

**S C É R É N**

**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.**

CRDP de MONTPELLIER  
RÉSERVÉ AU SERVICE

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

**ÉPREUVE E1**  
**ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE**  
**Sous-épreuve E11**  
**PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ**  
**DE L'UNITÉ COMMERCIALE**

Le dossier comporte 18 pages numérotées 1/18 à 18/18  
Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

**Les candidats répondent sur les documents fournis dans le sujet et sur leur copie.**  
**Les documents sont à rendre à la fin de l'épreuve dans la feuille de copie anonymée.**

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

Calculatrice autorisée, BO 42 du 25/11/99 - circulaire n° 99-186 du 16/11/99 :

« Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits ».

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

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL, SPÉCIALITÉ COMMERCE</b>	<b>SUJET</b>	<b>BACCOM09A11</b>
Épreuve E1 – Épreuve scientifique et technique	Session 2009	Page 1/18
Sous-épreuve E11-U11 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Durée : 3 h	Coef. : 4
0906-CO ST 11		

CRDP de MONTPELLIER  
RÉSERVÉ AU SERVICE

SUJET

**Mr Bricolage**  
On peut compter sur lui.



Vous venez d'obtenir votre baccalauréat professionnel commerce et vous avez recherché votre premier emploi dans le secteur de la distribution.

Votre candidature a retenu l'attention de Monsieur Dupuis, directeur d'une grande surface spécialisée, Mr. Bricolage située dans le Puy-de-Dôme (Auvergne).

Lors du premier entretien, au début de votre période d'essai, Monsieur Dupuis vous a présenté l'enseigne et le point de vente qu'il dirige :

« Notre enseigne Mr. Bricolage est apparue dans le paysage français en 1980. Le magasin dont je suis responsable a, quant à lui, été créé en 1993.

Notre zone de chalandise s'étend sur un périmètre de 80 km et compte plus de 75 000 ménages.

Au 31 décembre 2007, le groupe Mr. Bricolage emploie près de 11 000 personnes et compte 4 367 points de vente en métropole. Cette même année, le groupe Mr. Bricolage a réalisé un chiffre d'affaires de 1,87 milliards d'euros dont 93 % dans des villes de moyenne importance (404 points de vente concernés dont le nôtre).

L'ambition du groupe Mr. Bricolage à l'horizon 2011 est de devenir le 3<sup>ème</sup> groupe français dans le secteur du bricolage. »

Afin de vous familiariser avec le point de vente, la clientèle, les produits et l'équipe, il vous confie plusieurs missions à réaliser.

PARTIE I :	La gestion des produits de la famille lumineaire .....	page 3/18
PARTIE II	Le référencement d'un nouveau produit et la détermination du prix psychologique .....	page 4/18
PARTIE III :	La sécurité dans le point de vente .....	page 5/18
PARTIE IV :	La fidélisation de la clientèle.....	page 6/18

## PARTIE I : LA GESTION DES PRODUITS DE LA FAMILLE LUMINAIRE

Monsieur Dupuis souhaite vous familiariser avec la gestion des produits dans l'enseigne Mr. Bricolage.

Il vous confie une activité concernant la gestion de la famille LUMINAIRE (code 50) et plus particulièrement la sous-famille accessoires.

### TRAVAIL À FAIRE

1.1. Calculer sur l'**annexe 1 page 12/18 (à rendre avec la copie)**, pour les quatre produits de la sous-famille accessoires :

- Le prix de vente unitaire H.T.
- Le prix de vente unitaire T.T.C.
- La marge unitaire.
- Le coefficient multiplicateur.

Détailler les calculs pour la référence 435 123 (halogène).

1.2. À partir des **documents 1,2 et 3 pages 7/18 et 8/18** et vos connaissances, calculer sur l'**annexe 2 page 13/18 (à rendre avec la copie)** :

- Les quantités vendues sur les 12 derniers mois.
- Les ventes moyennes mensuelles sur les 12 derniers mois.
- Le stock moyen.
- Le coefficient de rotation de stock.
- La vitesse de rotation du stock.

À partir des résultats de l'**annexe 2 page 13/18** et de vos connaissances :

1.3. Commenter sur l'**annexe 3 page 14/18 (à rendre avec la copie)**, pour chaque référence, la vitesse de rotation.

1.4. Émettre en la justifiant sur l'**annexe 3 page 14/18 (à rendre avec la copie)**, une proposition sur le maintien ou la suppression de chaque référence.

