

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1 ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE

LE CORRIGÉ COMPORTE :

1 page : Barème.
5 pages : Texte.
4 pages : Annexes.

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Coef. : 4
		CORRIGÉ

BARÈME GO SPORT

PARTIE I : L'ÉTUDE DU MARCHÉ DU SPORT.

21 POINTS

- 1) Étude du marché : 17 pts
- Forme de la note 4 pts
 - a) Évolution du marché du sport : 2 pts
 - b) Situation de l'offre 7 pts
 - c) Situation de la demande 4 pts
- 2) Concept LS + 4 pts
- a) Attentes des clients en matière de LS 2 pts
 - b) Quatre principales consignes aux vendeurs 2 pts

PARTIE II : LA GESTION DE L'ESPACE DE VENTE

19 POINTS

- 1) Calcul de l'IS - Voir annexe 1 13,5 pt
- 2) Propositions de modification - Voir annexe 1 2,5 pts
- 3) Justifications 3 pts

PARTIE III : LA COMMUNICATION DU POINT DE VENTE

22 POINTS

- 1) Maquette du publipostage - Voir annexe 2 10 pts
- 2) a, b et c - Voir annexe 3 10 pts
- 2) d) maintien et suppression 2 pts

PARTIE IV : LA GESTION DU PERSONNEL

18 POINTS

- 1) Différents moyens de recrutement 2 pts
- 2) Qualités du vendeur - Voir annexe 4 14 pts
- 3) 4 éléments de l'annonce 2 pts

TOTAL = 80 POINTS

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Coef. : 4
		BARÈME 1/1

PARTIE I L'ÉTUDE DU MARCHÉ DU SPORT 21 POINTS
--

1) Étude du marché : 18 points
 Forme de la note : **Note de synthèse**
Date (jour de l'examen)
À l'attention de Monsieur DUROI
Objet : analyse du marché du sport } 4 pts

a) Évolution du marché du sport : 2 pts
Le commerce du sport et loisir progresse de façon soutenue :
 - **Nombre de magasins x 2 en 25 ans,**
 - **Effectif x 4**
Le C.A. est en constante augmentation.

b) Situation de l'offre 7 pts
 ➤ **Le commerce de sport totalise 6 000 magasins répartis en :**
 - 1 200 multispécialistes qui dégagent 50 % du C.A. total avec des superficies > à 400 m² et des effectifs de + de 15 personnes.
 - 2 600 spécialistes surtout implantés dans les stations de ski et les départements montagnards.
 - 2 000 magasins de vêtements et chaussures de sport.
 ➤ **Le commerce de loisir totalise 5 000 magasins en :**
 - **2 600** spécialisés en tir et chasse,
 - **1 600** spécialisés en cycle,
 - **700** spécialisés en sports nautiques.
 Les magasins sont pour la plupart de petite taille et emploient en moyenne 2 personnes.

Le commerce de sport et loisir comprend des succursalistes, des franchisés ou affiliés et des indépendants.

Onze enseignes représentent les 3/4 du C.A. total :
 - **les succursalistes :**
DÉCATHLON, GO SPORT.
 Huit entreprises captent 51 % du marché. Leur développement est en forte progression.
 - **les franchisés ou affiliés :**
INTERSPORT, SPORT 2000, TECHNICIEN DU SPORT.
 Ils représentent plus de 25 % du marché.
 - **Les indépendants :**
 Situés en centre ville, ils sont en perte de vitesse et représentent 24 % de parts de marché.

SESSION 2001			
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL			
SPÉCIALITÉ : COMMERCE			
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures	Coef. : 4
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Feuille : 1/5	CORRIGÉ

Sur les 5 dernières années ; le chiffre d'affaires réalisé par **le commerce spécialisé en sport et loisir (GMSS...)**, progresse plus fortement que celui des hypermarchés et supermarchés à dominante alimentaire, par conséquent ce circuit de distribution gagne des parts de marché, et **conforte sa position de leader sur le marché du sport et loisir en France.**

c) Situation de la demande

4 pts

La clientèle est constituée essentiellement de sportifs réguliers majoritairement masculins.

La clientèle s'élargit depuis une dizaine d'année.

1/3 des français pratiquent du sport 1 fois/semaine.

Les femmes, personnes âgées et les jeunes achètent davantage pour leur bien être physique, leur confort, leur santé... ou la mode.

En moyenne, un ménage achète pour 1 857 F d'articles de sport par an. C'est plus que les autres pays européens.

2) Concept " LS + "

4 points

a) Attentes des clients en matière de libre service

2 pts (0,5 pt par attente)

- **circuler facilement dans les rayons avec de bonnes conditions d'achat,**
- **identifier facilement les produits dans les rayons,**
- **bénéficier d'un choix important et des prix attractifs,**
- **jouer d'une totale liberté d'action.**

b) Quatre principales consignes aux vendeurs

2 pts (0.5 pt par consigne)

- **dégager les allées, désencombrer les cabines d'essayage et réduire l'attente aux caisses,**
- **soigner le balisage et la signalétique ainsi que le merchandising de séduction,**
- **favoriser la visualisation du choix,**
- **ne pas aller au devant du client, le laisser libre dans ses achats.**

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Coef. : 4
		Feuille : 2/5
CORRIGÉ		

PARTIE II
LA GESTION DE L'ESPACE DE VENTE
19 POINTS

1) Calculez sur *l'annexe à compléter et à rendre avec la copie*, l'indice de sensibilité à la marge brute pour chacune des marques de maillots de bain femme.

Voir annexe 1. 13,5 points

2) Proposez sur *l'annexe 1 à rendre avec la copie*, les modifications à apporter au linéaire en fonction des résultats de l'indice de sensibilité.

Voir annexe 1. 2,5 points

3) Justifiez vos modifications pour les marques TANGUY, MECA et GUMP. **3 points**

TANGUY : $IS > 1$, le linéaire est insuffisant par rapport à la marge dégagée, la marque est sous-représentée. Il faut donc l'augmenter. 1 pt

MECA : $IS > 1$, la marque détient 8,33 % de linéaire et ne génère que 3,42 % de la marge. La marque est surexposée, il faut donc lui diminuer le linéaire. 1 pt

GUMP : $IS = 1,04$. Le linéaire octroyé correspond à la marge dégagée. Maintenir le linéaire alloué. 1 pt

SESSION 2001			
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL			
SPÉCIALITÉ : COMMERCE			
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures	Coef. : 4
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Feuille : 3/5	CORRIGÉ

<p style="text-align: center;">PARTIE III LA COMMUNICATION DU POINT DE VENTE 22 POINTS</p>

1) À partir du *document 5*, rédigez sur *l'annexe 2* à rendre avec la copie, la maquette de la lettre type

Voir annexe 2.

10 points

2) Calculs **a, b, c** Voir annexe 3

10 pts

d) Maintien ou suppression de l'opération

2 pts

Cette opération de communication n'est pas rentable d'un point de vue financier : elle dégage seulement 12,20 F de profit.

Toutefois, le taux de retour est excellent (27,33 %) et témoigne de l'efficacité commerciale de l'opération.

Au delà de l'aspect financier, il faudrait reconduire cette campagne l'année prochaine car elle fidélise la clientèle et consolide les relations privilégiées de l'enseigne avec ses clients.

SESSION 2001			
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL			
SPÉCIALITÉ : COMMERCE			
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures	Coef. : 4
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Feuille : 4/5	CORRIGÉ

PARTIE IV

LA GESTION DU PERSONNEL 18 POINTS

1) Énumérez sur *votre copie*, quatre moyens que pourrait utiliser GO SPORT pour rechercher des candidatures à cette embauche. **2 points**

4 réponses, 0,5 pt par réponse :

- **Promotion interne,**
- **Embauche des stagiaires en formation actuelle ou passée,**
- **Examen des candidatures spontanées,**
- **Relations personnelles ou professionnelles,**
- **Annonces presse ou magasin ou Internet,**
- **A.N.P.E.**

2) À partir du *document 7* et de vos connaissances ;

Relevez sur *l'annexe 4* à compléter et à rendre avec la copie, les principales qualités requises par GO SPORT pour ses vendeurs. Justifiez vos propositions.

