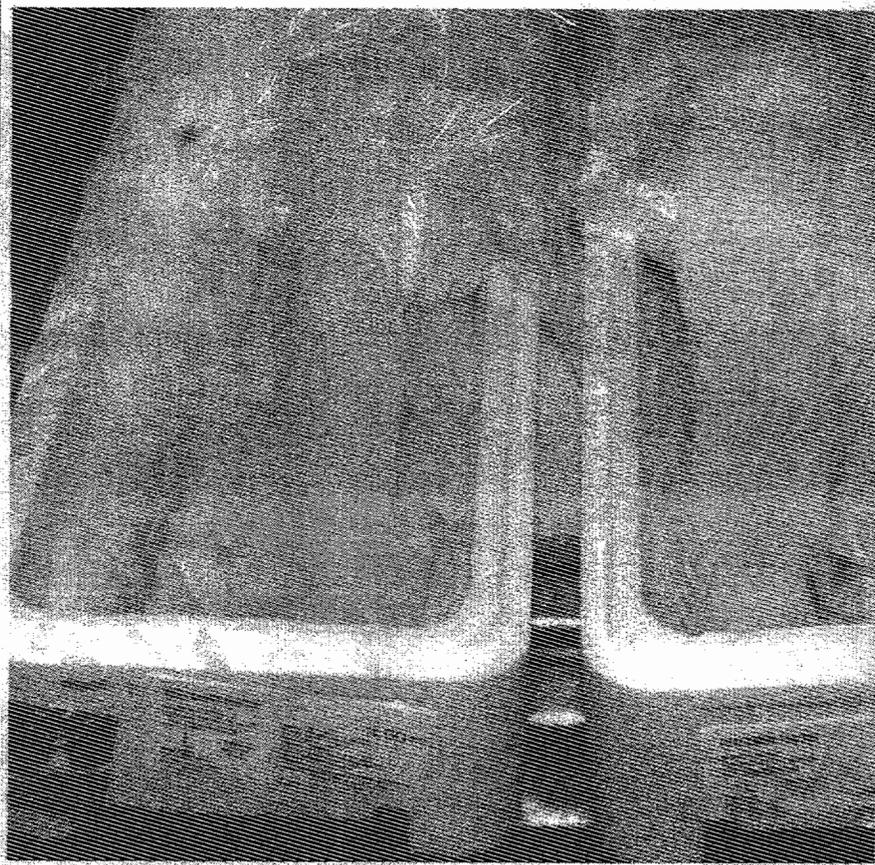


Les contrôles à réception

Le contrôle de la marchandise au stade de la réception constitue l'une des tâches essentielles pour une saine gestion du rayon marée. Ces procédures, toutes indispensables, peuvent être résumées en six points de contrôle.



1 - Le camion

À l'ouverture des portes du véhicule, le chef de rayon contrôlera si la température intérieure de la caisse est conforme aux normes appliquées au transport du poisson (maximum : +2°C). Vérifiez aussi la propreté de l'intérieur de la caisse et le bon chargement des palettes (absence de palettes bois, de palettes renversées, etc.).

2 - Le colisage

Toute caisse abîmée ou souillée doit être refusée. Tout élément non conforme (absence d'un ou plusieurs colis, caisses endommagées, etc.) sera systématiquement consigné sur le bon de transport puis contre-signé par le chauffeur.

3 - Les températures

Faites faire des sondages de température au sein des colis reçus. Cela consiste à plonger un thermomètre entre deux poissons au milieu d'une caisse. La température doit se situer entre 0° et +2 °C. Il y va de la qualité et de la sécurité sanitaire des poissons ou des filets qui seront proposés à la vente. Bien souvent, cette opération - à effectuer en présence du chauffeur - est né-

gligée. Elle est pourtant indispensable.

4 - La qualité

Il s'agit de contrôler l'adéquation de la marchandise aux normes affichées (qualité EXTRA ou A), de vérifier le respect des tailles et des origines revendiquées. Des vérifications d'autant plus importantes que la DGCCRF est susceptible d'effectuer des contrôles en réserve.