À partir du **document 4 page 9/18** et de vos connaissances :

1.5. Citer, sur l'**annexe 4 page 14/18 (à rendre avec la copie)**, quatre avantages pour Mr Bricolage d'utiliser le nouveau système d'approvisionnement baptisé « Restore Cash ».

## **PARTIE II : LE RÉFÉRENCIEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT ET LA DÉTERMINATION DU PRIX PSYCHOLOGIQUE**

---

Très à l'écoute des préoccupations écologiques de ses clients et de leur volonté de réaliser des économies d'énergie, le groupe Mr Bricolage souhaite développer une gamme d'ampoules basse consommation.

L'enseigne du Puy-de-Dôme, représentative des tendances nationales, a été sélectionnée pour réaliser une étude auprès de sa clientèle afin de déterminer le prix d'acceptabilité ou prix psychologique d'une ampoule basse consommation.

### **TRAVAIL À FAIRE**

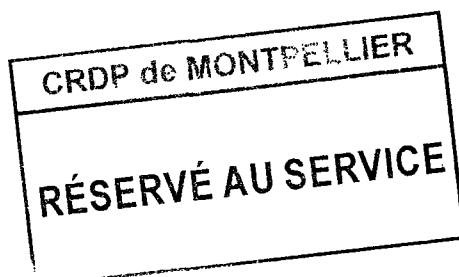
**2.1. Compléter l'annexe 5 page 15/18 (à rendre avec la copie), afin de déterminer le prix psychologique de cette ampoule.**

Justifier votre choix et détailler vos calculs pour le prix de 6,40 euros.

L'ampoule est référencée lors de la semaine consacrée aux économies d'énergie. Elle est exceptionnellement vendue au prix de 6,40 euros TTC.

**2.2. Compléter l'annexe 6 page 15/18 (à rendre avec la copie), afin de déterminer la rentabilité de l'opération.**

Détailler les calculs.



## **PARTIE III : LA SÉCURITÉ DANS LE POINT DE VENTE**

Monsieur Dupuis souhaite vous sensibiliser tout particulièrement à la sécurité dans son magasin. En effet, le directeur est civilement et pénalement responsable du respect des obligations générales de sécurité dans son point de vente.

Dans un magasin de bricolage, les risques sont accrus du fait des produits vendus. De ce fait, Monsieur Dupuis est très attaché à la sécurité des personnes, clients ou personnels. En termes d'image, la sécurité dans un point de vente est essentielle.

Afin de tester vos connaissances, Monsieur Dupuis, vous demande de circuler dans la surface de vente où il a créé des situations qui mettent en danger la sécurité des personnes.

### **TRAVAIL À FAIRE**

**3.1. À partir du document 5 page 10/18 et de vos connaissances, indiquer sur l'annexe 7, page 16/18 (à rendre avec la copie) :**

- Les problèmes que vous avez repérés en magasin.
- Les risques encourus par les personnes.
- Les mesures immédiates à mettre en place pour remédier aux dysfonctionnements.

## PARTIE IV : LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

Votre enseigne Mr. Bricolage est située dans un environnement très concurrentiel.

Une campagne de fidélisation de la clientèle est donc mise en place depuis quelques années. Le support principal de fidélisation est la carte Mr. Bricolage. Cette carte a fait l'objet en 2008 d'un challenge au sein du point de vente.

Très régulièrement, un bilan des « placements carte Mr. Bricolage » est effectué par votre directeur. La semaine prochaine, il doit présenter, à l'ensemble du personnel concerné, les résultats du « Challenge fidélisation 2008 ».

Afin de parfaire votre formation, il vous demande de l'assister dans la synthèse des informations chiffrées à délivrer.

### TRAVAIL À FAIRE

- 4.1. Calculer, sur l'**annexe 8 page 17/18 (à rendre avec votre copie)**, les taux d'évolution semestriel et annuel, entre 2007 et 2008, de placement des cartes Mr. Bricolage. Détailler vos calculs.

L'objectif de la fidélisation est l'augmentation du panier moyen et du chiffre d'affaires encarté. Vous devez maintenant vérifier si ces objectifs ont été atteints avec la mise en place du « Challenge fidélisation » en 2008.

À partir du **document 6 page 11/18** et de vos connaissances :

- 4.2. Calculer, sur l'**annexe 9 page 17/18 (à rendre avec votre copie)** :

- Le panier moyen d'un client « non fidélisé » en 2008.
- Le panier moyen d'un client « porteur actif » en 2008.
- Le taux de chiffre d'affaires encarté.
- L'évolution du chiffre d'affaires entre 2007 et 2008.

