

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

E1 – ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1 : Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente

SESSION 2005

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

Matériel autorisé :

Calculatrice conformément à la circulaire n°99-186 du 16/11/1999

Documents à rendre avec la copie :

Annexe 1	page 15/18
Annexe 2	page 16/18
Annexe 3	page 17/18
Annexe 4	page 18/18

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 18 pages, numérotées de 1/18 à 18/18.


BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

<p style="text-align: center;">ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE SOUS-ÉPREUVE A1 ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE</p>
--

LE DOSSIER COMPORTE : 18 pages numérotées de 1 à 18

Page 1	:	Page de garde
Pages 2 à 7	:	Texte
Pages 8 à 14	:	Documents
Pages 15 à 18	:	Annexes à rendre avec la copie

 *Les annexes complétées ou non, sont à rendre avec votre copie.*

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

Le matériel autorisé comprend 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.

BO 42 du 25/11/99 - circulaire n° 99-186 du 16/11/99

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 1 sur 18	

SUJET

« U, les Nouveaux Commerçants »

Titulaire du baccalauréat professionnel COMMERCE, vous venez d'être embauché(e) dans un hypermarché d'une surface de vente de 4 000 m² à l'enseigne « HYPER U », situé à QUINGEY, dans le Doubs. Son principal concurrent dans sa zone de chalandise est Carrefour.

Avant de vous affecter à un rayon spécifique, votre responsable vous remet un dossier qu'il a constitué à votre attention et vous confie les travaux suivants :

PARTIE I

L'étude du groupement Système U

PARTIE II

Le développement de la politique de services :

- L'étude d'un service de location
- Le développement des services au rayon « charcuterie-traiteur »

PARTIE III

L'actualisation des tarifs

PARTIE IV

L'élaboration du planning de présence des employés du rayon « charcuterie-traiteur »

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 2 sur 18	

PARTIE I
L'ÉTUDE DU GROUPEMENT SYSTÈME U

Dans un premier temps, et pour prendre connaissance de l'enseigne pour laquelle vous travaillez, votre responsable vous remet un article extrait de la revue « Linéaires ». Il vous demande de situer l'évolution du groupe auquel appartient votre point de vente.

TRAVAIL À FAIRE

Complétez l'annexe 1 page 15/18 (à rendre avec votre copie) à partir du document 1 page 8/18 et de vos connaissances, en indiquant ou en calculant :

- 1.1 La progression du chiffre d'affaires du groupement Système U entre 2000 et 2001 en pourcentage.
- 1.2 Le chiffre d'affaires du groupement Système U en 2000 (calcul à détailler).
- 1.3 La part de marché de Système U et son évolution.
- 1.4 Les trois raisons expliquant le développement du groupement.
- 1.5 Le format de point de vente le plus représenté dans le groupement.
- 1.6 Le classement, par ordre croissant de surface, des différents points de vente rencontrés à Système U.
- 1.7 La forme principale d'adhésion sous laquelle se font essentiellement les ouvertures.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 3 sur 18	

PARTIE II

LE DÉVELOPPEMENT DE LA POLITIQUE DE SERVICES

Afin de consolider le chiffre d'affaires de votre point de vente, il a été décidé de redéfinir en partie sa politique commerciale.

Ainsi, il a été convenu de développer une stratégie commerciale orientée sur le service à la clientèle. À cet effet, il est envisagé la mise en place de location de véhicules utilitaires et le développement de services au rayon « charcuterie-traiteur ».

L'étude d'un service de location

TRAVAIL À FAIRE

Dégagez, sur votre copie, à partir du document 2 page 9/18 et de vos connaissances, les éléments de la mise en place d'un service de location de véhicules utilitaires.

Pour ce travail :

- 2.1 – Justifiez le choix de la mise en place d'un service de location de véhicules utilitaires pour l'HYPER U de QUINGEY (deux éléments de réponse exigés).
- 2.2 – Citez la stratégie à mettre en place par les Nouveaux Commerçants lors de l'ouverture d'un service de location de véhicules utilitaires pour percer sur le marché de la location. Justifiez le choix de cette stratégie par deux arguments.