5 - Les quantités

Vérifiez que le nombre total de colis est conforme au chiffre indiqué sur le bon de livraison. Rapprochez le nombre de colis reçus par rapport à la commande passée. Un sondage aléatoire sera effectué sur plusieurs caisses afin de vérifier que le

poids figurant sur la caisse est conforme au poids réel net mis en caisse. Ce contrôle essentiel est, là aussi, souvent négligé. Il permet pourtant de réduire la démarque inconnue.

6 - L'étiquetage

Sur chaque caisse de poissons frais, l'étiquette doit mentionner :
- Le nom et l'adresse du mareyeur
- Le nom du produit

- La taille
- La zone de capture FAO
- Le poids net en caisse

Pour le saumon frais, doivent figurer en complément le nom scientifique (*salmo salar* pour le saumon de l'Atlantique), l'origine, la mention « saumon d'élevage », le numéro du site d'abattage, le nombre de poissons en caisse, leur taille moyenne et la date d'abattage. »

Michel Foy



Lors de la réception des bourriches de coquillages vivants, il est impératif de contrôler qu'à chaque emballage correspond une étiquette sanitaire. En cas d'absence de cette étiquette refusez la réception du colis. Sur cette étiquette doivent figurer le nom et l'adresse du canchyliculteur, son numéro d'agrément délivré par l'Ifremer, le nom du produit, sa taille si nécessaire (pour les huîtres notamment) et la date de conditionnement.

Linéaire N° 210 janvier 2006

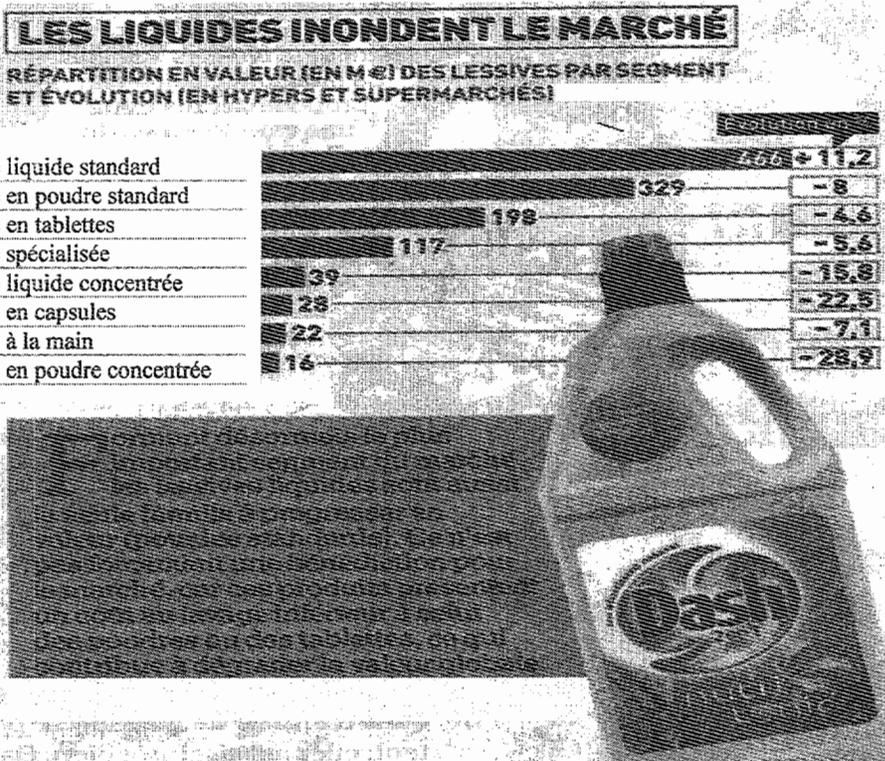
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
0706-CO ST 11	Page 10 sur 20	