- 4.3. Commenter sur **votre copie** les résultats obtenus.

Pour approfondir votre analyse, vous devez étudier le résultat des « placements carte Mr. Bricolage » par vendeur.

- 4.4. Calculer, sur l'**annexe 10 page 18/18** à rendre avec votre copie, le taux de réalisation de l'objectif fixé à quelques vendeurs. Détailler vos calculs pour Jean-Marc.

- 4.5. À partir des résultats obtenus sur les **annexes 9 et 10 pages 17 et 18/18 (à rendre avec votre copie)** et de vos connaissances, énumérer, **sur votre copie**, quatre points forts et deux points faibles de l'opération « Challenge fidélisation 2008 ». Présenter votre réponse sous la forme d'un tableau.

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

## DOCUMENT 1

### EXTRAIT DE L'ENTRETIEN AVEC MONSIEUR DUPUIS

La famille LUMINAIRE (code 50) est composée de 4 sous familles :

- Code 500 : luminaire à poser
- Code 501 : luminaire à suspendre
- Code 502 : luminaire de jardin
- Code 503 : accessoires luminaires.

Notre référencement s'articule autour de 18 fournisseurs (certains d'entre eux sont référencés par la centrale Mr. BRICOLAGE, d'autres uniquement par notre point de vente pour nous adapter aux besoins des clients de notre zone de chalandise).

Notre sélection reste toujours les deux salons internationaux du luminaire qui ont lieu tous les ans à Paris. Nous nous efforçons de suivre au plus près, que ce soit au niveau de la politique nationale Mr. Bricolage ou au niveau des points de vente, les émissions de décoration diffusées à la télévision.

## DOCUMENT 2

### LE SUIVI DES STOCKS

Chez Mr. Bricolage, chaque produit référencé est classé dans une catégorie de A à H. Cette catégorie est déterminée en fonction des unités vendues minimum cumulées sur 12 mois.

Par exemple, les produits de catégorie A sont ceux pour lesquels il est vendu au moins 100 UVC (unité de vente client) en 12 mois.

Les produits nouvellement référencés sont classés dans une catégorie 100 jours après leur entrée en stock. La catégorie du produit apparaît sur la proposition de commande du fournisseur.

**TABLE DES CATEGORIES Mr. BRICOLAGE en 2007**

Catégories	Quantités vendues minimum cumulées sur 12 mois	Stocks de sécurité en unité	Descriptif des catégories
A	100	4	100 ventes et + sur 12 mois
B	60	3	60 à 99 ventes sur 12 mois
C	24	2	24 à 59 ventes sur 12 mois
D	12	0	12 à 23 ventes sur 12 mois
E	6	0	6 à 11 ventes sur 12 mois
F	3	0	3 à 5 ventes sur 12 mois
G	1	0	1 à 2 ventes sur 12 mois
H	0	0	aucune vente sur 12 mois
Autre		Nouveautés	Catégorie 100 jours

*D'après document interne à l'entreprise*



## DOCUMENT 3

## EXTRAIT DE LA PROPOSITION DE COMMANDE REÇUE DU FOURNISSEUR PAULMAN

BEE 31 510 EUR		PROPOSITION DE COMMANDE FOURNISSEUR											Date : 03/09/08			Heure : 11:24		Page 1		
FOURNISSEUR : 00955 PAULMAN		Tel : 03.90.20.37.37 Fax : 03.90.20.37.57											Tarif actuel : 06/07/08							
Sous famille 503		FRANCO			Délai de livraison : 8 jours				Date de livraison 11/09/08				Date d'échéance : 10/11/08							
Référence Désignation	Catégorie base 2007	Ventes des 12 mois précédents (en n° de mois)												Stocks			Proposition de commande du fournisseur	Collage (Par Combien)	Prix d'achat unitaire H.T	A commander
		09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	Mini UVC*	Maxi UVC*	Stock réel				
435 123 Halogène	H			1	1									1	10	3	0	10	14,99 €	
280 284 Rail (kit 5 x20 W)	G			1	1	1								1	2	2	0	1	57,99 €	
775 779 Ampoule (3 x 35 W)	B	5	7	15	10	13	5	2	4	1	2	5	5	2	65	49	0	50	3,45 €	
775 710 Ampoule (3 x 50 W)	A	23	22	27	33	22	16	5	5	5	6	2	7	5	65	57	0	50	3,65 €	

D'après document interne à l'entreprise

Légende : \* UVC : Unité de vente client.

