

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1

ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE

LE DOSSIER COMPORTE : 17 pages numérotées de 1 à 17

Page 1	:	Page de garde
Pages 2 à 6	:	Sujet
Pages 7 à 12	:	Documents
Pages 13 à 17	:	Annexes

Les annexes dûment remplies sont à joindre avec la copie

N.B. : Les informations fournies dans ce dossier sont inspirées d'un cas réel dans lequel des données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

Calculatrice de poche autorisée, y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique, à condition que son fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (circulaire 99-186 du 16 novembre 1999).

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 1 sur 17		

SUJET

LE PASSAGE

Titulaire du baccalauréat professionnel Commerce, vous êtes embauché(e) dans un hypermarché à l'enseigne "LE PASSAGE" situé à TROYES, agglomération qui compte 120 000 habitants.

Votre hypermarché a une surface de vente de 5 790 m² et le panier moyen de la clientèle s'élève à 30,80 euros. Il se trouve dans une zone commerciale très attractive datant de 1975. Les hypermarchés Auclerc et 3 Fontaines sont ses deux concurrents directs dans sa zone de chalandise. Un projet d'agrandissement de 1 200 m² de la surface de vente de votre magasin est en cours.

Vous êtes affecté(e) au rayon épicerie. Le chef de ce secteur, Monsieur Yves BOISARD, vous demande dans un premier temps de vous informer sur la situation du marché du chocolat et plus précisément sur celle du chocolat en tablettes. Dans un second temps, vous serez chargé(e) successivement de l'analyse des performances du rayon, de l'étude du linéaire et enfin de la satisfaction de la clientèle.

Les travaux suivants vous sont donc confiés :

Partie I : Analyse du marché du chocolat en tablettes

Partie II : Analyse des performances d'un sous-rayon

Partie III : Étude de linéaire

Partie IV : Étude de satisfaction de clientèle

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 2 sur 17		

PARTIE I

ANALYSE DU MARCHÉ DU CHOCOLAT EN TABLETTES

Dans le cadre du futur agrandissement du magasin, M. BOISARD en accord avec le chef de rayon concerné, souhaite réorganiser le linéaire chocolat en tablettes. Pour préparer ce travail, il vous remet une documentation sur le marché de ces produits et vous charge de l'analyser.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 1, 2, 3, 4 pages 7, 8 et 9, présentez sur **l'annexe 1 page 13/17 à rendre avec la copie** :

1.1. La situation générale du marché en volume, en valeur, les perspectives d'évolution.

1.2. L'offre :

1.2.1. les fabricants, leur part de marché, leur évolution,

1.2.2. les segments de produits, leur part de marché, leur évolution.

1.3. La demande, ses aspects quantitatifs et qualitatifs.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 3 sur 17		

PARTIE II

ANALYSE DES PERFORMANCES D'UN SOUS-RAYON

Après avoir pris connaissance des informations que vous lui avez fournies, M. BOISARD vous demande d'analyser les performances des différents segments du produit "chocolat en tablettes" que vous possédez en rayon.

TRAVAIL À FAIRE

2.1. Calculez les résultats annuels 2003 du sous-rayon "chocolat en tablettes".

Pour ce faire, complétez le tableau de l'**annexe 2 page 14/17 à rendre avec la copie** et justifiez les éléments repérés par une lettre.

M BOISARD vient de recevoir de la centrale d'achat différentes statistiques concernant le rayon chocolat en hypermarchés. Il vous demande d'en prendre connaissance (document 5 page 10/17). En outre, l'observation en rayon vous permet de constater que les tablettes de chocolat disposent d'un linéaire comprenant quatre éléments mesurant chacun 1,33 mètre. Ces différents éléments comportent six niveaux de présentation.

TRAVAIL À FAIRE

Les réponses aux activités 2 à 5 devront figurer sur l'**annexe 3 page 15/17 à rendre avec la copie**.

2.2. Calculez le linéaire au sol accordé aux tablettes de chocolat. Présentez vos calculs.

2.3. Calculez le linéaire développé accordé aux tablettes de chocolat. Présentez vos calculs et arrondissez le résultat au mètre le plus proche.

2.3. Situez les performances 2003 de votre sous-rayon en comparaison avec les moyennes nationales. Pour ce travail, présentez tous les calculs et commentez vos résultats.

2.5. Proposez deux actions correctives.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 4 sur 17		

PARTIE III
ÉTUDE DE LINÉAIRE

M. BOISARD estime que certains segments occupent une place disproportionnée par rapport au chiffre d'affaires réalisé. Vous disposez d'un relevé de linéaire (document 6 page 10/17) et des statistiques de ventes (document 7 page 10/17) concernant les cinq premiers mois de l'année 2004.

TRAVAIL À FAIRE

- 3.1. Calculez sur **l'annexe 4 page 16/17 à rendre avec la copie**, l'indice de sensibilité au chiffre d'affaires HT de chacun des segments.
- 3.2. Calculez sur **l'annexe 4**, le linéaire développé que chaque segment devrait occuper sachant qu'il n'y aura pas de modification du linéaire développé total.

Remarque : Indiquez la méthode de calcul du nouveau linéaire sur **l'annexe 4**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 5 sur 17		

PARTIE IV

ÉTUDE DE SATISFACTION DE CLIENTÈLE

Tous les mois, les journalistes de la revue professionnelle "Linéaires" visitent différents magasins d'une même ville. L'objectif est de porter un regard de client sur ces points de vente. D'un mois à l'autre, la grille d'évaluation est identique ; elle est composée de 100 critères d'observation.

En avril dernier, l'enquête a porté sur cinq magasins de votre ville. Les résultats paraissent ce mois-ci ; vous les étudiez attentivement.

TRAVAIL À FAIRE

À partir du document 8 page 11/17, traitez **sur votre copie** les activités suivantes :

- 4.1. Identifiez les points positifs de votre magasin.
- 4.2. Identifiez les points à améliorer.
- 4.3. Indiquez la position votre point de vente par rapport à la concurrence.

Votre magasin a mis à la disposition de la clientèle une boîte à idées depuis janvier. Les clients qui le souhaitent peuvent ainsi faire connaître leurs remarques, leurs suggestions. M. BOISARD vous remet quatre de ces imprimés.

TRAVAIL À FAIRE

- 4.4. À l'aide du document 9 page 12/17 complétez le tableau récapitulatif "Remarques et suggestions", **annexe 5 page 17/17 à rendre avec la copie.**

Compte tenu des résultats de l'enquête de "Linéaires" et des fiches clients (documents 8 et 9 pages 11 et 12/17), M. BOISARD vous demande de proposer des solutions aux différents problèmes rencontrés par le rayon épicerie.

TRAVAIL À FAIRE

- 4.5. Proposez sur l'**annexe 6 page 17/17 à rendre avec la copie**, quatre solutions pour améliorer le service à la clientèle.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 6 sur 17		

DOCUMENT 1

LE CHOCOLAT, UN MONDE DE GOURMANDISES AU QUOTIDIEN

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les Français consomment et apprécient les chocolats parfumés et raffinés. De la simple tablette à la pâte à tartiner, en passant par les barres chocolatées, les Français consomment jusqu'à 6,9 kg de chocolat par an et par habitant. Le côté festif des bonbons en chocolat, présentés dans d'élégantes boîtes, est aussi fort apprécié... plaisir d'offrir oblige !

94 % des Français consomment du chocolat. 70 % en dégustent au moins une fois par semaine. Un tiers des Français sont vraiment des "mordus" et s'en régalaient au moins une fois par jour.

Les consommateurs réguliers sont plutôt des hommes, les 18-34 ans et les cadres. Néanmoins les femmes au foyer, les étudiants et les employés sont de grands consommateurs : le chocolat est un produit populaire.

Répartition des tonnages :

<i>Confiserie de chocolat</i>	42,9 %
<i>Tablettes</i>	27,9 %
<i>Pâtes à tartiner</i>	14,6 %
<i>Cacao en poudre sucré</i>	14,6 %

SOURCE : Chambre syndicale nationale des chocolatiers Juin 2003

DOCUMENT 2

1/2

DOSSIER CHOCOLAT (Linéaires septembre 2003 extraits)

Année atypique pour le chocolat. Cours du cacao vertigineux, hausse des tarifs, chiffres d'affaires record. Mais les volumes ne décollent pas. S'ajoute à cela l'effort de valorisation des industriels. Attention à ne pas abuser...

Le chocolat casse la baraque, + 6,7 % pour les tablettes, + 3,9 % pour la confiserie, cette année aura vu une flambée des chiffres d'affaires.

Un coup d'œil sur l'évolution des volumes depuis un an permet de relativiser le bilan du rayon : plat pour la confiserie, en recul pour les

tablettes. Au total, l'univers du chocolat est stagnant : + 0,2 % sur 12 mois, - 0,6 % depuis le début de l'année. Le rayon a donc connu une valorisation record en un an. Une hausse du prix au kilo imputable en grande partie à l'envolée des cours du cacao en début d'année.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 7 sur 17		

Segmentation du rayon chocolat

Familles de produits	CA (millions d'€)	Évolution / 1 an	Volume	Évolution / 1 an
Tablettes	781,5	+ 6,7 %	88 443 tonnes	+ 0,2 %
Confiserie de chocolat	557,8	+ 3,9 %	57 548 tonnes	+ 0,3 %

