale qu'un franchisé.

Commerce Mag 2000

DOCUMENT 2

Stylos, cartables cahiers.....l'addition de la rentrée s'alourdit.....

La rentrée scolaire 2002 fut chère aux familles et son coût a augmenté sensiblement.

La hausse des fournitures scolaires en 2002 s'élève à 4,3 % par rapport à la rentrée 2001.

Cette hausse est due essentiellement à la hausse du prix du papier souligne la CSF (Confédération Syndicale des Familles) regroupant 50000 ménages.

Les données reposent sur une enquête réalisée chaque année par la Société NIELSEN SA auprès de 690 foyers. Elle prend en compte les dépenses effectuées entre le 10 juillet et le 15 septembre. L'enquête porte sur les produits demandés sur les listes types des établissements scolaires. Il ne s'agit que de coûts moyens et la CSF déplore comme chaque année « l'inflation » des listes de fournitures demandées.

En 2000, le coût d'entrée s'élevait à 102 euros pour un élève de CP, à 284 euros pour un élève de 6^{ème} !!!

Pour la rentrée 2001, l'augmentation n'avait été que de 1,3%. par rapport à l'année 2000.

Le coût peut varier du simple au quadruple selon les achats pas tant entre magasins de détail ou grandes surfaces que plutôt entre les produits au prix le plus serré ou les marques et gadgets si tentants. Un stylo peut coûter de 1,50 euros à 12 euros !!!!

Source : La Confédération Syndicale des Familles

	Session 2003	Sujet	Tirages
	page : 4/10	Code(s) examen(s)	

DOCUMENT 3

Extrait de l'assortiment du fournisseur, la société « PLUME PAPIER MINE » :

- ⇒ des cahiers de différents formats petits carreaux et carreaux Seyes
 - cahiers 24x 32 cm grands carreaux
 - cahiers 24x 32 cm petits carreaux
 - cahiers 17 x 22 cm grands carreaux
 - cahiers 17 x 22 cm petits carreaux
- ⇒ des cahiers de texte et agendas
- ⇒ des chemises cartonnées
- ⇒ des classeurs rigides et souples

Ces articles sont proposés dans les cinq marques : Clairefontaine, Lulu Castagnette, Chipie, Umbro et Kangol.

DOCUMENT 4

Extrait de la liste « type » adressée par le collègue aux familles des enfants inscrits :

Liste des fournitures scolaires toutes disciplines

2	rouleaux de plastique transparent
1	paquet de pochettes transparentes perforées
4	cahiers 24x 32 cm grands carreaux
4	cahiers 24x 32 cm petits carreaux
2	cahiers 17 x 22 cm grands petits carreaux
1	agenda ou cahier de texte
3	chemises cartonnées élastique 24 x 32 cm
2	classeurs 21 x 29,7 cm dos 40 mm
1	classeur 21 x 29,7 cm souple
1	paquet de 100 feuilles simples 21 x 29,7 cm grands carreaux blanches
1	paquet de 100 feuilles simples 21 x 29,7 cm petits carreaux blanches
1	paquet de 100 feuilles doubles 21 x 29,7 cm grands carreaux blanches
1	paquet de 12 intercalaires de couleur
1	stylo encre (cartouches bleues ou noires)
1	pochette de 12 feutres
1	pochette de 12 crayons de couleur
6	tubes de gouache couleurs primaires
1	gomme
1	double décimètre, équerre, rapporteur, compas de bonne qualité
1	pochette de papier Canson couleurs assorties pastel 24 x 32 cm
3	pinceaux ronds
2	crayons à papier 2H et HB
1	pochette papier calque et papier millimétré

Le complément sera éventuellement demandé par chaque professeur à la rentrée

	Session 2003	Sujet	Tirages
	page : 5/10	Code(s) examen(s)	

DOCUMENT 5

1- CAHIER UMBRO
17 x 22 cm, 96 pages
grands carreaux (seyes) **1€50** ~~9^f84~~

2- CAHIER UMBRO
21 x 29,7 cm, 96 pages
grands carreaux (seyes) **2€20** ~~14^f45~~

3- CAHIER UMBRO
24 x 32 cm, 96 pages
grands carreaux (seyes) **3€** ~~19^f63~~

4- AGENDA UMBRO
16 x 22 cm
2 jours par page **4€55** ~~29^f85~~



5- Lulu Castagnette notebook **1€**

6- Lulu Castagnette pen **0,50€**



7- SAC À DOS BORNE KANGOL
2 bretelles ergonomiques ajustables. Dim. : 31 x 17 x 41 cm **20€** ~~131^f79~~

8- AGENDA KANGOL
16 x 22 cm, 2 jours par page, couverture rigide **5€50** ~~36^f03~~

9- CAHIER KANGOL
21 x 29,7 cm, 96 pages, grands carreaux (seyes) **2€40** ~~15^f74~~

10- AGENDA KANGOL
12 x 18 cm, 1 jour par page **3€** ~~19^f63~~

11- STYLO PLUME KANGOL **4€99** ~~32^f75~~

12- CHEMISE 3 RABATS KANGOL
24 x 32 cm, avec fermeture élastique. **2€50** ~~16^f40~~

13- CLASSEUR 4 ANNEAUX KANGOL
Dos de 40 mm, 21 x 29,7 cm **3€50** ~~22^f96~~

10 - CLASSEUR
4 ANNEAUX KANGOL
Dos de 40 mm, 21 x 29,7 cm **3€50** ~~22^f96~~

	<u>Session</u> <u>2003</u>	Sujet	Tirages
	page :6 /10	Code(s) examen(s)	

ANNEXE 1 (à rendre avec la copie)

Deux formes de commerce et un exemple :



Points forts du commerce indépendant	Points faibles du commerce indépendant
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • •

	<u>Session</u> <u>2003</u>	Sujet	Tirages
	page : 7/10	Code(s) examen(s)	

ANNEXE 2 (à rendre avec la copie)

Evolution des coûts des fournitures scolaires

a) Donnez le pourcentage d'augmentation du coût des fournitures de la rentrée 2002 par rapport à 2001 : Reportez le dans le tableau ci-dessous.

b) complétez le tableau suivant

Classe	Coût de la rentrée 2000	% évolution 2000-2001	Coût de la rentrée 2001 (b)	% évolution 2001-2002 (a)	Coût de la rentrée 2002	% évolution 2002-2003 (c)	Coût prévisionnel de la rentrée 2003
CP PRIMAIRE	102 euros	+1,3 %			107		109
6 ^{ème} COLLEGE	284 euros	+1,3 %			300		307

(a) données à reporter.

(b) arrondir les coûts de rentrées à l'euro le plus proche

(c) arrondir les résultats à 1 décimale.

	<u>Session</u> <u>2003</u>	Sujet	Tirages
	page : 9/10	Code(s) examen(s)	

ANNEXE 4 (à rendre avec la copie)

Première technique de fidélisation :

Description :

➤ Avantage pour le client

➤ Avantage pour le commerçant

Deuxième technique de fidélisation :

Description :

➤ Avantage pour le client

➤ Avantage pour le commerçant

	<u>Session</u> <u>2003</u>	Sujet	Tirages
	page :10/10	Code(s) examen(s)	

ANNEXE 5 (à rendre avec la copie)

Maquette de prospectus