Baccalauréat professionnel spécialité commerce  
Épreuve E1 – Épreuve scientifique et technique  
Sous-épreuve E11-U11 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

SUJET

Durée : 3 h – Coef. 4  
Session 2009  
BACCOM09A11  
Page 8/18

## DOCUMENT 4

### L'EDI\* UTILISÉ DANS LES POINTS DE VENTE MR BRICOLAGE

#### Mr BRICOLAGE rationalise ses stocks avec Restore cash

La troisième enseigne française spécialisée dans le bricolage espère prochainement réaliser une économie comprise entre .... 50 et 100 M€ !

Pour ce faire, elle mise sur un module d'optimisation des stocks. (...) Baptisé Restore Cash, il doit permettre à chaque magasin de mieux maîtriser le niveau du stock pour chacune de ses références.

« Les responsables de magasin devront se rendre sur un site INTRANET et décider ou non d'appliquer les différentes préconisations qui y auront été faites », explique Lionel Boudoussier, (PDG d'AGT).

Les propositions concerneront, entre autres, les meilleurs niveaux de stocks et rythmes de commandes, les préconisations étant établies à partir des données issues des tickets de caisse (références, quantités et marges des produits vendus, notamment).

« Tous les points de vente de l'enseigne pourront accéder au site courant avril, annonce le dirigeant d'AGT. Ils pourront alors commencer à diminuer à la fois leur niveaux de stocks et leurs ruptures en linéaires, un magasin test ayant rapidement amélioré sa trésorerie d'environ 1 M€. ». Mr Bricolage pourra au final réaliser l'économie prévue en seulement 18 mois. Et le tout moyennant un investissement relativement modeste. « Nous sommes rémunérés sur la base d'un loyer mensuel de 200 € par point de vente », conclut Lionel Boudoussier. A.D.

Source : Points de Vente n° 996 du 19.02.2007

\*EDI : Échange de données informatisées.