On vous communique que le kilométrage moyen effectué dans la zone de chalandise avec un véhicule utilitaire de location est de 434 km, en conséquence :

- 2.3 – a) Calculez le coût de la location d'un véhicule utilitaire, un jour de semaine, pour un client pour chaque enseigne. Présentez vos résultats sous forme d'un tableau. Détaillez vos calculs et classez les enseignes selon un coût croissant.
b) Calculez la différence de coût en pourcentage entre Système U et son principal concurrent.
- 2.4 – Citez deux avantages et deux inconvénients que ce nouveau service peut apporter à votre enseigne.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 4 sur 18		

Le développement des services au rayon « charcuterie-traiteur »

TRAVAIL À FAIRE

Dégagez, **sur votre copie**, à partir de l'expérience menée à l'HYPER U de CHATONNAY (document 3 pages 10, 11, 12/18) et de vos connaissances, les éléments à mettre en avant afin de développer le rayon « charcuterie-traiteur » de l'HYPER U de QUINGEY en matière de services à offrir à la clientèle.

Pour ce travail :

- 2.5 – Indiquez six nouveaux services, au rayon « charcuterie-traiteur », à proposer à la clientèle.
- 2.6 – Identifiez le linéaire au sol requis pour mettre en place un nouveau rayon « frais emballé ».
- 2.7 – Citez deux avantages et deux inconvénients qu'apportent les produits frais emballés tranchés et filmés sur place pour l'Hyper U.
- 2.8 – Donnez deux exemples caractéristiques d'opérations thématiques en lien avec les saisons pour animer le rayon « charcuterie-traiteur ».
- 2.9 – Trouvez deux exemples de PLV à mettre en place pour améliorer la lisibilité et l'attractivité du rayon « charcuterie-traiteur ».

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 5 sur 18	

PARTIE III

L'ACTUALISATION DES TARIFS

Le rayon « charcuterie-traiteur » vend quelques produits « fumés » achetés à des fournisseurs régionaux et générant un fort CA. Il est en concurrence directe avec Carrefour.

À la suite du relevé de prix effectué chez Carrefour, votre responsable a retenu trois produits dont vous devez actualiser les tarifs en tenant compte de la concurrence et de la loi Galland. De plus, la politique du magasin est de s'aligner sur les prix de la concurrence lorsqu'ils sont inférieurs, sans pour autant vendre à perte.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des **documents 4 et 5 (page 13/18)** et de vos connaissances, traitez les points suivants :

- 3.1 – Déterminez les objectifs de CA et de marge auxquels vous auriez pu prétendre, avant l'actualisation des tarifs. Complétez **l'annexe 2 page 16/18 à rendre avec votre copie.**
- 3.2 – Déterminez le PV TTC actualisé et le montant de la démarque. Complétez **l'annexe 3 page 17/18 à rendre avec votre copie.**
- 3.3 – Justifiez, **sur votre copie**, votre décision en matière de prix de vente pour chacune des trois références en tenant compte de la politique commerciale de votre enseigne et de la réglementation en vigueur.

Analyser les conséquences de cette actualisation.

- 3.4 – a) Calculez, **sur votre copie**, l'évolution de l'objectif de CA HT total en pourcentage après actualisation (arrondir à deux décimales après la virgule).
- b) Calculez, **sur votre copie**, l'évolution de l'objectif de la marge totale en pourcentage après actualisation (arrondir à deux décimales après la virgule).
- c) Commentez ces résultats **sur votre copie.**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 6 sur 18	

PARTIE IV
L'ÉLABORATION DU PLANNING DE PRÉSENCE DES
EMPLOYÉES « CHARCUTERIE-TRAITEUR »

Le chef de rayon « produits frais » vous confie la responsabilité d'établir le planning horaire des quatre employées du rayon « charcuterie-traiteur ».

Vous devez organiser les horaires hebdomadaires de travail de l'équipe en respectant la réglementation et en tenant compte des besoins du rayon.