DOCUMENT 6 : EXTRAIT DU RELEVÉ DES OBSERVATIONS DU RÉCEPTIONNAIREHYPER EST
Hypermarché**CONTRÔLE PRODUITS À RÉCEPTION**

Date	Désignation produit (libellé exact, fournisseur)	Nom du transporteur	Contrôle camion (propreté, palettisation)	Températures		Intégrité des emballages	Observations
				Camion	Produit		
18/06/07	Filets de merlan Pêcheries KERBRONEC	Transport LEBURE	R. A. S.	+ 0° C	+ 2° C	R. A. S.	
18/06/07	Bourriches d'huîtres Pêcheries du NORD	Transport MARTIN	R. A. S.	+ 1° C	+ 0° C	Caisse abîmée	Une caisse abîmée (signalée sur bon de réception)
20/06/07	Moules d'Espagne Pêcheries SANTOS	Transport COJERON	R. A. S.	+ 4° C	+ 5° C		Dépassement de température : - température du camion + 4° - température des produits + 5°
22/06/07	Crevettes Pêcheries du NORD	Transport MARTIN	R. A. S.	+ 0° C	+ 0° C		Absence d'étiquette sanitaire sur deux caisses
22/06/07	Saumon de l'Atlantique Pêcheries KERBRONEC	Transport LEBURE	R. A. S.	+ 0° C	+ 2° C	R. A. S.	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**SESSION 2007****SPÉCIALITÉ : COMMERCE****Coefficient : 4****ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11****Durée : 3 heures****Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale****SUJET****0706-CO ST 11****Page 11 sur 20**

DOCUMENT 7 : MARCHÉ DES LESSIVES



LSA n°1961 du 13 juillet 2006

DOCUMENT 8 : RÉSULTATS DU RAYON LESSIVE 2005/2006

SEGMENTS DES LESSIVES	Quantités vendues en 2005	Quantités vendues en 2006	Chiffre d'affaires réalisé en 2005	Chiffre d'affaires réalisé en 2006
Lessive liquide standard	16 754	17 649	124 968 €	136 085 €
Lessive liquide concentrée	574	448	3 435 €	2 947 €
Lessive en poudre standard	8 981	8 324	92 186 €	83 875 €
Lessive en poudre concentrée	444	483	2 702 €	3 211 €
Lessive en capsules	809	547	5 215 €	3 863 €
Lessive en tablettes	5 765	5 210	51 643 €	57 046 €
Lessive à la main	1 553	1 515	3 144 €	3 375 €
TOTAL RAYON	34 880	34 176	283 293 €	290 402 €

La lessive spécialisée (citée dans le document 7) est répartie dans les différentes familles de lessive.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 12 sur 20

DOCUMENT 9 : DONNÉES DU RAYON CONCERNANT LES STOCKS

LESSIVES	Moyenne des magasins HYPEREST		Stock moyen magasin St DIZIER 2006
	Stock moyen	Durée moyenne de stockage (en jours)	
Lessive liquide standard	3 295 €	8,7 j	3 125 €
Lessive liquide concentrée	937 €	17,9 j	207 €
Lessive en poudre standard	5 566 €	16,3 j	3 525 €
Lessive en poudre concentrée	241€	13,1 j	361 €
Lessive en capsules	1 698 €	18,7 j	285 €
Lessive en tablettes	3 583 €	17,5 j	4 821 €
Lessive à la main	977 €	27,1 j	353 €
Total Rayon		17,04	

DOCUMENT 10 : COMMENT SATISFAIRE VOS CLIENTS ?

LES ENJEUX

Sur les zones de produits frais, ne pas hésiter à mettre en scène le produit, quitte à repenser le mobilier comme le font les « messieurs surgelés » des enseignes.

Valoriser l'offre, pas le mobilier ! « La star, c'est aujourd'hui plus le produit que l'enseigne, (...) nous sommes dans la valorisation de l'article, pas du support », commente Bertrand ESCLASSE, directeur de Design Day. (...) Ainsi, à l'image d'une halle, le marché de Casino, près de TOULOUSE, présente l'abondance de manière ordonnée dans des meubles et des bacs discrets et bas, aux couleurs des fruits et légumes. Sur les meubles, des nébulisateurs maintiennent une température de 17°C. (...) À l'opposé de cette tendance, d'autres rayons cherchent le qualitatif, comme les surgelés, au point mort depuis des années. Un nouveau meuble beau, efficace et vendeur, d'une faible emprise au sol, offre deux niveaux. « Il est facile d'accès, à 1,45 m dans sa hauteur maximum, on peut placer les gros conditionnements en bas et les petits en haut. » Ses parois de verre exposent les produits, le meuble Carrier est installé depuis mi-juin chez Ica, en Suède, et testé dans un Géant depuis mi-août.