CRDP de MONTPELLIER

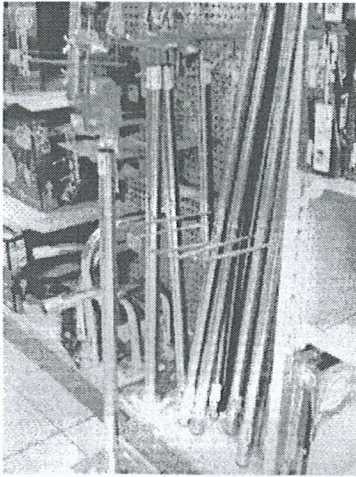
RÉSERVÉ AU SERVICE



## DOCUMENT 5

### SITUATIONS À RISQUES CRÉÉES EN MAGASIN PAR M. DUPUIS (Formation du personnel à la prévention des risques)

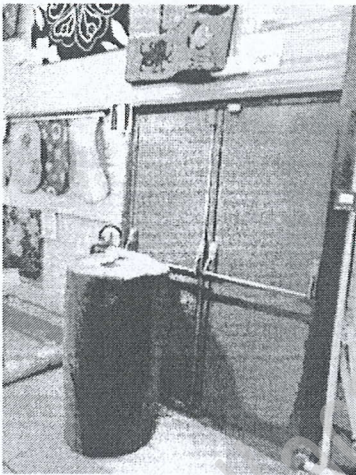
N°1  
⇒



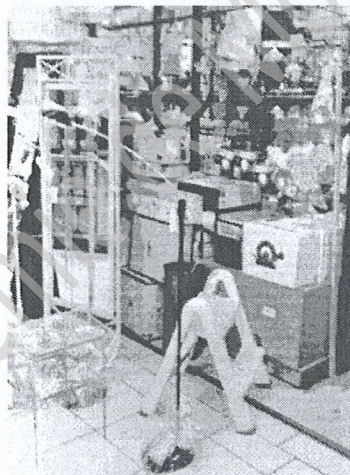
N°2  
⇒



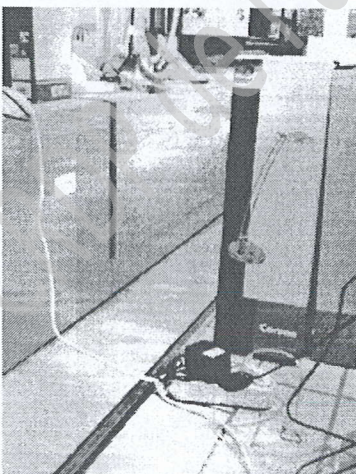
N°3  
⇒



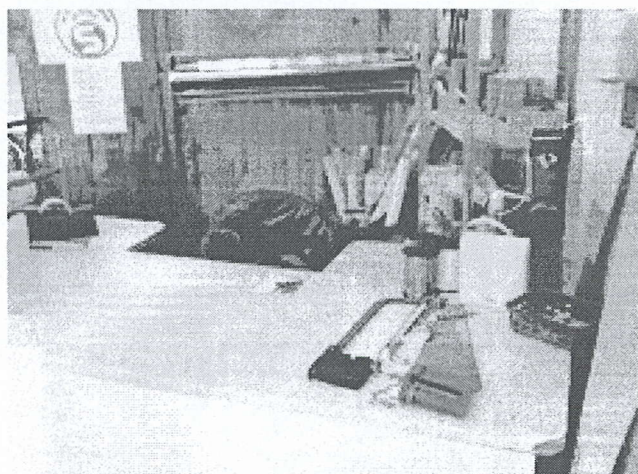
N°4  
⇒



N°5  
⇒



N°6  
⇒



*Avec autorisation de l'entreprise*

## DOCUMENT 6

### EXTRAIT DU TABLEAU DE BORD (C.A. DU POINT DE VENTE) EN 2007 ET 2008

DONNÉES RELATIVES AUX ENCAISSEMENTS DE NOTRE POINT DE VENTE ET MOYENNE NATIONALE	
C.A.T.T.C. point de vente en 2007	6 012 987,00 €
C.A.T.T.C. point de vente en 2008	6 147 963,00 €
C.A.T.T.C. point de vente réglé avec Carte Mr. BRICOLAGE en 2007	248 360,00 €
C.A.T.T.C. point de vente réglé avec Carte Mr. BRICOLAGE en 2008	421 520,00 €
Nombre de passages en caisse sans utilisation de la carte Mr. BRICOLAGE en 2008	163 620
Nombre de passages en caisse avec utilisation de la carte Mr. BRICOLAGE en 2008	5 620
Évolution en % du C.A. encarté (entre 2007 et 2008) moyenne FRANCE	+ 9,84 %

*D'après document interne à l'entreprise*

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE



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

**ANALYSE DES RÉSULTATS DE LA SOUS-FAMILLE ACCESSOIRES (Septembre 2007 à Août 2008)**

Référence Désignation	P.A.H.T. unitaire H.T en €	Taux de marque en %	P.V.H.T. unitaire H.T. en €*	P.V.T.T.C. unitaire (T.V.A. 19,60%)*	Marge unitaire en €*	Coefficient Multiplicateur**
435 123 Halogène	14,99	25 %				
280 284 Rail (kit 5x20 w)	57,99	10 %				
775 779 Ampoules (3x35 w)	3,45	15 %				
775 710 Ampoules (3x50 w)	3,65	20 %				

\* Arrondir les résultats à deux décimales. \*\* Arrondir les résultats à trois décimales

*D'après document interne à l'entreprise*

**DÉTAIL DES CALCULS POUR LA RÉFÉRENCE 435 123 (HALOGÈNES) :**

Prix de vente unitaire H.T.	
Prix de vente unitaire T.T.C.	
Marge unitaire	
Coefficient multiplicateur	

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

**GESTION DES STOCKS**

Famille : LUMINAIRE		Sous-famille : 503 (Accessoires Luminaires)				Vitesse moyenne de rotation du rayon LUMINAIRE : 5 mois		
Référence Désignation	Table des catégories base 2007	Quantités vendues sur les 12 derniers mois	Ventes moyennes mensuelles*	Stock initial	Stock final	Stock Moyen*	Coefficient de rotation du stock*	Vitesse de rotation du stock**
435 123 Halogène	H			5	3			
280 284 Rail (5 x 20 W)	G			5	2			
775 779 Ampoule (3 x 35 W)	B			23	49			
775 710 Ampoule (3 x 50 W)	A			30	57			
Détail des calculs pour la référence 775 779				23	49			

\* Arrondir les résultats à deux décimales

\*\* Exprimée en jours, arrondir à l'entier supérieur

*D'après document interne à l'entreprise*

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

**ANALYSE DE LA VITESSE DE ROTATION**

Références	Commentaires sur la vitesse de rotation	Propositions		Justifications
		Maintien (1)	Abandon (1)	
435 123				
280 284				
775 779				
775 710				

(1) Mettre une croix pour indiquer votre réponse

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

**AVANTAGES DU SYSTÈME « RESTORE CASH » POUR MR BRICOLAGE**

N° 1	
N° 2	CRDP de MONTPELLIER <hr/> RÉSERVÉ AU SERVICE
N° 3	
N° 4	

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

Détermination du prix psychologique d'une ampoule basse consommation (BC) 60 W qui permet de réaliser 60 % d'économie d'énergie avec une durée de vie de 8 000 heures.