TRAVAIL À FAIRE

À partir du **document 6 page 14/18** :

4.1 – Calculez, sur votre copie, l'amplitude hebdomadaire :

- a) d'ouverture du magasin,
- b) de présence des employées du rayon « charcuterie-traiteur ».

4.2 – Établissez les plannings horaires quotidiens des quatre employées en faisant apparaître la durée hebdomadaire de chacune.

Répondez sur **l'annexe 4 page 18/18 à rendre avec votre copie.**

4.3 – Justifiez, sur votre copie, l'intérêt d'établir un planning de travail efficace et harmonieux :

- a) pour le responsable,
- b) pour les employées.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 7 sur 18	

PERSPECTIVES AMBITIEUSES**SYSTEME U** vise une croissance de 10 %

Les Nouveaux Commerçants ont de quoi être satisfaits. Le groupement d'indépendants a enregistré une belle progression de son chiffre d'affaires en 2001 : + 10,57 % par rapport à 2000 (+ 7,5% à périmètre comparable). Le chiffre d'affaires s'élève donc à 11,65 milliards d'euros en 2001. Système U revendique désormais une part de marché de 7,7 %, en hausse de 0,7 point. Selon ses dirigeants, le groupe bénéficie de la combinaison de plusieurs éléments favorables. À commencer par l'engouement des Français pour les supermarchés et les magasins « de proximité ». Système U s'est par ailleurs doté de près de 80 000 m² de surface de vente supplémentaire en 2001, soit une augmentation de la surface de 6,7 % ! En partie grâce aux 22 ouvertures (17 ralliements et 5 créations) survenues l'an passé. Fin décembre, le réseau comptait ainsi 819 magasins dont 41 Hyper U, 594 Super U et 184 Marché U. Cette année, 27 ouvertures sont attendues. Et cette source de croissance n'est visiblement pas près de tarir. « *Notre potentiel d'accroissement de la surface se situe dans une fourchette de 5 à 10 % pour les cinq ans à venir, soit l'équivalent d'environ 100 000 m² supplémentaires chaque année* », souligne Serge Papin, président du GIE. Système U devrait d'ailleurs investir de nouveaux départements cette année, à l'image du Cher où cinq projets d'ouverture sont en cours. Autre raison de la progression : la modernisation des points de vente. 90 millions d'euros ont en effet été investis dans leur équipement pour en faire « des magasins à vivre ».

Les Nouveaux Commerçants ne comptent toutefois pas en rester là. Ils prévoient une hausse du chiffre d'affaires de 10 % et comptent grignoter un point chaque année jusqu'en 2005.

F.T.

Sources : D'après Linéaires N° 170 de mai 2002

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 8 sur 18		

UN TEST DE LOCATION**Les U se prennent pour Avis**

En tant que distributeur à dominante rurale, Système U n'a jamais joué les meneurs s'agissant des services. Logique. Pourtant, depuis fin mars, c'est bien une offensive originale que les U sont en train de mener : la location de véhicule. L'expérience n'est pour l'heure déployée qu'à petite échelle et présentée comme un test par les responsables du groupement. En l'occurrence, ce service inédit n'est pas dénué de bon sens pour une enseigne spécialiste des petites et moyennes villes où les loueurs sont rarement implantés. Concrètement, les U mettent l'accent sur les utilitaires. Trois modèles sont proposés : 7, 11 et 20 m³. En complément, des Peugeot 206, essence ou diesel, sont également disponibles. L'offre est donc courte, dans un premier temps. D'emblée les Nouveaux Commerçants se distinguent par une franche agressivité tarifaire. Parmi les sept enseignes étudiées par Linéaires à titre comparatif – pour la plupart réputées être pourtant plus compétitives que les leaders Hertz, Avis ou Europcar – Système U affiche le forfait 100 km le plus économique pour un utilitaire 10/12 m³, par exemple. La différence est nette, de l'ordre de 25 % moins cher que le moins cher des compétiteurs en place. Même constat au final pour un trajet de 150 km, faisant rentrer en jeu le coût du kilomètre au-delà du forfait.