L'accès au « libre-toucher », l'accès au produit important dans les surgelés, est primordial chez certains spécialistes. Le client se saisit du produit. Des écrans lui permettent de comprendre la richesse de l'offre.

Proposée chez EDEKA, en Allemagne une loupe pour les étiquettes – Dans ce supermarché attentif aux plus de 50 ans, la loupe proposée en rayon permet de décrypter les informations minuscules de l'emballage comme la composition des aliments.

Un afficheur dynamique interactif destiné aux rayons frais traditionnels, permet au chef de rayon de communiquer à partir de photos et de fiches-conseils grâce à un écran plat tactile de grande taille et à un logiciel adapté.

Un humidificateur pour l'étal de poissons prolonge la conservation des poissons, en offrant une mise en scène aux clients. Il est adaptable sur tous les meubles et conforme à la réglementation.

Le chariot intelligent, le « shopping buddy » scanne les articles, mémorise les achats précédents ou la liste envoyée par mail depuis le domicile. Il identifie également les articles en promotion sur un rayon à un mètre de distance.

Des bornes dans tout le magasin aident le client à composer son menu en fonction de la nature du repas : rapide, familial ou plutôt festif.

La caisse libre-service panier, implantée depuis juin 2004 au Casino de CHASSE-SUR-RHONE (Rhône) remporte un franc succès depuis ces deux dernières années dans l'alimentaire. Le client scanne ses produits à son rythme, paie en espèces ou par carte bancaire. Les seniors s'en sont emparés.

Des points d'information sont installés dans l'alimentaire, chez Carrefour Catalogne, depuis septembre 2005. Les anciens Champion disposent de points d'information dans chaque secteur du magasin.

LSA N°1964 – 7 septembre 2006

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 13 sur 20

ANNEXE 1 (à compléter et à rendre avec la copie)

RÉPARTITION DU LINÉAIRE DES EAUX PAR SEGMENT

Segments des eaux	Marché en volume	Pourcentage de part de marché en volume (1)	Linéaire à accorder en MLS (2)
<i>Eaux plates</i>			
= natures			
= aromatisées			
<i>Eaux gazeuses</i>			
= natures			
= aromatisées			
TOTAL			
Détail des calculs pour les eaux plates	<p>➤</p> <p>➤</p>		

MLS = mètre linéaire au sol

(1) Arrondir vos calculs à une décimale

(2) Arrondir vos calculs à deux décimales

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 14 sur 20

ANNEXE 2 (à compléter et à rendre avec la copie)

LINÉAIRE DES EAUX AROMATISÉES

Catégorie des eaux aromatisées	Pourcentage de linéaire à accorder selon DANONE	Linéaire à accorder en MLD
Eaux plates aromatisées		
Sans sucre		
Peu sucrées		
Sucrées		
Eaux gazeuses aromatisées		
Sans sucre		
Peu sucrées		
TOTAL DES EAUX AROMATISÉES		3 MLD ⁽¹⁾

(1) *MLD (mètre linéaire développé) = Pour déterminer les MLD, on admet que les eaux aromatisées sont exposées sur cinq niveaux.*

$$(0,46 \text{ MLS} \times 5) + (0,14 \text{ MLS} \times 5) = 3 \text{ MLD}$$

Détail de calcul des eaux plates aromatisées sans sucre :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 15 sur 20

ANNEXE 3 (à compléter et à rendre avec la copie)

