



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

ELEMENTS DE CORRECTION

1^{ère} partie (6 pts) : analyse des résultats de l'enquête

Question 1 (3 pts) : profil de la clientèle du rayon poissonnerie et comportement d'achat

- Femmes de 36 à 50 ans ,employés, habitant la ville où est implanté le magasin.
- 47 % fréquentent le rayon poissonnerie au moins une fois par mois. Par manque de conseil et d'information, elles préfèrent les magasins de proximité.

Question 2 (3 pts) :

- Les points faibles du rayon poissonnerie : Manque de promotions, Manque de conseils, Manque d'information, peu d'animation .
 - Amélioration : PLV, prévoir des animations, formation du personnel pour un meilleur conseil, éclairage du rayon, disposition des étals, fiche produits (provenance), conseils cuisson...

2^{ème} partie(14 pts) : commercialisation du préemballé industriel

Question 1 (3 pts): six fonctions de l'emballage

- Fonctions techniques d'un emballage:
 - Contenir le produit
 - Faciliter son utilisation
 - Protéger le produit
 - Permettre le transport
 - Favoriser l'implantation en rayon
 - Favoriser le stockage
 - ...
- Fonctions commerciales d'un emballage:
 - Attirer l'attention du consommateur
 - Permettre une identification visuelle
 - ...

Question 2(1.5 pt) :citer 3 mentions obligatoires sur l'étiquette

- Dénomination de vente
- Le nom et l'adresse du producteur/fabriquant
- La composition du produit
- La quantité nette
- Les dates limites de consommation
- Le lieu et l'origine de la provenance
- Le n° de lot de fabrication
- Précautions d'utilisation et de conservation
- La marque de salubrité ou estampille vétérinaire
- ...

Question 3(1.5pt) : citer 3 autres mentions sur l'étiquette, facilitant la vente

Les fonctions commerciales telles que le logo, la marque, le sigle, et pour faciliter la vente du préemballé industriel une notice explicative, une recette...

Question 4(2 pts) : avantages du préemballé

Pour le consommateur :

- Attrait des consommateurs pour une alimentation de plus en plus élaborée au rayon LS
- Sécurité sanitaire
- Qualité des produits

Pour le distributeur :

- Rentabiliser les rayons marée libre service

Question 5(6 pts) :

a) Deux actions de promotion sur lieu de vente :

- baisse de prix

- plus de poids pour le même prix
- couponing
- animation dégustation sur le lieu de vente
-

b) Deux supports de communication hors média, les plus adaptés :

Dans le point vente : PLV, présentoir, vidéo, animation sonore

Publicité directe : catalogue et imprimés, tracts distribués hors lieu de vente

c) Deux arguments de vente pour le client final :

- facilite le stockage
- conservation plus longue
- adapté aux clients pressés
- vente en libre service
- sécurité sanitaire
- manipulation du produit possible
- poids calibrés
-

CRDP de l'académie de Montpellier