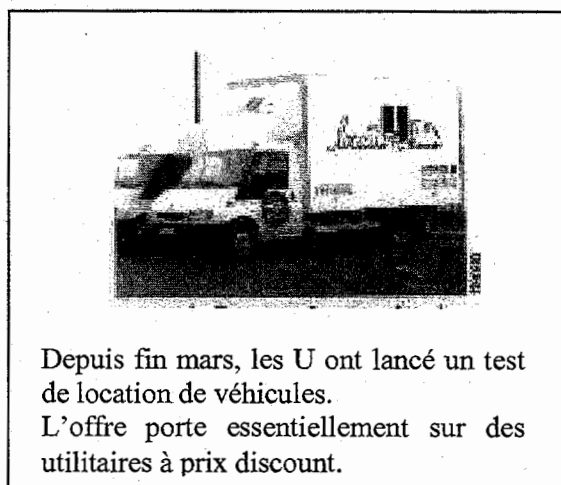
Outre son bon positionnement prix, la force de l'offre commerciale des U repose sur sa simplicité : un tarif semaine ou week-end (compter 15 % de plus du vendredi au dimanche) et deux types de forfaits seulement, 100 ou 500 km. Surtout développé par des Hyper U, pour l'heure, le service location semble géré la plupart du temps par le personnel du SAV. Côté centrale, le projet est piloté par une entité dédiée, Loca U, située à Système U Ouest.

FLORENT VACHERET

*Comparatif partiel***Les U en pôle position sur les prix**

Coût d'un utilitaire 10/12 m ³ pour 150 km			
	Forfait type	km supp.	Coût total
Système U	44,00 € / 100 km	0,26 €	57,00 €
Ucar	59,00 € / 100 km	0,20 €	69,00 €
Ada	79,00 € / 100 km	0,19 €	88,50 €

Comparatif réalisé sur la base d'un véhicule utilitaire du 10/12 m³ pour une durée de 24 heures, départ et retour dans la même agence, en province, un jour de semaine.



Depuis fin mars, les U ont lancé un test de location de véhicules. L'offre porte essentiellement sur des utilitaires à prix discount.

Sources : Linéaires N° 192 de mai 2004

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 9 sur 18		

Le stand d'Hyper U CHANTONNAY en images

Pour compenser la chute structurelle de la coupe, Hyper U CHANTONNAY déploie deux armes stratégiques : la carte permanente et le frais-emballé. Deux activités en forte croissance.

Arlequin de pintade au foie de canard aux pommes et sa confiture d'oignons, cassolette de St Jacques au Noilly Prat, tournedos de magret d'oie ou encore craquant au caramel. Il ne s'agit pas du menu d'un restaurant trois étoiles mais bel et bien de la carte permanente proposée par les magasins U. Un service auquel Hyper U CHANTONNAY croit beaucoup pour développer le rayon traditionnel. Le catalogue change deux fois par an, en fonction des saisons. *« En ce moment, ce sont surtout les plateaux raclette qui marchent bien, alors que l'été, les clients nous demandent beaucoup de buffet complet pour les communions ou les mariages »*, atteste Patrick LHOMME, le responsable des rayons coupe. Le magasin ne lésine pas sur le service. Ainsi, les commandes sont livrées gratuitement à domicile. En outre, une personne est dédiée à la préparation des commandes et à la présentation des plateaux et autres compositions en fin de semaine.

Plus de 1 300 menus de fin d'année

Cette carte permanente vient s'ajouter aux menus de fin d'année que propose le magasin, au même titre que les autres Nouveaux Commerçants. Selon Sylvain NOURRISSON, responsable de la zone frais de l'Hyper U vendéen, *« le savoir-faire acquis grâce à la carte permanente est un véritable atout en fin d'année en termes d'efficacité des équipes et de fidélisation des clients »*. L'autre grand chantier du stand traditionnel est le frais-emballé.

