

L'avenir en bleu
CENTRE COMMERCIAL Le COLOMBIER
35000 RENNES

SITUATION

Situé dans un centre commercial, **L'avenir en bleu** est fortement concurrencé par les magasins franchisés situés dans la galerie et par le rayon « Textile femme » très dynamique de l'hypermarché.

Vous effectuez votre dernière période de stage de Mention Complémentaire « Essayage, Retouche, Vente » au mois d'Avril 2004 à **L'avenir en bleu**.

Madame Proudon, la responsable, vous demande votre participation pour l'aider à prendre une décision quant à l'avenir de son magasin.

PREMIERE PARTIE : ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES / 6 POINTS

Madame Proudon vous demande d'analyser l'évolution du chiffre d'affaires de son point de vente.

- 1- Complétez le tableau des ventes ANNEXE 1.
- 2- Détaillez votre calcul pour l'évolution du CA 2002/2001 sur ANNEXE 1.
- 3- Commentez l'évolution du CA du magasin sur ANNEXE 1.

DEUXIEME PARTIE : POLITIQUE DU POINT DE VENTE / 11 POINTS

Madame Proudon souhaite se renseigner sur cette nouvelle forme de commerce qu'est la franchise. Elle vous précise qu'il est important pour elle de rester libre de ses décisions dans son point de vente.

- 1- Lisez attentivement le DOCUMENT 1.
- 2- Indiquez dans le tableau situé en ANNEXE 2 deux avantages et deux inconvénients de la franchise pour le commerçant qui choisit cette forme de commerce à l'aide du document 1 et de vos connaissances.
- 3- Précisez dans votre copie si vous conseillez à Madame Proudon d'opter pour la franchise. Donnez 2 éléments de justification à votre réponse.

Groupement inter académique II	Session 2004	Facultatif : code		
Examen et spécialité MENTION COMPLEMENTAIRE ESSAYAGE RETOUCHE VENTE				
Intitulé de l'épreuve EP2 GESTION D'ENTREPRISE				
Type SUJET	Facultatif : date et heure	Durée 2 HEURES	Coefficient 2	N° de page / total 1/6

TROISIEME PARTIE : ACTION COMMERCIALE**/ 14 POINTS**

Madame Proudon décide d'organiser une action commerciale pour le mois en cours afin de dynamiser son point de vente. Vous l'assistez dans cette tâche. Vous répondez aux questions 1, 2 et 3 sur votre copie.

- 1- Précisez à Madame Proudon si elle doit intituler son action commerciale PROMOTION ou SOLDES. Vous justifiez de façon détaillée votre réponse.
- 2- Indiquez une action commerciale possible dans le magasin de Madame Proudon.
- 3- Citez un avantage pour la cliente et un avantage pour Madame Proudon à cette action commerciale.
- 4- Madame Proudon décide de proposer des remises en pourcentage sur certains articles. Complétez le tableau situé en ANNEXE 3. Vous détaillez vos calculs pour les pulls. Vous arrondirez vos calculs à l'euro inférieur.

QUATRIEME PARTIE : ANALYSE DES RESULTATS**/ 9 POINTS**

Madame Proudon souhaite vérifier l'impact de cette action commerciale sur l'évolution de son chiffre d'affaires. Elle vous demande de réaliser certaines tâches.

- 1- Complétez le tableau situé en ANNEXE 4.
- 2- Commentez rapidement ces résultats sur l'ANNEXE 4.
- 3- Concluez en indiquant à Madame Proudon s'il faut renouveler ce type d'action commerciale. Justifiez votre réponse.
Vous présentez votre réponse sur l'ANNEXE 4.

ANNEXE 1

MENTION COMPLEMENTAIRE ESSAYAGE RETOUCHE VENTE	Rappel codage
EP2 GESTION D'ENTREPRISE	2/6

ANNEES	2001	2002	2003
Chiffre d'affaires (EN €)	135 980	136 660	127 750
Taux d'évolution (EN %)			

Détail des calculs pour 2002/2001

Commentaires :

ANNEXE 2

La franchise pour le commerçant franchisé	
AVANTAGES	INCONVENIENTS

ANNEXE 3

DESIGNATION	PRIX AVANT REMISE	% DE REMISE	PRIX APRES REMISE
PULL	19.90	15	
PANTALON	32.50	20	
VESTE	44.50	20	
CHEMISIER	28.40	25	

Détail des calculs pour les pulls

ANNEXE 4

CA AVRIL 2003 (EN €)	CA PREVISIONNEL AVRIL 2004		CA REALISE AVRIL 2004 (EN €)	EVOLUTION REALISEE AVRIL 2004/2003	
	PROGRESSION EN %	PROGRESSION EN €		EN %	EN €
10 500	25%		14 800		

QUESTION 4.2 Commentaires :

QUESTION 4.3 Conclusion :

MENTION COMPLEMENTAIRE ESSAYAGE RETOUCHE VENTE	Rappel cocage
EP2 GESTION D'ENTREPRISE	4/6

DOCUMENT 1

- Bienvenue à la FFF
- La Franchise Mode d'emploi
 - Définition de la franchise
 - Le concept
 - Les 4 acteurs de la franchise
 - Un peu d'histoire
 - Les formations
 - Parcours du futur franchisé
 - Parcours du futur franchiseur
- Chiffres et tendances
- Espace adhérents
- Adhérer à la FFF
- La fédération
- Les Experts
- La e-boutique FFF
- Espace documentation
- Espace international
- Nos partenaires
- Espace juridique
- Recherche
- Téléchargement

Le concept

Le concept comprend trois éléments :

1. Les signes de ralliement de la clientèle

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition. Il doit notamment lui garantir la validité de ses droits sur la ou les marques, et/ou enseignes dont l'usage est conféré à quelque titre que ce soit, au franchisé.

