

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.

CORRIGÉ
BARÈME

PREMIÈRE PARTIE : MARCHANDISAGE

25 points

Question n° 1	/1 point
Question n° 2	/3 points
Question n° 3	/3 points
Question n° 4	/9 points
Question n° 5	/9 points

DEUXIÈME PARTIE : PROMOTION DES VENTES

15 points

Question n° 1	/11 points
Question n° 2	/ 4 points

TROISIÈME PARTIE : RÉCEPTION DES MARCHANDISES 15 points

Question n° 1	/6 points
Question n° 2	/5 points
Question n° 3	/2 points
Question n° 4	/2 points

QUATRIÈME PARTIE : ANALYSE DES VENTES

25 points

Question n° 1	/3 points
Question n° 2	/4 points
Question n° 3	/3 points
Question n° 4	/5 points
Question n° 5	/5 points
Question n° 6	/5 points

CORRIGÉ

ALIMENTATION GAREL

PREMIÈRE PARTIE : MARCHANDISAGE (25 points)

- 1° Implantation verticale (1 point)
2° Linéaire au sol : 2,5 mètres (1 point)
Linéaire développé : 2,5 m x 5 = 12,5 m (2 points)
(- 2 points si les unités de mesure ne sont pas précisées)
3° Le nectar de poire marque nationale n'est pas bien placé (1 point)
Justification : (2 points)
. une marque nationale ne doit pas être au niveau du sol
. le nectar de poire est au milieu des jus d'orange
4° Voir annexe 1 : 9 points soit ½ point par case
5° Voir annexe 2 : 9 points, soit ½ point par case

DEUXIÈME PARTIE : PROMOTION DES VENTES (15 points)

- 1° 11 points
. annonce de la promotion et slogan : 2 points
. Date de l'opération : 2 points
. Présentation du cadeau : 2 points
. Adresse, horaires d'ouverture : 2 points
. Présentation, clarté, originalité, orthographe : 3 points
2°
- Remise de 5 % sur tout le magasin du 11 au 16 juin
- Tombola, concours, jeux dotés de prix
- Un cadeau de faible valeur à chaque client (ex. une rose, un stylo...)
Accepter toute réponse logique (4 points : 2 points par proposition acceptée)

TROISIÈME PARTIE : RÉCEPTION DES MARCHANDISES (15 points)

1° 6 points

ANNEXE 4

FICHE DE VERIFICATION DE LIVRAISON

Référence	Anomalies constatées
936 W	La quantité ne correspond pas : 12 commandés, 24 livrés (3 points)
654 J	Il en manque : 48 commandés, seulement 24 livrés (3 points)

CORRIGÉ

2° 5 points

ANNEXE 5

FICHE D'APPEL TELEPHONIQUE

L'ALIMENTATION GAREL
1 rue Emile Zola
08000 CHARLEVILLE MEZIERES

PREPARATION D'APPEL TELEPHONIQUE

Date : 06.06.2001 (0,5 point)

DESTINATAIRE

Raison sociale : Société d'Achat du Nord Est
Service : Expédition (0,5 point)
Responsable

Tél. : 03 87 58 99 14 (0,5 point)
Poste

Objet : Commande n° 2000-15 (0,5 point)

Documents de référence (1 point)
- Bon de commande n° 2000-15
- Bon de livraison n° 1258

Motif de l'appel(1 point)
Erreurs sur les quantités pour les références
- 936 W
- 654 J

Suite à donner : (1 point)

- demande de l'envoi des 24 produits 654 J
- retour des 12 produits 936 W aux frais de la Société d'Achat du Nord-Est

3° 9 F/6 F : 1,5 (2 points)

$$4° 9,80 + 0,2 x = x$$

$$x = 9,80/0,80 = 12,25 \text{ F (1 point)}$$

$$1,867 \text{ Euro (1 point)}$$

CORRIGÉ

QUATRIÈME PARTIE : ANALYSE DU MARCHÉ (25 points)