La même offre pour la coupe et le frais emballé

Entièrement revisité en 2002, il était alors passé de trois éléments sur quatre niveaux à six éléments sur cinq niveaux, auxquels s'ajoutent les bacs. Les résultats ne se sont pas fait attendre : ce linéaire du « troisième type » représente aujourd'hui près de 40 % du chiffre d'affaires du rayon. Contrairement à certaines enseignes qui font appel au frais-emballé industriel, Hyper U CHANTONNAY emballe tout lui-même, en barquette filmée. Si elle renforce l'image de fraîcheur, cette méthode comporte des inconvénients en matière de DLC par rapport aux emballages sous-atmosphère ou sous-vide. Pour les produits de charcuterie dont certains sont réputés « sensibles », les durées de vie varient de deux à cinq jours.

Pour améliorer la lisibilité du rayon, le magasin a mis l'accent sur la PLV et les codes couleurs. Les barquettes utilisées sont beiges pour la charcuterie, bordeaux pour la charcuterie pâtissière, bleues pour les terrines de poisson et autres coquilles bretonnes, etc. Quant à l'offre, elle est à peu de choses près la même qu'à la coupe. *« Nous proposons les mêmes produits au stand et au frais-emballé, à l'exception de quelques références haut de gamme qui nécessitent une aide à la vente »*, confirme Sylvain NOURRISSON. C'est à l'aide de ces produits qualitatifs que le magasin parvient à fidéliser la clientèle à la coupe. Il a notamment référencé une gamme de charcuteries artisanales élaborées à partir de porc plein air de Vendée.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 10 sur 18		

Toutefois, l'Hyper U se refuse à ne vendre que des références haut de gamme au stand. « *Le chiffre d'affaires s'en ressentirait immédiatement* », avertit Patrick LHOMME. Pour le reste, l'assortiment du rayon n'est pas démesuré pour cet hyper de 4 000 m². Juste bien réfléchi ! Composé de huit éléments (1,20 mètre), le linéaire n'est pas disproportionné non plus.

Bientôt un stand rôtisserie

Pour préserver la qualité visuelle du stand, les produits sont présentés tranchés, en petites quantités. « *Bien souvent les clients préfèrent qu'on tranche les produits sous leurs yeux* », justifie le responsable du

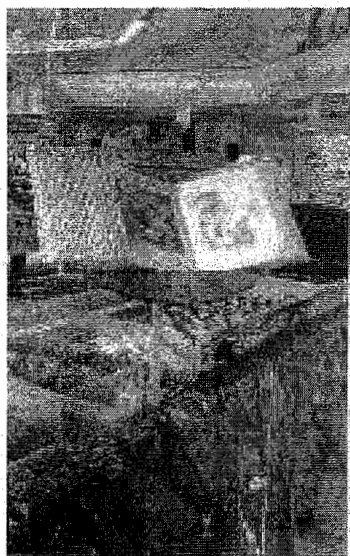
rayon. Mais les produits tranchés permettent de renforcer le côté marchand. Contrairement à beaucoup d'autres magasins, Hyper U CHANTONNAY ne possède pas de rôtisserie. Du moins en permanent. Stockée sur le plan de travail de l'autre côté de la vitrine, la rôtisserie ne sert qu'en été... pour l'instant. « *Aujourd'hui, nous n'avons pas le matériel adéquat mais la création d'un stand rôtisserie fait partie du projet d'agrandissement du magasin* », avance Sylvain NOURRISSON. Il devrait voir le jour en 2005 et doper le chiffre d'affaires du rayon. Sa quote-part est de 2,7 %, ce qui place Hyper U CHANTONNAY dans le haut de classement de l'enseigne.

FLORENCE TAILLEFER

Sources : *Linéaires* N° 188 de janvier 2004

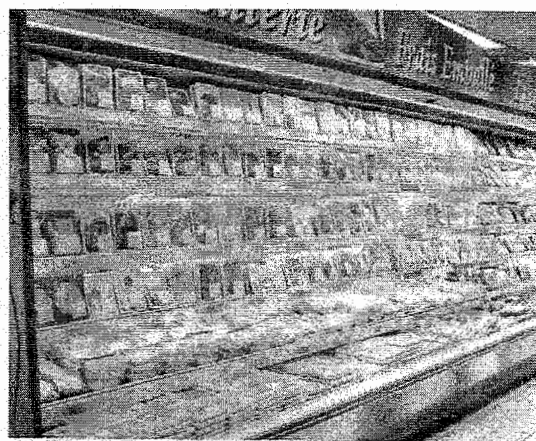
LES CLÉS DE REUSSITE D'HYPER U CHANTONNAY

1. Une carte permanente



Des buffets aux plateaux de fruits de mer, en passant par les pâtisseries et les plats cuisinés, la carte permanente est un réel service pour les clients. Et un vrai atout pour le magasin.

2. Un rayon frais-emballé bien pensé



Revisité et agrandi en 2002, le rayon frais emballé s'étale sur plus de trente mètres développés, sans compter les bacs. En croissance de plus de 25 % en charcuterie et de 8 % en traiteur, ce linéaire du « troisième type » réalise désormais 40 % du chiffre d'affaires global de la coupe.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 11 sur 18		

3. Un personnel compétent



Avec Patrick LHOMME, le responsable des rayons coupe d'Hyper U CHANTONNAY, c'est une équipe de sept personnes qui s'activent derrière le stand charcuterie traiteur, dont deux dédiées au frais-emballé.

4. Un linéaire et une offre adaptée



L'offre et le linéaire ne sont pas disproportionnés par rapport à la taille du magasin. Juste bien pensés.

5. Des promotions pour générer du trafic



Hyper U CHANTONNAY anime le rayon coupe grâce aux opérations thématiques et aux promotions. Ces dernières restent essentielles pour générer du trafic.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET

Page 12 sur 18

RELEVÉ DE PRIX

Période : semaine 21

Référence article	Désignation	PV TTC constaté chez Carrefour
6100	Saucisse de Morteau 320 gr	3,90 €
6200	Poitrine fumée tradition	8,90 € le kg
6230	½ palette fumée	6,20 € le kg

DOCUMENT 5

EXTRAIT DE LA LOI GALLAND

Afin de rendre plus transparentes les pratiques des distributeurs, la loi Galland (du 1^{er} janvier 1997) précise, entre autres, les règles de la vente à perte, strictement limitées par la loi.

Définition du seuil de revente à perte = le seuil de revente à perte est le prix unitaire figurant sur la facture, majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques et du prix du transport.

- Seule la facture détermine le seuil de revente. Les réductions de prix acquises au moment de l'achat doivent y figurer de façon explicite.
- Exceptions :
 - Les produits à saisonnalité marquée.
 - Les marchandises démodées, défraîchies, dépareillées ou de fins de séries vendues en fin de saison.
 - Les produits obsolètes du fait de l'apparition de perfectionnements techniques.
 - Les produits périssables menacés d'altération rapide. Il s'agit de la plupart des produits frais mais le fait que ces produits sont retirés des rayons quelques jours avant la DLC, cette exception n'est pas applicable.
 - Les marchandises ayant subi une baisse des cours, le nouveau prix résultant d'une facturation pour un nouvel achat.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 13 sur 18		

CONTRAINTES GÉNÉRALES ET SPÉCIFIQUES DU RAYON « CHARCUTERIE TRADITIONNELLE »

1. CADRE GÉNÉRAL**Heures d'ouverture du magasin HYPER U :**

Du lundi au samedi : 8h30 à 19h30

- Selon l'article L212.1 du Code du travail, la durée quotidienne du travail effectif d'un employé ne peut dépasser 10 heures.
- Depuis le 1^{er} juin 1999, mise en place des 35 heures pour les salariés à plein temps.
- Durant la journée, un employé ne peut pas disposer d'une coupure de plus de 2 heures.
- L'employé terminant sa journée de travail doit avoir un minimum de 12 heures de repos consécutives avant de reprendre du service le lendemain matin.

