

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1 ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE

LE CORRIGÉ COMPORTE : 7 pages numérotées de 1 à 7

| | |
|-------------------------|----------------|
| Page 1 sur 7 : | Page de garde. |
| Page 2 sur 7 : | Barème. |
| Pages 3, 4 et 5 sur 7 : | Texte. |
| Pages 6 et 7 sur 7 : | Annexes. |

| | | |
|--|------------------|--------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | | SESSION 2003 |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE | Coefficient : 4 | 0309-CO ST A |
| ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 | Durée : 3 heures | |
| Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente | | CORRIGÉ |
| Page 1 sur 7 | | |

BARÈME

SUJET : LA LINGETTE DÉPOUSSIÉRANTE

PARTIE I : L'analyse du marché des lingettes en France. 20 POINTS

Question 1 : 12 points
Question 2 : 8 points

PARTIE II : La répartition du linéaire du rayon 20 POINTS

Question 1 : 7 points Annexe .1. 1
Question 2 : 7 points Annexe .1. 2
Question 3 : 6 points Annexe .1. 3

PARTIE III : La préparation d'une action promotionnelle. 20 POINTS

Question 1 : 6 points Annexe .2.
Question 2 : 6 points
Question 3 : 8 points

PARTIE IV : Le recrutement d'animatrices. 20 POINTS

Question 1 : 7 points
Question 2 : 3 points
Question 3 : 10 points

TOTAL = 80 Points

| | | |
|---|-------------------------|---------------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | | SESSION 2003 |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE | Coefficient : 4 | 0309-CO ST A |
| ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 | Durée : 3 heures | |
| Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente | | CORRIGÉ |
| Page 2 sur 7 | | |

PARTIE .I.

L'analyse du marché des lingettes en France.

20 Points

1. Dégagez les principales caractéristiques du marché des lingettes en France en 2001 ;
12 pts

▪ son évolution

Le marché des lingettes enregistre en 2001 une forte progression de son chiffre d'affaires, + 47,78% par rapport à 2000, alors que sur la même période le chiffre d'affaires du segment des nettoyeurs ménagers régresse de 2,24% et celui du marché global des produits d'entretien de la maison n'augmente que de 7,25%. 3 pts

Calcul du taux d'évolution 2001/2000 : $(150 - 101,5) / 101,5 \times 100 = 47,78\%$...

▪ son poids en terme de segments

Le segment des lingettes représente en 2001, 26,12% des ventes en valeur des produits d'entretien, contre 18,96% en 2000. Toutefois ce segment reste en retrait face aux nettoyeurs ménagers qui représentent en 2001, 73,88% du marché global, mais dont la part diminue fortement, ils représentaient en 2000, 81,04% du marché global. 3 pts

Calcul de la part de marché 2001 : $(150 / 573,9) \times 100 = 26,12\%$...

▪ ses perspectives de progression,

Ce segment porteur (35 % des foyers français qui achètent des lingettes), laisse entrevoir une forte croissance avec le lancement de nouveaux produits sur le nettoyage du sol (les lingettes sols) et avec une segmentation accrue des produits proposés. 3 pts

▪ son incidence sur les autres produits d'entretien.

Les lingettes gagnent des parts sur les nettoyeurs ménagers classiques avec un risque de cannibalisation. Toutefois, les fabricants s'attachent à positionner les lingettes sur le nettoyage rapide au quotidien et les nettoyeurs ménagers sur le grand nettoyage de fin de semaine. 3 pts

2. Expliquez l'engouement des consommateurs français pour les lingettes. 8 pts

Cet engouement s'explique par :

- La forte pression promotionnelle et publicitaire des fabricants. 2 pts
- La forte sensibilité des français à l'hygiène et à l'innovation. 2 pts
- Le fort taux du travail féminin entraînant une recherche de système de nettoyage facile. 2 pts
- La grande diversité des produits proposées (segmentation accrue). 1 pt
- L'aspect ludique des produits qui encourage le nettoyage quotidien. 1 pt

| | | |
|--|------------------|--------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | | SESSION 2003 |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE | Coefficient : 4 | 0309-CO ST A |
| ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 | Durée : 3 heures | |
| Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente | | CORRIGÉ |
| Page 3 sur 7 | | |

PARTIE .II.

