

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.

BARÈME

PREMIÈRE PARTIE – ÉTUDE DU MARCHÉ DES ALIMENTS 17 points

- Annexe 1 13,5 points
- Annexe 1 (suite) 03,5 points

DEUXIÈME PARTIE – CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉVISIONNEL 16 points

- Annexe 2 16 points

TROISIÈME PARTIE – CAMPAGNE D'AFFICHAGE 6 points

- Annexe 3 06 points

QUATRIÈME PARTIE – PUBLIPOSTAGE 12 points

- Annexe 4 12 points

CINQUIÈME PARTIE – IMPLANTATION DU LINÉAIRE 14 points

- Annexe 5 14 points

SIXIÈME PARTIE – MARGE NETTE PRÉVISIONNELLE 15 points

- Annexe 6 15 points

Annexe 1

LE MARCHE DES ANIMAUX DE COMPAGNIE

Caractéristiques	Justifications des données énoncées
Nombre total d'animaux : 16 270 000 (0,25pt) Dont : Chiens : 7 930 000 (0,25pt) Chats : 8 340 000 (0,25pt)	La France est le 1 ^{er} pays européen pour le parc animalier OU La croissance est de 4,81 pour les chiens et de 3,5 pour les chats Au choix une des deux réponses – 1 point
Dépenses en aliments pour les animaux : 20 milliards de francs (0,25pt)	Le marché n'est pas saturé. Il y a encore de belles perspectives . Marché porteur 1 point
Dépenses en France par an et par animal en aliments : 670 F (0,25pt)	Le Français dépense moins que l'Allemand et que le Britannique 1 point
Profil type du propriétaire d'animal : (5 x 0,25pt) - actif - entre 35 et 54 ans - famille de 3 personnes - résidence individuelle - OU panier moyen en PGC > 26 % à celui des foyers sans animaux - Agglomération de moins de 20 000 habitants	C'est une catégorie de clientèle très rentable pour les points de vente. 1 point
Quel est le dernier courant alimentaire chez les animaux ? Les alicaments (0,25pt)	Les propriétaires gâtent leurs animaux. Ils les considèrent comme des humains ce qui explique les dépenses par animal 1 point
Quels sont les derniers « gadgets » proposés aux animaux ? (5 x 0,25 point) - Boisson pour chiens - Eaux minérale - Os qui rafraîchit l'haleine - Agence matrimoniale - Mariage	Il y a toujours des nouveautés dans les accessoires. Les propriétaires sont vivement intéressés par ces produits. Il n'hésitent pas à dépenser des sommes importantes. Le marché des accessoires est un véritable îlot de profit. 1 point
Quels sont les accessoires que Monsieur DUTILLEUL devra proposer en priorité aux propriétaires d'animaux : (6 x 0,25 point) Chiens : - Os à mâcher - Hygiène et soins - Sellerie Chats : - Accessoire litière - Désodorisant litière -Antiparasitaires	Monsieur DUTILLEUL devra composer son assortiment de base avec ces accessoires qui sont achetés en priorité par les propriétaires. 1 point
Quel est l'avenir des animaleries en France ? Marché porteur qui n'est pas saturé 1 point	

8 points

22 x 0,25 = 5,5 poits

ANNEXE 1 (suite)

Pourquoi les Français possèdent-ils autant d'animaux domestiques ?

Vieillessement de la population – Personnes vivant seules – Présence d'enfants –
Habitat individuel
0,5 x 4 (4 raisons au moins) soit 2 points

Quelles sont les forces et les faiblesses des magasins spécialisés (citer trois caractéristiques) ?

Forces	Faiblesses
0,25 point x 3 - Animaux vivants - Offre large - Gammes réservées - Promotions sophistiquées - Conseils	0,25 point x 3 - P.V 2levés - Moins de fréquentation - Absence de proximité par rapport au GMS
6 x 0,25 point : 1,5 point	

TOTAL : 17 points

DEUXIÈME PARTIE

ANNEXE 2 (à rendre avec la copie)

16 points

Population active : 130 000 h x 40 % = 52 000 habitants 1 point				
Possesseurs d'animaux de compagnie : 52 000 x 50 % = 26 000 personnes 1 point				
CSP	Répartition en % des CSP (possesseurs d'animaux)	Nombre d'actifs possesseurs d'animaux par CSP	Revenu mensuel moyen par personne en F	Revenu total
Agriculteurs	2	520	7 000	3 640 000 1 pt
Ouvriers	40	10 400	8 000	83 200 000 1 pt
Employés	24	6 240	8 500	53 040 000 1 pt
Artisans	9	2 340	13 000	30 420 000 1 pt
Cadres moyens	20	5 200	15 000	78 000 000 1 pt
Professions libérales	5	1 300	20 000	26 000 000 1 pt
	100 %	26 000		274 300 000 F 1 pt
Détails des calculs	Résultats			
Revenus sociaux = 274 300 000 x 10 % = 27 430 000				= 27 430 000 F 1 pt
Revenu global de la zone = 274 300 000 + 27 430 000				= 301 730 000 F 1 pt
Dépenses commercialisables = 301 730 000 x 60 %				= 181 038 000 F 1 pt
Dépenses d'aliments et d'accessoires Pour les animaux de compagnie = 181 038 000 x 1 %				= 1 810 380 F 1 pt
Chiffre d'affaires des concurrents = 1 810 380 x 85 %				= 1 538 823 F 1 pt
Chiffre d'affaires prévisionnel De Monsieur DUTILLEUL en F = 1 810 380 – 1538 823				= 271 557 F 1 pt
Chiffre d'affaires prévisionnel De Monsieur DUTILLEUL en Euro = 271 557 F : 6,55957				= 41 398,6 Euro 1 pt