Le franchiseur entretient et développe l'image de marque.

Le franchiseur veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque ou enseigne et des autres signes de ralliement mis contractuellement à sa disposition.

A l'issue du contrat, le franchiseur s'assurera de la non-utilisation des signes de ralliement de la clientèle par l'ancien franchisé. En cas d'exclusivité de l'utilisation de la marque sur un territoire donné, le franchiseur en précise les modalités : objet, portée.

2. Le savoir-faire

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance d'un savoir-faire qu'il entretient et développe.

Le franchiseur par une information et une formation adaptées le transmet au franchisé et en contrôle l'application et le respect.

Le franchiseur encourage la remontée d'informations provenant des franchisés afin d'améliorer le savoir-faire.

Dans la période précontractuelle, contractuelle et postcontractuelle, le franchiseur empêche toute utilisation et toute transmission du savoir-faire, en particulier à l'égard de réseaux concurrents, pouvant porter préjudice au réseau de franchise.

3. La collection de produits, services et/ou technologies

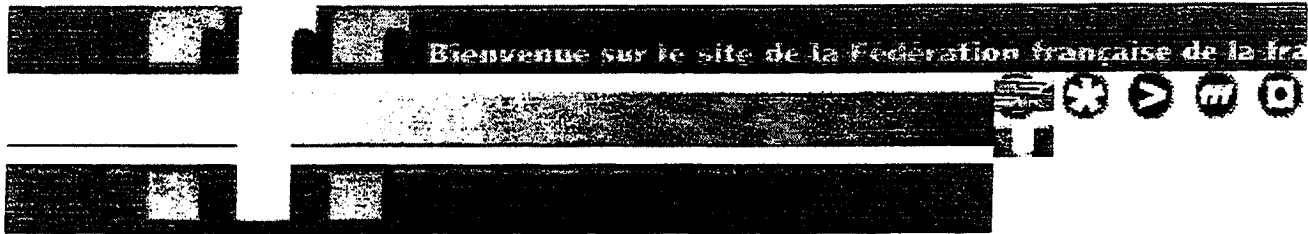
Le franchiseur met à la disposition du franchisé une gamme de produits, services et/ou technologies qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis.

L'exclusivité réservée au franchisé, si elle existe, est clairement précisée en termes d'objet et de portée.

Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou de services offerts au consommateur est bien conforme à l'image de

marque et ce au moyen d'une clause d'achats exclusifs pour les systèmes qui le justifieraient, en particulier lorsque les produits portent la marque du franchiseur.

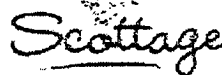




Bienvenue à la FFF ! 110 adhérents, 110 réseaux de franchise dynamiques et innovants construisent avec la FFF la franchi

- Bienvenue à la FFF
- La Franchise Mode d'emploi
- Chiffres et tendances
- Espace adhérents
- Adhérer à la FFF
- La fédération
- Les Experts
- La e-boutique FFF
- Espace documentation
- Espace international
- Nos partenaires
- Espace juridique
- Recherche
- Téléchargement

SCOTTAGE



Pour nous contacter

1-5, rue du Fonds-Pernaud/BP
20315
60203 Compiègne
France

Téléphone : 03 44 23 42 42
Télécopie : 03 44 23 42 41
Adresse e-mail : dginie@aol.fr
Site internet : service télématique :

Nombre d'unité (Année : 2001)

	France	Etranger
Enseigne	6	0
Franchises	33	0
Création de franchises	4	0

Chiffre d'affaires global
(Année : 2001, Unité monétaire : K€)

	France	Total
Enseigne	10671,43	10671,43
Franchises	8079,80	8079,80

Formation : Formation proposée : 1830 euros - 5 jours de formation théorique au siège (avant ouverture du magasin) : textile, vente, gestion - 5 jours en magasin pilote (avant ouverture de la franchise) + formation régulière pour le nouveau personnel : textile (1 journée) et vente (2 jours)

Résumé de la société

Activité : Confection et distribution de prêt-à-porter féminin
Forme juridique : SA
capital : 900 000 F
Registre du commerce : B321 840 779
Références bancaires : CDN (Compiègne) - CRCA (Estrées) - CIC (Compiègne)
création de la société : 1981
ouverture du réseau : 1991

La franchise type

Zone de chalandise : 50.000 habitants minimum
Qualité de l'emplacement : N°1 ou 1bis
Superficie moyenne du magasin : 50 à 70 m2
CA prévisionnel (en Keuros) : 274 à 533
Apport personnel (en Keuros) : 23 à 76
Investissement (en Keuros) : 45,7 à 76,2

L'accès au réseau

Durée du contrat (en années) : 3 à 5 ans
Droits d'entrée (en euros) : 8400
Redevances directes : Néant
Redevances indirectes : Redevance publicitaire : 1% du CA HT publicité nationale.
Autres redevances : Marge de fabrication sur collection Scottage