Source : d'après panel Iri Secodip CAM au 25/05/2003

Segmentation des tablettes

Segments	% volume	Évolution / 1 an
Familiales	45,3 %	- 2,4 %
▪ Lait	18,0 %	- 0,8 %
▪ Lait + ingrédients	15,8 %	- 4,0 %
▪ Noir à croquer	11,5 %	- 3,0 %
A pâtisser	14,2 %	+ 5,6 %
Dégustation	12,8 %	+ 0,5 %
Fourrées	6,5 %	+ 6,4 %
Blocs gourmands	13,7 %	- 2,7 %
Enfant	7,5 %	- 2,3 %

Source : d'après panel distributeurs. Origine fabricant CAM juin 2003

Parts de marché sur les tablettes

Marques	Part de CA au 01/10/02	Évolution / 1 an
Nestlé	21,4 %	+ 0,2 %
Kraft Foods	29,4 %	+ 1,6 %
▪ Côte d'Or	14,5 %	+ 1,7 %
▪ Milka	13,6 %	- 0,3 %
Ferrero	3,8 %	+ 0,4 %
Cantalou	3,5 %	+ 0,5 %
Cadbury	10,9 %	- 0,7 %
MDD	14,6 %	- 0,2 %
Lindt	14,8 %	- 0,6 %
Autres	1,6 %	- 1,2 %

Source : d'après Linéaires Octobre 02 Panel distributeurs

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 8 sur 17		

DOCUMENT 3

CANNIBALISME CHEZ LES TABLETTES (source : Linéaires septembre 2003)

Après l'émulation de ces dernières années en terme de recettes et de sophistication, la durée de vie des innovations est de plus en plus courte. Les chocolatiers, à l'affût des nouveaux relais de croissance, doivent s'adapter aux dures lois du marché d'un rayon saturé.

La fève s'enflamme, les tablettes fondent. La situation en Côte d'Ivoire et une pénurie de l'offre ont fait grimper les cours du cacao à un niveau historique. Le chocolat en tablettes a connu une valorisation record. Car si son chiffre d'affaires a littéralement explosé (+ 6 %), les hausses de tarifs n'ont certainement pas aidé à faire redécoller les volumes, même si leur érosion semble s'être ralentie (- 0,6 %).

Pourtant, avec un taux de pénétration stable à 94 %, le chocolat trouve toujours sa place dans les placards. C'est donc bien sur les quantités achetées que les consommateurs ont levé le pied.

Et l'hémorragie est surtout constatée sur le segment familial, qui représente à lui seul les trois quarts des pertes. Sont mis en cause la concurrence des autres rayons et le hard discount, certes, mais surtout le désintérêt des industriels pour ce segment, trop occupés à "éduquer" le consommateur sur le front de la dégustation et de la course aux recettes. "Aujourd'hui le marché évolue vers des propositions moins intellectuelles et davantage tournées vers la gourmandise et le plaisir", analyse Estelle Guérin, directrice marketing Lindt France.

DOCUMENT 4

CHOCOLAT EN TABLETTES

L'EXPLOSION DE L'OFFRE SOUTIEN LA CROISSANCE

Un contexte difficile (d'après LSA janvier 2003)

Hausse des prix

Incontournable cette année en raison, notamment, de l'envolée des cours des fèves de cacao. Les tarifs devraient augmenter de 3 à 15 % suivant la teneur en cacao des recettes.

Des promesses plus concrètes

Les marques vantent le fondant de leurs recettes, la saveur des ingrédients associés (orange, noisettes, pomme...) et les pays d'origine

Contre la concurrence extérieure

Valeur sûre, l'ingrédient chocolat a fait un retour en force au rayon biscuits et permet à la viennoiserie industrielle de soutenir son dynamisme. En réaction, les tablettes se "biscuitisent".

Un linéaire saturé

Ce marché réactif à la diversité de l'offre est dans une course aux nouveautés qui nuit à sa lisibilité. Tout le monde s'accorde sur ce fait, mais le chantier merchandising n'a pas encore franchement démarré.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 9 sur 17		

DOCUMENT 5

Résultats nationaux annuels moyens des ventes de tablettes de chocolat Pour l'ensemble des hypermarchés en 2003

<i>Coefficient multiplicateur moyen</i>	1,350
<i>Taux de marque moyen</i>	14,50 %
<i>Chiffre d'affaires annuel HT moyen au mètre linéaire</i>	2 400 €
<i>Marge brute annuelle moyenne au mètre linéaire</i>	230 €

DOCUMENT 6

Relevé de linéaire actuel

Segments	Linéaire développé en mètres
<i>Noir à déguster</i>	4,50
<i>Noir à croquer</i>	5,50
<i>Noir dessert</i>	3,20
<i>Blocs gourmands</i>	5,60
<i>Fourrées</i>	1,80
<i>Lait dégustation</i>	1,50
<i>Lait familial</i>	3,50
<i>Lait riz</i>	0,50
<i>Lait noisettes</i>	2,30
<i>Tablettes enfants</i>	3,60
TOTAL	32,00