L'entreprise a effectué son enquête auprès d'un échantillon de 200 consommateurs. Deux questions concernant le prix ont été posées :

**Question 1 :** « Au-dessus de quel prix T.T.C. n'achèteriez-vous pas ce produit ? »

**Question 2 :** « Au-dessous de quel prix T.T.C. jugeriez-vous ce produit de qualité insuffisante ? »

Les réponses sont récapitulées dans le tableau ci-dessous.

Niveau de prix en €	Question 1			Question 2			Acheteurs potentiels
	Réponses Prix excessif	Pourcentage de réponses	Pourcentages cumulés croissants	Réponses Qualité insuffisante	Pourcentage de réponses	Pourcentages cumulés décroissants	
6,00	0			75			
6,20	0			50			
6,40	5			30			
6,60	10			22			
6,80	15			10			
7,00	20			8			
7,20	40			5			
7,40	50			0			
7,60	50			0			
7,80	10			0			
<b>Total</b>	<b>200</b>			<b>200</b>			

Arrondir les résultats à deux décimales.

### Détail des calculs pour le niveau de prix 6,40 €

Pourcentage de réponses question 1 :

Pourcentages cumulés croissants question 1 :

Acheteurs potentiels :

Prix retenu en le justifiant :

## ANNEXE 6 (à compléter et à rendre avec la copie)

Désignation	Prix d'achat H.T.	Prix de vente promotionnel H.T.	Taux de marge	Taux de marque	Coefficient multiplicateur	Quantités vendues	Chiffre d'affaires H.T.	Marge globale
<b>Ampoule BC 60 W</b>				15 %		67		
<b>Détail des calculs</b>								

Arrondir les résultats à deux décimales.



**ANNEXE 7 (à compléter et à rendre avec la copie)**

Situations	Problèmes repérés en magasin	Risques encourus par les personnes	Les mesures immédiates à mettre en place
1			
2			
3			
4			
5			
6			

**ANNEXE 8 (à compléter et à rendre avec la copie)****NOMBRE DE CARTES MR. BRICOLAGE PLACÉES DANS VOTRE POINT DE VENTE  
EN 2007 ET 2008**

	Semestre 1	Semestre 2	Année	Résultats nationaux
2007	144	135		
2008	312	169		
Évolution en % entre 2007 et 2008*				- 18 %
Détail des calculs (des taux d'évolutions)				

\* Arrondir les résultats à l'unité la plus proche

**ANNEXE 9 (à compléter et à rendre avec la copie)****PANIER MOYEN DE NOTRE POINT DE VENTE en 2008**

Éléments	Détail des calculs	Résultats*
Panier moyen d'un client non fidélisé (en €)		
Panier moyen d'un client « porteur actif » (en €)		

\* Arrondir les résultats à l'unité la plus proche

**TAUX DE C.A. ENCARTE DE NOTRE POINT DE VENTE**

Éléments	Détail des calculs	Résultats*
Taux de CA encarté en 2007 en %		
Taux de CA encarté en 2008 en %		
Évolution du CA encarté entre 2007 et 2008		

\* Arrondir les résultats à deux décimales

**ANNEXE 10** (à compléter et à rendre avec la copie)

**EXTRAIT DES RÉSULTATS DU « CHALLENGE FIDÉLISATION 2008 »  
CARTE MR. BRICOLAGE DANS VOTRE POINT DE VENTE PAR VENDEUR**

<b>Vendeurs</b>	<b>Objectif fixé en 2008</b>	<b>Réalisation en 2008</b>	<b>Taux de réalisation de l'objectif en 2008*</b>
<b>Kevin (rayon Visserie)</b>	5	1	
<b>Jean Marc (rayon Jardinerie)</b>	11	14	
<b>Karina (rayon Luminaire)</b>	50	54	

\* Arrondir les résultats à une décimale

Détail des calculs pour Jean-Marc :

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE