

# DOSSIER 2 (CAP)

## PARTIE 1

1)

- 6) Date limite d'utilisation optimale (accepter date limite de consommation)
- 7) Coordonnées et nom du fabricant
- 8) Composition
- 9) Offre promotionnelle
- 10) Code barre

## PARTIE 2

1)

- a - Linéaire au sol :  $20 \times 2 = 40\text{cm}$
- b - Linéaire développé :  $40 \times 2 = 80\text{cm}$
- c - Frontale (de base) : 2
- d - M.D.D. : Marque du distributeur

## PARTIE 3

### ANNEXE 3

#### CADENCIER DE REASSORTIMENT (Extrait)

Référence	1ère Semaine			2ème Semaine			3ème Semaine			4ème Semaine			5ème Semaine	Ventes Hebdomadaires moyennes
	S	E	V	S	E	V	S	E	V	S	E	V	Stock	
585	2	12	10	4	20	14	10	6	13	3	12	11	4	12
4587	4	20	14	10	10	18	2	20	15	7	15	17	5	16
3000	4	10	12	2	15	14	3	15	10	8	10	16	2	13
4500	3	18	13	8	12	15	5	12	12	5	12	16	1	14

S = Stock :

E = Entrées : en unité de vente consommateur

V = Ventes

## CORRECTION

Groupement interacademique	C.A.P. DISTRIBUTION MAGASINAGE	Session 2001
Durée : 3 heures	option : PRODUITS ALIMENTAIRES	
Dossiers 1 et 2		DOSSIER 2
Coefficient : 5		1/3
<b>EPREUVE : EP2 Travaux professionnels d'analyse de travail et de technologie</b>		

# PARTIE 4

## ANNEXE 4

### FICHE DE STOCK

Désignation :

Stock d'alerte : 6

Stock maximum : 12

Date	Document	ENTREES			SORTIES			STOCK		
		Qté	P.U.	Montant	Qté	P.U.	Montant	Qté	P.U.	Montant
25/5	SI							5	9,50	47,50
25/5	BE 145	7	9,75	68,25				15	9,50	47,50
								7	9,75	68,25
26/5	BS 420				15	9,50	47,50			
					1	9,75	9,75	6	9,75	58,50
28/5	BS 462				4	9,75	39,00	9	9,75	19,50
29/05	BE 146	8	9,95	79,60				12	9,75	19,50
								8	9,95	79,60
30/05	BS 482				12	9,75	19,50			
					1	9,95	9,95	7	9,95	69,65
31/05	BS 483				4	9,95	39,80	3	9,95	29,85
02/06	BE 147	7	9,95	69,65				10	9,95	99,50

Groupement interacademique	<b>C. A.P. DISTRIBUTION MAGASINAGE</b>	Session 2004
Durée : 3 heures	option : PRODUITS ALIMENTAIRES	
Dossiers 1 et 2	<b>CORRECTION</b>	DOSSIER 2
Coefficient : 5		
EPREUVE : EP2 Travaux professionnels d'analyse de travail et de technologie		
		213

## PARTIE 5

1)

Selon le C.T.I.F.L. les produits exotiques sont d'origine tropicale mais aussi méditerranéenne. Les raisons qui expliquent l'augmentation de leurs ventes sont :

- le développement des voyages
- la présence de groupes ethniques étrangers

2)

Les 4 types d'actions promotionnelles ou publicitaires à envisager :

- dégustation
- publicité sur un journal local
- animation
- prix promotionnels
- jeux , concours
- P.L. V. (publicité sur lieu de vente)
- mise en avant des produits (tête de gondole)
- annonce par haut-parleur dans le magasin
- etc...

## CORRECTION

Groupement interacademique	<b>C.A.P. DISTRIBUTION MAGASINAGE</b>	Session 2001
Durée : 3 heures	<b>option : PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	
Dossiers 1 et 2		DOSSIER 2
Coefficient : 5		<b>3/3</b>
<b>EPREUVE : EP2 Travaux professionnels d'analyse de travail et de technologie</b>		