TROISIÈME PARTIE

ANNEXE 3 (à compléter et à rendre)

6 points

Nom des réseaux retenus	Jours de départ	Nombre de cadres	Tarif pour une semaine	Coût HT pour 2 semaines	
COUVRIR	LUNDI	25 0,25 pt	20 500 0,25 pt	41 000 0,5 pt	1 pt
NATIONAL	LUNDI	25	21 888	43 776	1 pt
SMA1 BESANÇON	LUNDI	6	9 480	18 960	1 pt
SMA2 BESANÇON	LUNDI	6	9 480	18 960	1 pt
	Nombre total de cadres	62 0,5 pt	Coût total HT	122 696	0,5 pt
			TVA 19,60 %	24 048,42	0,5 pt
			Coût TTC	146 744,42	0,5 pt

QUATRIÈME PARTIE

ANNEXE 4

12 points

ANIMAL COMPANY

15 rue René Char
ZAC BESANÇON OUEST
25000 BESANÇON
Tél 03 81 88 60 80
Fax 03 81 52 31 12

Objet :: Ouverture animalerie
Promotion sur accessoires

**NOMS et ADRESSES
DES CLIENTS**

1 point

Besançon,
Le 11 Mai 2000

1 point

Madame, Monsieur,

1 point

- Annoncer l'ouverture de l'animalerie spécialisée dans les animaux de compagnie,

2 points

- Annoncer l'action promotionnelle : le client bénéficiera de – 20 % sur les accessoires,

2 points

- Accroche pour inciter le destinataire à venir dans le magasin.

2 points

Le responsable

1 point

La signature

Style/orthographe : 1 point
Présentation : 1 point

CINQUIÈME PARTIE

ANNEXE 5

14 points

Niveau	Produit	Linéaire au sol	Frontale (facing de base) (en UV : unité de vente)	Frontale totale (produits empilés) (en UV : unités de vente)	Capacité totale de stockage par niveau (en UV : unités de vente)
4	A	1,20 m	120/7,5 = 16 boîtes	40/11 = 3,6 = 3 16 x 3 = 48 boîtes	40/7,5 = 5,33 = 5 48 x 5 = 240 boîtes
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	1 pt
3	B	120 x 2 : 3 = 0,80 m	80/18 = 4 44 = 4 paquets	55/25 = 2,2 = 2 2 x 4 = 8 paquets	40/7 = 5,71 = 5 5 x 8 = 40 paquets
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	1 pt
2	C	120/3 = 0,40 m	40/10 = 4 boîtes	55/12 = 4,58 = 4 4 x 4 = 16 boîtes	40/10 = 4 4 x 16 = 64 boîtes
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	1 pt
2	B	0,80 m	80/18 = 4 paquets	55/25 = 2 2x 4 = 8 paquets	40/7 = 5 5 x 8 = 40 paquets
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	0,5 pt
1	C	0,40 m	40/10 = 4 boîtes	55/12 = 4 4 x 4 = 16 boîtes	40/10 = 16 16 x 4 = 64 boîtes
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	0,5 pt
1	D	1,20 m	120/30 = 4 sacs	65/60 = 1,08 = 1 sac 1 x 4 = 4 sacs	40/10 = 4 4 x 4 = 16 sacs
	0,25 pt	0,25 pt	0,5 pt	0,5 pt	1 pt

SIXIÈME PARTIE

ANNEXE 6 (à rendre avec la copie)

15 points

	Détails des calculs	Marges en %
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	= 210 000 – 1 pt	100 %
ACHATS	159 600 – 0,25 pt	
FRAIS D'ACHAT	6 966 – 0,25 pt	
STOCK INITIAL	19 152 – 0,25 pt	
STOCK FINAL	18 348 – 0,25 pt	
COUT D'ACHAT DES MARCHANDISES VENDUES	= 167 370 F – 2 pts	42 630/210 000x 10
MARGE BRUTE	= 42 630 F – 2 pts	= 20,30 % - 1 pt
FRAIS VARIABLES	- 11 550 - 0,5 pt	31 080/210 000 x 10
MARGE SUR COUTS VARIABLES	= 31 080 – 2 pts	= 14,80 % - 1 pt
FRAIS FIXES	= 21 630 – 0,5 pt	9450/210 000 x 10
MARGE NETTE	= 9 450 F – 3 pts	= 4,50 % - 1 pt