- **Voir annexe 4** **14 points**

3) Indiquez sur *votre copie*, les quatre éléments essentiels qui devront figurer dans l'annonce de recrutement de ce vendeur, qui paraîtra dans la presse locale. **2 points**

4 réponses, 0,5 pt par réponse

- **Intitulé du poste à pourvoir,**
- **Nom de l'enseigne,**
- **Exigences du poste,**
- **Modalités de réponse à l'annonce :**
envoi CV, lettre motivation, nom du Responsable...

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1	Sous-épreuve – A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		Coef. : 4
		Feuille : 5/5
CORRIGÉ		

TABLEAU DE BORD DU SOUS-RAYON MAILLOTS DE BAIN FEMME - GO SPORT Avignon

Période : du 1 mars au 31 mai 2001

MARQUES	Prix de vente HT unitaire en francs	TM en % (1)	MB unitaire en francs (2)	QV (3)	MB Totale en francs	Part en % de la MB totale	Linéaire accordé en mètres linéaires	Part en % du linéaire total	Indice de sensibilité à la MB	Propositions de modification (4)
TANGUY <i>1,5 pt</i>	249,00	46%	<i>114,54</i>	32	<i>3 665,28</i>	<i>22,43</i>	0,5	8,33	<i>2,69</i>	↗
BIKINI <i>1,5 pt</i>	122,00	40%	<i>48,80</i>	32	<i>1 561,60</i>	<i>9,55</i>	0,5	8,33	<i>1,15</i>	↗ ou →
POP <i>1,5 pt</i>	81,00	40%	<i>32,40</i>	27	<i>874,80</i>	<i>5,35</i>	0,5	8,33	<i>0,64</i>	↘
BANANA <i>1,5 pt</i>	115,00	26%	<i>29,90</i>	25	<i>747,50</i>	<i>4,57</i>	0,5	8,33	<i>0,55</i>	↘
TAHITI <i>1,5 pt</i>	154,00	25%	<i>38,50</i>	17	<i>654,50</i>	<i>4,00</i>	0,5	8,33	<i>0,48</i>	↘
MUSIQUE <i>1,5 pt</i>	275,00	40%	<i>110,00</i>	17	<i>1 870,00</i>	<i>11,44</i>	0,5	8,33	<i>1,37</i>	↗
MECA <i>1,5 pt</i>	76,00	46%	<i>34,96</i>	16	<i>559,36</i>	<i>3,42</i>	0,5	8,33	<i>0,41</i>	↘
GUMP <i>1,5 pt</i>	264,00	36%	<i>95,04</i>	15	<i>1 425,60</i>	<i>8,72</i>	0,5	8,33	<i>1,04</i>	↗ ou →
VICIDOMINI <i>1,5 pt</i>	216,50	17%	<i>36,80</i>	67	<i>2 465,60</i>	<i>15,09</i>	1,00	<i>16,67</i>	<i>0,91</i>	→ ou ↘
CULTURE BEACH <i>1,5 pt</i>	125,00	28%	<i>35,00</i>	72	<i>2 520,00</i>	<i>15,42</i>	1,00	<i>16,67</i>	<i>0,93</i>	→ ou ↘
TOTAL <i>1 pt</i>					<i>16 344,24</i>	<i>99,99</i>	<i>6,00</i>	<i>99,98</i>		

(1) TM = taux de marque (2) MB = marge brute (3) QV = quantités vendues (4) Augmentation du linéaire = ↗

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule et ne pas compléter les cases grisées

Maintien du linéaire = →

Diminution du linéaire = ↘

Détails des calculs pour TANGUY :

$$\text{MB unitaire} = 249 \times 0,46 = 114,54$$

$$\text{MB totale} = 114,54 \times 32 = 3 665,28$$

$$\% \text{ MB} = 3 665,28 / 16 344,24 \times 100 = 22,43 \%$$

$$\% \text{ linéaire} = 0,5 / 6 \times 100 = 8,33 \%$$

$$\text{IS} = 22,43 / 8,33 = 2,6926 = 2,69$$

0,25 par résultat exact (1,5 pt par ligne, par marque)
Note de l'annexe divisée par 2 si le détail des calculs est absent