- 1°
- Manger une tablette de chocolat après une longue journée de travail
 - Grignoter des biscuits lors d'une pause café
 - Manger dans les transports en commun
 - S'alimenter dans la journée devant la télévision
 - Manger en marchant dans la rue

Sur **3 points**, 1 point par exemple - accepter toute réponse logique

- 2°
- Le travail des femmes
 - Le stress de la vie urbaine
 - la baisse du temps consacré aux repas
 - la réduction de la pause déjeuner

Sur **4 points**, 1 point par cause - accepter toute réponse logique

- 3° Les cadres, les employés, les hommes jeunes, les femmes
- Sur **3 points**, - 1 point par catégorie manquante

- 4°
- le snack individuel
 - le snack anti-stress
 - le snack dépannage
 - le snack pour offrir
 - le snack à plusieurs
 - le snack minceur

Sur **5 points**, - 1 point par réponse manquante

- 5° le snacking corner, un espace qui comprend des zones goûter, plaisir, tradition, gourmand, regroupant des produits de famille différentes. Cet espace permet de regrouper toutes les catégories de snack

Sur **5 points**

- 6° L'épicerie doit mettre en place des concepts pour stimuler l'appétit des consommateurs pour rattraper son retard

Sur **5 points**

CORRIGÉ

ANNEXE 1

**COMPARAISON DU RAYON DE Monsieur GAREL
 AVEC LE SCHEMA TYPE D'IMPLANTATION**

	Rayon de Monsieur GAREL	Schéma type
Linéaire développé de la marque distributeur	$0,5 \times 3 = 1,5 \text{ m}$	$0,5 \times 13 = 6,5 \text{ m}$
Linéaire développé des marques nationales	$(0,5 \times 14) + 0,25 = 7,25 \text{ m}$	$0,5 \times 7 = 3,5 \text{ m}$
Linéaire développé des nectars	$(0,5 \times 14) + (0,25 \times 2) = 7,5 \text{ m}$	$0,5 \times 14 = 7 \text{ m}$
Linéaire développé des jus	$0,5 \times 10 = 5 \text{ m}$	$0,5 \times 11 = 5,5 \text{ m}$
Niveaux des premiers prix	- Dispersés sur les trois niveaux supérieurs	- Au niveau du sol, niveau 1
Niveaux de la marque distributeur	- Tout en haut - Au milieu	- Sur les niveaux du milieu
Niveaux des marques nationales	- A tous les niveaux	- En haut - Au milieu, mais de façon réduite
Organisation des parfums	- Organisation verticale, mais les parfums sont mélangés : - la poire est à deux endroits différents - le raisin déborde de sa colonne comme le nectar d'orange	- Organisation verticale, mais la poire et les fruits exotique partagent la même colonne pas de débordement
Répartition entre les jus et les nectars en fonction du linéaire accordé à chacun d'eux	Plus de nectars (7,5 m) que de jus de fruits (5,5 m)	Plus de nectars (14) soit 7 m de linéaire que de jus de fruits (11) soit 5,5 m de linéaire

CORRIGÉ

ANNEXE 2

PROPOSITIONS D'ACTION

	Actions à entreprendre
Linéaire développé de la marque distributeur	Il faut augmenter très fortement la part de la marque distributeur : elle doit être multipliée par quatre
Linéaire développé des marques nationales	Il faut réduire de moitié la part des marques nationales
Linéaire développé des nectars	le linéaire développé des nectars doit être légèrement réduit (50 cm) (accepter : aucun changement)
Linéaire développé des jus	La part des jus doit être légèrement augmentée (50 cm) (accepter : aucun changement)
Niveaux des premiers prix	Tous les premiers prix doivent se placer au niveau du sol
Niveaux de la marque distributeur	Il faut mettre les produits de la marque distributeur sur les niveaux du milieu
Niveaux des marques nationales	Il ne doit plus y avoir de marque nationale au niveau du sol
Organisation des parfums	Il ne faut plus que les parfums débordent de leurs colonnes
Répartition entre les jus et les nectars en fonction du linéaire accordé à chacun d'eux	Il faut augmenter légèrement la part des jus OU Il faut diminuer légèrement la part des nectars