

# 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 E 11 Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

### CORRIGÉ

TWINNER

LE CORRIGÉ COMPORTE 10 pages

-----

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

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

*Accepter toute réponse cohérente*

|  |                         |
|--|-------------------------|
| <b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>                       | <b>SESSION 2008</b>     |
| <b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>                                     | <b>Coefficient : 4</b>  |
| <b>ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11</b>                            | <b>Durée : 3 heures</b> |
| <b>Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale</b> | <b>CORRIGÉ</b>          |
| 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.<br>(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**  
**6 points**

**2.4 ANNEXE 2 (Partie B)**

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)<br>(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.**

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

## TROISIÈME PARTIE – CORRIGÉ

### 3.1 ANNEXE 3

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

28 POINTS  
8 points

|                     | 2 points                       |                                      | 2 points   |  | 2 points                          |                                   |
|---------------------|--------------------------------|--------------------------------------|--|--|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Référence chaussure | Prix d'achat initial H.T. en € | 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<br>(0,5pt)                     | 39,95  | 33,40<br>(0,5pt)                           | 6,09<br>(0,5pt)                   | 18,23<br>(0,5 pt)                 |
| Xcellerator Femme   | 30,65                          | 22,99<br>(0,5pt)                     | 49,95  | 41,76<br>(0,5pt)                           | 18,77<br>(0,5pt)                  | 44,95<br>(0,5 pt)                 |
| Xcellerator Homme   | 16                             | 12<br>(0,5pt)                        | 24,95  | 20,86<br>(0,5pt)                           | 8,86<br>(0,5pt)                   | 42,47<br>(0,5 pt)                 |
| AIR MAX LTD Junior  | 20,19                          | 15,14<br>(0,5pt)                     | 29,95  | 25,04<br>(0,5pt)                           | 9,90<br>(0,5pt)                   | 39,54<br>(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

| SESSION 2008  |                  |
|---|------------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL                       | Coefficient : 4  |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE                                     | Durée : 3 heures |
| ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11                            | CORRIGÉ          |
| Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale |                  |
| 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 ( <i>reporter les calculs</i> )  | Commentaires  |
|------------|---|---|
| Mode       | 380 x 1,114 = 423,32<br>soit 423 cm <span style="float: right;"><i>(0,5 point)</i></span> | Famille qui dégage de la marge, elle est actuellement sous représentée il faut augmenter le linéaire. <span style="float: right;"><i>(0,5 po</i></span>               |
| Multisport | 120 x 0,937 = 112,44<br>soit 112 cm <span style="float: right;"><i>(0,5 point)</i></span> | Familles qui sont sur représentées, les réduire au profit de la famille Mode qui enregistre de très bons résultats. <span style="float: right;"><i>(0,5 po</i></span> |
| Running    | 80 x 0,745 = 59,60<br>soit 60 cm <span style="float: right;"><i>(0,5 point)</i></span>    |   |
| Tennis     | 50 x 0,695 = 34,75<br>soit 35 cm <span style="float: right;"><i>(0,5 point)</i></span>    |   |

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

|  |  |                         |
|--|--|-------------------------|
| <b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>                       |  | <b>SESSION 2008</b>     |
| <b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>                                     |  | <b>Coefficient : 4</b>  |
| <b>ÉPREUVE E1 : Sous épreuve E 11</b>                            |  | <b>Durée : 3 heures</b> |
| <b>Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale</b> |  | <b>CORRIGÉ</b>          |
| 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 €<br>T.T.C.<br>(1)  | C. A. en €<br>H.T.<br>(1)    | Marge<br>commerciale<br>en €<br>(1) | Linéaire<br>en cm | %<br>Linéaire<br>(1) | %<br>C. A.<br>(1)   | %<br>Marge<br>(1)   | Indice de<br>sensibilité<br>au C. A.<br>(2) | Indice de<br>sensibilité<br>à la marge<br>(2) |
|-----------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---|---|
| Chaussures mode       | 18 715,54<br>(0,25 pt)       | 15 648,44<br>(0,25 pt)       | 5 586,32<br>(0,25 pt)               | 380               | 60,32<br>(0,25 pt)   | 66,44<br>(0,25 pt)  | 67,17<br>(0,25 pt)  | 1,101<br>(0,50 pt)                          | 1,114<br>(0,50 pt)                            |
| Chaussures multisport | 4 590,85<br>(0,25 pt)        | 3 838,50<br>(0,25 pt)        | 1 484,22<br>(0,25 pt)               | 120               | 19,05<br>(0,25 pt)   | 16,30<br>(0,25 pt)  | 17,85<br>(0,25 pt)  | 0,856<br>(0,50 pt)                          | 0,937<br>(0,50 pt)                            |
| Chaussures de running | 3 474,67<br>(0,25 pt)        | 2 905,24<br>(0,25 pt)        | 786,54<br>(0,25 pt)                 | 80                | 12,70<br>(0,25 pt)   | 12,34<br>(0,25 pt)  | 9,46<br>(0,25 pt)   | 0,972<br>(0,50 pt)                          | 0,745<br>(0,50 pt)                            |
| Chaussures de tennis  | 1 386,44<br>(0,25 pt)        | 1 159,23<br>(0,25 pt)        | 459,01<br>(0,25 pt)                 | 50                | 7,94<br>(0,25 pt)    | 4,92<br>(0,25 pt)   | 5,52<br>(0,25 pt)   | 0,620<br>(0,50 pt)                          | 0,695<br>(0,50 pt)                            |
| <b>TOTAL</b>          | <b>28 167,50</b><br>(0,5 pt) | <b>23 551,42</b><br>(0,5 pt) | <b>8 316,09</b><br>(0,5 pt)         | 630               | ≈ 100                | 100,00<br>(0,25 pt) | 100,00<br>(0,25 pt) |   |   |

(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)*

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

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

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

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