MAQUETTE DE LA LETTRE TYPE DU PUBLIPOSTAGE

Apprécier les propositions du candidat en fonction des critères suivants :

LOGO GO SPORT

		0,5 pt	Date
		0,5 pt	Destinataire
	2 pts		Phrase d'accroche
0,5 pt			Titre de civilité personnalisé
1 pt			Premier paragraphe impliquant le lecteur : " vous "
2 pts			Description de l'offre promotionnelle : maillots à prix réduit et serviette de bain en cadeau
2 pts			Mise en valeur de l'offre promotionnelle
2 pts			Avantages pour le client
		0,5 pt	Monsieur COLOGNA Directeur Commercial
1 pt			PS : Plan, autres mentions poussant le client à l'action (offre limitée dans le temps...)

ÉVALUATION FINANCIÈRE ET COMMERCIALE DE L'OPÉRATION DE PROMOTION

a) Rentabilité de l'opération 7 points

▪ **Compte de résultat : 6 pts**

POSTES	Montant en francs	% du chiffre d'affaires HT
Chiffre d'affaires HT	5 986,00	100 %
Charges variables	4 788,80 <i>1 pt</i>	80 % <i>1 pt</i>
Marge sur coûts variables	1 197,20 <i>1 pt</i>	20 %
Charges fixes	1 185,00	19,80 % <i>1 pt</i>
Résultat	12,20 <i>1 pt</i>	0,20 % <i>1 pt</i>

Détails des calculs : si détails des calculs absents => note divisée par 2

$$100 - 20 = 80\%$$

$$5\,986,00 \times 0,8 = 4\,788,80$$

$$5\,986,00 - 4\,788,80 = 1\,197,20$$

$$1\,197,20 - 1\,185,00 = 12,20\text{ F}$$

$$(12,20 / 5\,986,00) \times 100 = 0,2038 \Rightarrow 0,20\%$$

$$1\,185,00 / 5\,986,00 \times 100 = 19,796 \Rightarrow 19,80\%$$

▪ **Commentaire du résultat : 1 pt**

Cette action de communication n'est pas ou trop peu rentable d'un point de vue financier : elle n'engendre que 12,20 F de profit.

b) Nombre de clients : 1 point

$$5\,986,00 / 146,00 = 41\text{ clients}$$

c) Taux de retour : 1 point

$$(41 / 150) \times 100 = 27,33\%$$

▪ **Commentaire : 1 point**

Le taux de retour moyen pour ce type d'action de communication atteint généralement de 3 à 5 %, le résultat de ce publipostage est donc nettement supérieur à la moyenne, cette action est parfaitement ciblée, l'offre commerciale a séduit les clients.

PROFIL TYPE DU VENDEUR GO SPORT

1 point par qualité avec un maximum de 10 qualités notées, 1 point par justification, par domaine :

DOMAINES	PRINCIPALES QUALITÉS <i>10 pts</i>	JUSTIFICATIONS <i>4 pts</i>
Physiques <i>Indiquez 2 qualités</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Santé ➤ Robustesse ➤ Endurance 	<p>Le vendeur s'implique dans le maintien en état marchand de son rayon (manutention, déplacement de produits lourds...).</p>
Moraux <i>Indiquez 2 qualités</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Volonté ➤ Ambition ➤ Dynamisme ➤ Motivation ➤ Esprit d'équipe ➤ Honnêteté 	<p>Le vendeur véhicule l'image de l'entreprise. Il aspire à un poste de management à responsabilité.</p>
Professionnels <i>Indiquez 4 qualités</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Autonomie ➤ Intuition ➤ Confiance en soi ➤ Organisation ➤ Esprit pratique ➤ Maîtrise de la gestion 	<p>Il gère seul la tenue de son rayon et, est à l'écoute de ses clients. Mise en place des produits, des promotions, tenue du rayon etc...</p>
Sociaux <i>Indiquez 2 qualités</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amabilité ➤ Maîtrise de soi ➤ Aptitude en équipe 	<p>Répond aux besoins des clients, s'intègre à l'équipe.</p>

Accepter toute autre proposition cohérente pour les justifications