La répartition du linéaire du rayon

20 Points

Cf. Annexe .1.

PARTIE .III.

La préparation d'une action promotionnelle.

20 Points

1. Élaborez et rédigez sur *l'annexe 2 à compléter et à rendre avec la copie*, les réponses aux objections les plus courantes concernant le « kit lingette CARREFOUR ».

Cf. Annexe .2. 6 pts

2. Déterminez *sur votre copie*, le nombre de produits à vendre dans le cadre de cette action promotionnelle pour atteindre l'objectif de marge brute globale souhaité par votre chef de rayon. Vous présenterez sur votre copie le détail de vos calculs. 6 pts

- Marge brute unitaire de la semaine précédente :

$$9 \times 0,20 = 1,8 \text{ €} \quad 1 \text{ pt}$$

- Marge brute globale de semaine précédente :

$$1,8 \times 350 = 630 \text{ €} \quad 1 \text{ pt}$$

- Prix d'achat HT :

$$9 - 1,8 = 7,2 \text{ €} \quad 1 \text{ pt}$$

- Marge brute unitaire promotionnelle :

$$8 - 7,2 = 0,8 \text{ €} \quad 1,5 \text{ pts}$$

- Nombre de produits à vendre :

$$630 / 0,8 = 787,5 \Rightarrow 788 \text{ produits} \quad 1,5 \text{ pts}$$

3. Rédigez *sur votre copie*, l'annonce, d'une dizaine de lignes maximum, que vous diffuserez régulièrement au micro lors de cette action promotionnelle pour attirer le client vers la tête de gondole. 8 pts

Corrigé indicatif

- | | |
|---|------|
| 1) Phrase d'accroche | 1 pt |
| 2) Lieu où se déroule l'action : Rayon produits d'entretien | 1 pt |
| 3) Durée de l'action : 2 jours | 1 pt |
| 4) Carrefour - Produit de l'enseigne | 1 pt |
| 5) Identification du produit : "kit lingette" | 1 pt |
| 6) Prix promotionnel (9,57 €) / Prix habituel (9 x 1,196 = 10,76 €) | 1 pt |
| 7) Principaux avantages d'utilisation du produit | 1 pt |
| 8) Invitation à se rendre dans le rayon | 1 pt |

Accepter toutes réponses cohérentes

| | | |
|--|------------------|--------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | | SESSION 2003 |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE | Coefficient : 4 | 0309-CO ST A |
| ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 | Durée : 3 heures | |
| Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente | | CORRIGÉ |
| Page 4 sur 7 | | |

PARTIE .IV.

Le recrutement d'animatrices.

20 Points

1. Rédigez *sur votre copie*, la maquette de l'annonce de recrutement des deux animatrices, en tenant compte du profil de poste (*document 5*). 7 pts

| | |
|---------------------|-------|
| Forme | 1 pt |
| Exiger : L'enseigne | 1 pt |
| La date | 1 pt |
| Le profil | 2 pts |
| Les missions | 2 pts |

Accepter toutes réponses cohérentes

2. Proposez *sur votre copie*, trois modalités de diffusion de cette annonce. 3 pts

- Affiche à l'entrée du magasin
- Journaux locaux
- Agence d'intérim
- En interne
- ANPE

...

1 pt par réponse exacte

Accepter toutes réponses cohérentes

3. Afin de préparer la rencontre avec les postulantes et déterminer les points qui seront abordés lors des entretiens ;
Établissez *sur votre copie*, le plan de l'entretien d'embauche. 10 pts

Corrigé indicatif

- 1) *Accueil* 2 pts
- 2) *Rappel des missions :* 2 pts
- Animation de la tête de gondole
 - Gestion physique des produits
 - Préparation matérielle de l'animation
 - Rappel de la date d'intervention
- 3) *Vérification du profil de la candidate* 2 pts
- Expérience professionnelle – Compétences comportementales
- 4) *Modalités de rémunération* 2 pts
- Taux horaire
 - Nombre d'heures
 - Prime
 - Indemnité
- 5) *Décision – Prise de congé* 2 pts