2. LE RAYON « CHARCUTERIE-TRAITEUR »**Il se compose de quatre employées :**

- JULIA est à temps plein
 - ANNABELLE a un contrat de 28 heures
 - EMMA a un contrat de 32 heures
 - CHLOÉ a un temps partiel de 23 heures 30.
- chaque employée a droit à un jour complet de repos par semaine en plus du repos dominical,
 - chaque jour, JULIA doit être présente 2 heures 30 avant l'ouverture du magasin pour effectuer la préparation du rayon et les commandes. C'est EMMA qui la remplace pendant son jour de congé,
 - chaque soir, il faut une employée une demi-heure après la fermeture du magasin pour effectuer le rangement du rayon,
 - le vendredi, de 15 heures à 19 heures 30, et le samedi, de 8 heures 30 à 13 heures 30, trois employées sont nécessaires sur le rayon (heures d'affluence de la clientèle).

3. SOUHAITS DES EMPLOYÉES

- JULIA souhaite le mardi comme jour de repos.
- ANNABELLE préfère le lundi en journée de repos.
- EMMA souhaite le jeudi en journée de repos.
- CHLOÉ, qui a deux enfants, aimerait obtenir son mercredi en jour de congé. De plus, elle aurait aussi besoin de deux heures de pause entre 11 heures 30 et 13 heures 30.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 14 sur 18	

CARACTÉRISTIQUES DU GROUPEMENT SYSTÈME U

CARACTÉRISTIQUES	
1.1 Progression du CA en % entre 2000 et 2001	
1.2 CA 2000	Détail des calculs : Résultat :
1.3 Part de marché de Système U et son évolution	
1.4 Raisons du développement du groupement	
1.5 Type de surface le plus représenté dans le groupement	
1.6 Différentes enseignes du groupe Système U (classement croissant suivant la surface de vente)	
1.7 Forme principale d'adhésion sous laquelle se font les ouvertures des points de vente	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 15 sur 18	

TABLEAU DE CALCUL DE LA MARGE – HYPER U DE QUINGEY
(Avant actualisation des tarifs)

Réf.	Taux de marque	Coût d'achat HT	PVHT *	PVTTC *	Quantité en stock	Objectif CAHT	Objectif marge unitaire	Objectif marge totale
6100	20 %	2,72 € les 320gr			40 kg			
6200	25 %	6,41 € le kg			20 kg			
6230	22 %	6,00 € le kg			10 kg			
Total					70 kg			
<p>Indiquez le détail des calculs pour la référence 6100</p>								

* Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

TVA : 5,5 %

: Ne rien inscrire dans les parties grisées

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 16 sur 18	

TABLEAU D'ACTUALISATION DES TARIFS ET DE DÉTERMINATION DE LA DÉMARQUE

Réf.	PV TTC du concurrent Carrefour en €	PV HT* du concurrent Carrefour en €	PV HT Hyper U Avant actualisation	PV TTC Hyper U Avant actualisation	PV TTC définitif, actualisé	Quantité en stock	Objectif CA HT (prix actualisé)	Objectif marge totale (prix actualisé)	Objectif marge totale (prix tarif courant, avant actualisation)	Démarque totale en €
6100			3,40			40 kg				
6200			8,55			20 kg				
6230			7,69			10 kg				
Total										
Indiquez le détail des calculs, de la démarque pour la référence 6230										

: ne rien inscrire dans les parties grisées

* Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1		Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		SUJET
Page 17 sur 18		

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

- Indiquez clairement la journée de repos de chaque employée
- Hachurez les cases horaires correspondant aux heures de travail des employées (une moitié de case pour une demi-heure)

PLANNING HORAIRES RAYON « CHARCUTERIE-TRAITEUR »

HEURES EMPLOYÉES	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
LUNDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															
MARDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															
MERCREDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															
JEUDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															
VENDREDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															
SAMEDI															
JULIA															
ANNABELLE															
EMMA															
CHLOÉ															

- Reportez le nombre d'heures effectuées par chaque employée dans le tableau ci-dessous

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES HEURES DE TRAVAIL

Nombre d'heures travaillées	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	TOTAL
JULIA							
ANNABELLE							
EMMA							
CHLOÉ							
TOTAL							

[ATTENTION : PAS DE TRAVAIL AU CRAYON DE PAPIER]

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2005
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	SUJET
Page 18 sur 18	