DOCUMENT 7

Ventes de janvier 2004 à mai 2004

Segments	CA HT en €
<i>Noir à déguster</i>	3 600
<i>Noir à croquer</i>	4 400
<i>Noir dessert</i>	5 000
<i>Blocs gourmands</i>	6 200
<i>Fourrées</i>	2 750
<i>Lait dégustation</i>	950
<i>Lait familial</i>	3 200
<i>Lait riz</i>	1 300
<i>Lait noisettes</i>	2 900
<i>Tablettes enfants</i>	2 600

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 10 sur 17		

DOCUMENT 8

Les résultats de l'enquête : Linéaires mai 2004

CRITÈRES D'ÉVALUATION	Hyper 3 Fontaines 13 090 m ²		LE PASSAGE 5 790 m ²		Super Bon Rencontre 2 200 m ²		Auclerc 5 500 m ²		3 Market 2 600 m ²	
	7,80 / 10		6,90 / 10		6,70 / 10		7,70 / 10		5,80 / 10	
Accueil	4 ^e	7,6	1 ^{er}	9,2	3 ^e	7,8	2 ^e	8,3	5 ^e	7,5
Compétence du personnel	1 ^{er}	9,4	2 ^e	6,9	3 ^e	5,6	4 ^e	4,6	5 ^e	3,6
Confort	4 ^e	6,8	5 ^e	5,6	2 ^e	7,1	1 ^{er}	7,3	3 ^e	6,9
Fraîcheur	2 ^e	6,5	5 ^e	5,3	4 ^e	5,8	1 ^{er}	9,4	3 ^e	5,9
Propreté	3 ^e	7,0	5 ^e	5,8	1 ^{er}	8,7	1 ^{er}	8,7	4 ^e	5,9
Service	1 ^{er}	7,5	2 ^e	6,0	5 ^e	3,8	2 ^e	6,0	4 ^e	4,3
Prix *	1 ^{er}	10	2 ^e	9,5	4 ^e	8,1	2 ^e	9,5	5 ^e	6,1
	<i>La locomotive de la ville. Tortueux dans son implantation, cet hyper compense par les prix les plus compétitifs de la zone, un personnel compétent et des services conformes aux ambitions de l'enseigne.</i>		<i>Un hyper vieillissant. Les rayons textiles sont plutôt flatteurs avec une offre large et originale</i>		<i>Un magasin relativement bien tenu, mais un peu froid. Les mises en scène manquent. Les fruits et les légumes sont flatteurs, la pâtisserie, le fromage à la coupe et la cave plutôt séduisants.</i>		<i>Fraîcheur, propreté, confort : Auclerc bâtit sa victoire sur des fondamentaux simples et efficaces. Flambant neuf, l'hyper est particulièrement bien tenu au risque d'être un peu froid.</i>		<i>Bien que rénové, ce point de vente déçoit à plusieurs reprises : compétences, propreté, services et prix. D'où une note très éloignée de son potentiel réel. Du gâchis.</i>	

* Performances de prix calculées à partir d'un panier de 75 grandes marques.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 11 sur 17		

DOCUMENT 9

IMPRIMÉS "REMARQUES ET SUGGESTIONS"

Date : 15 Mai 2004	Coordonnées du client : Mme GARAUD
N°1	
<i>J'ai cherché pendant 10 minutes le rayon des saucissons. J'ai fini par demander à une employée leur emplacement. Celle-ci m'a gentiment renseignée. Quelle surprise de les trouver au beau milieu de l'épicerie, face aux produits diététiques !</i>	

Date : 15 Mai 2004	Coordonnées du client : M. FOUGIER
N°2	
<i>J'aime faire mes courses à l'ouverture du magasin car cet horaire matinal est un gage de tranquillité. Mais depuis quelques temps, les allées du rayon épicerie sont encombrées par le personnel et les chariots qui permettent la mise en rayon. C'est devenu une habitude pénible, on ne peut plus circuler. Aujourd'hui, je suis venu à 10 h 30, j'ai rencontré le même problème !</i>	

Date : 17 Mai 2004	Coordonnées du client : Mlle GANNE
N°3	
<i>J'aime bien les produits du commerce équitable. J'ai déjà acheté chez vous du thé et du café de l'association Max Havelaar. Aujourd'hui, il y avait du café mais pas de thé. Pourquoi ?</i>	

Date : 17 Mai 2004	Coordonnées du client : Mme ETIENNE
N°4	
<i>Au rayon chocolat, j'ai vainement cherché le prix de la tablette de chocolat Noir Nestlé de 200 grammes. L'employé m'a indiqué la borne de lecture la plus proche : elle ne marchait pas !</i>	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0406-CO ST A
ÉPREUVE E 1 : Sous-épreuve A 1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 12 sur 17		