Accepter toutes réponses cohérentes

| | | |
|--|------------------|--------------|
| EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | | SESSION 2003 |
| SPÉCIALITÉ : COMMERCE | Coefficient : 4 | 0309-CO ST A |
| ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 | Durée : 3 heures | |
| Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente | | CORRIGÉ |
| Page 5 sur 7 | | |

La répartition du linéaire du rayon "produits d'entretien de la maison"
Année 2002 - Magasin CARREFOUR - Nord de la France

1. La répartition en 2002 du linéaire des produits d'entretien par segments 7 pts

| Segments des produits d'entretien | Parts de marché en % | Linéaire à accorder en mld | Détail de vos calculs <i>Si détail des calculs absent, diviser la note par 2</i> |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------------|---|
| Nettoyants ménagers | 41,9 | 22,29 1 pt | $53,20 \times 0,419 = 22,29$ mld |
| Nettoyants vitres | 5,5 | 2,93 1 pt | $53,20 \times 0,055 = 2,93$ mld |
| Javel | 16,6 | 8,83 1 pt | $53,20 \times 0,166 = 8,83$ mld |
| Nettoyants sol | 10,0 | 5,32 1 pt | $53,20 \times 0,1 = 5,32$ mld |
| Lingettes | 26,0 | 13,83 1 pt | $53,20 \times 0,26 = 13,83$ mld |
| TOTAL | 100 | 53,20 2 pt | $1,33 \times 8 \times 5 = 53,20$ mld |

NB : Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule mld : mètre linéaire développé

2. La répartition en 2002 du linéaire des lingettes par sous-segments 6 pts

| Sous-segments des lingettes | Chiffres d'affaires 2001 | Parts de marché en % | Linéaire à accorder en mld | Détail de vos calculs <i>Si détail des calculs absents, diviser la note par 2</i> |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------------|--|
| Imprégnés vitres | 14,2 M€ | 9,47 | 1,31 1 pt | $(14,2 / 150) \times 100 = 9,4667$ $13,83 \times 0,0947 = 1,309$ |
| Imprégnés tous usages | 68,0 M€ | 45,33 | 6,27 1 pt | $(68 / 150) \times 100 = 45,333$ $13,83 \times 0,4533 = 6,269$ |
| Dépolluantes | 67,8 M€ | 45,20 | 6,25 1 pt | $(67,8 / 150) \times 100 = 45,20$ $13,83 \times 0,452 = 6,251$ |
| TOTAL | 150 M€ | 100 | 13,83 | |

NB : Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule mld : mètre linéaire développé

3. L'intérêt et les limites de cette méthode de répartition du linéaire 7 pts

| Intérêt | Limites |
|--|--|
| <p>Cette méthode colle parfaitement à la demande. Elle suit les évolutions du marché global national.</p> <p>3 pts</p> | <p>mais ne tient pas compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ des disparités locales, ▪ de la capacité de stockage, ▪ du format des produits, ▪ de la marge brute, ▪ des ventes réelles du magasin. <p>De plus elle peut être contraire à la politique d'enseigne (place des MDD) et ne laisse pas d'initiative au chef de rayon.</p> <p>4 pts</p> |

Accepter toutes réponses cohérentes

Le traitement des objections « Kit lingette Carrefour »

| PRINCIPALES OBJECTIONS DES CLIENTS | RÉPONSES AUX OBJECTIONS <i>corrigé indicatif</i> |
|--|--|
| <p>Le prix des lingettes reste élevé</p> | <p>C'est un produit multi-usages : « deux en un », donc économique à l'usage malgré son coût à l'achat. <i>ou</i> C'est un produit qui facilite la vie car il permet un nettoyage rapide, simple et efficace lorsque l'on manque de temps. <i>2 pts</i></p> |
| <p>Le produit Carrefour ne garantit pas la même qualité que la lingette "Mr Propre" (1)</p> | <p>Les MDD sont des produits fabriqués par les marques nationales. Ils présentent les mêmes qualités que les produits de marque. <i>2 pts</i></p> |
| <p>Les professionnels du nettoyage affirment qu'une serpillière humide récupère mieux la poussière</p> | <p>Les lingettes dépolluantes « Carrefour » ont une action électrostatique qui permet de capturer les poussières, les poils, etc. <i>2 pts</i></p> |

(1) *Marque nationale*

Accepter toutes réponses cohérentes