**PRIX PSYCHOLOGIQUE
DE LA BOUTEILLE D'EAU AROMATISÉE PAROT**

Prix de vente	Question 1 "jugée de mauvaise qualité"		Question 2 "jugée trop chère"		Acheteurs potentiels
	Nombre de réponses	Non acheteurs (cumulé décroissant)	Nombre de réponses	Non acheteurs (cumulé croissant)	
0,45					
0,50					
0,55					
0,60					
0,65					
0,70					
0,75					
0,80					
0,85					
0,90					
0,95					
1,00					
1,05					
1,10					
1,15					
1,20					
1,25					

Conclusion :

Prix psychologique conseillé :

Justification :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
0706-CO ST 11	Page 16 sur 20	

ANNEXE 4 (à compléter et à rendre avec la copie)

CALCULS COMMERCIAUX EAU AROMATISÉE PAROT

	Prix de vente T.T.C.	Prix de vente H.T.	Taux de marque	Marge	P.A. H.T.	P.A. T.T.C.
Bouteille d'eau aromatisée PAROT			20 %			
Détail des calculs						

Le taux de TVA à appliquer est de 5,5 %.

ANNEXE 5 (à compléter et à rendre avec la copie)

TABLEAU DES RISQUES D'ACCIDENT EN MAGASIN

Principales causes	Mesures de prévention les plus adaptées

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 17 sur 20

ANNEXE 6 (à compléter et à rendre avec la copie)**ANALYSE DES RÉSULTATS DU RAYON LESSIVE ANNÉE 2006**

Lessive	Pourcentage des ventes en volume 2006 (1)	Pourcentage du chiffre d'affaires 2006 (1)	Taux d'évolution des ventes en volume (1)	Taux d'évolution en valeur (1)
Lessive liquide standard				
Lessive liquide concentrée				
Lessive en poudre standard				
Lessive en poudre concentrée				
Lessive en capsules				
Lessive en tablettes				
Lessive à la main				
TOTAL RAYON				

(1) Arrondir à une décimale

ANNEXE 7 : (à compléter et à rendre avec la copie)**ANALYSE DES STOCKS DU RAYON LESSIVE 2006**

Lessive	Stock moyen magasin 2006	Chiffre d'affaires de la famille en 2006	Coefficient de rotation des stocks (1)	Durée moyenne de stockage (en jours) (1) (2)
Lessive liquide standard	3 125 €			
Lessive liquide concentrée	207 €			
Lessive en poudre standard	3 525 €			
Lessive en poudre concentrée	361 €			
Lessive en capsules	285 €			
Lessive en tablettes	4 821 €			
Lessive à la main	353 €			

(1) Arrondir à une décimale

(2) Une année = 360 jours

Détail des calculs pour la lessive liquide standard :**EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL****SESSION 2007****SPÉCIALITÉ : COMMERCE****Coefficient : 4****ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11****Durée : 3 heures****Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale****SUJET****0706-CO ST 11****Page 18 sur 20**

ANNEXE 8 (à compléter et à rendre avec la copie)

TABLEAU DES INNOVATIONS ET DES AVANTAGES

Innovations	Avantages

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 19 sur 20

ANNEXE 9 (à compléter et à rendre avec la copie)

AMÉLIORATIONS DES SERVICES À LA CLIENTÈLE

Réclamations des clients	Solutions justifiées à apporter
« J'ai donné mon téléviseur en réparation il y a trois semaines, depuis je n'ai plus de nouvelles... »	
« Je viens d'acheter un lot d'assiettes mais le prix payé en caisse ne tient pas compte du prix promotionnel annoncé sur votre catalogue de juin, et ce n'est pas la première fois ! »	
« J'ai acheté un bouquet de fleurs pour offrir et le soir elles commençaient à faner. »	
« J'ai perdu beaucoup de temps à chercher certains produits que j'achète pourtant régulièrement dans le magasin... »	
« Je suis plutôt mécontente de mon dernier achat car je n'ai pas su comment l'utiliser, malgré la notice à l'intérieur de la boîte... »	
« Je suis énervée de ne jamais trouver dans le magasin les articles mis en promotion sur vos catalogues mensuels... »	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2007
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0706-CO ST 11	Page 20 sur 20