

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
SPÉCIALITÉ COMMERCE**

ÉPREUVE E1

ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

SOUS-ÉPREUVE E11

**PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ
DE L'UNITÉ COMMERCIALE**

CORRIGÉ

Le corrigé comporte 17 pages

Partie 1 : 29 points

Partie 2 : 26 points

Partie 3 : 25 points

ANNEXE 1 : 4,5 points : 0,25 point par réponse**Accepter tout type d'arrondi – si erreur d'arrondi, ne pas compter les 0,25 pt****Taux d'évolution des ventes réalisées entre le 1^{er} trimestre et le 4^{ème} trimestre 2011**

GENRE BD	% évolution entre 4 ^{ème} trimestre 2010 et 1 ^{er} trimestre 2011		% évolution entre 1 ^{er} trimestre 2011 et 2 ^{ème} trimestre 2011		% évolution entre 2 ^{ème} trimestre 2011 et 3 ^{ème} trimestre 2011		% évolution entre 3 ^{ème} trimestre 2011 et 4 ^{ème} trimestre 2011		Ventes réalisées en 2010		% d'évolution entre 2010 et 2011	
	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA
AVENTURE	-3,50%	-1,80%	13,33%	13,33%	-17,65%	-7,35%	28,57%	21,43%	13 230	204 600	-3,25%	4,59%
JEUNESSE	-2,50%	-3,30%	5,56%	5,56%	-2,63%	4,32%	8,11%	22,52%	18 000	267 120	4,86%	6,27%
MANGA	2,15%	12,50%	7,69%	18,46%	-10,71%	66,40%	12,94%	-33,89%	18990	235800	-4,00%	2,33%
GRANDS CLASSIQUES	1,95%	1%	11,18%	5,62%	-2,78%	12,57%	0,82%	14,56%	15 435	329 758	-5,67%	-4,99%
BD D'HUMOUR	-8,55%	-9,45%	-25,17%	-25,17%	10,00%	19,17%	33,06%	43,29%	5 600	65 362	-3,75%	5,73%
TOTAL DES VENTES	-2,34%	-5,73%	5,96%	7,24%	-6,91%	17,50%	13,01%	5,10%	71 255	1 102 640	-1,96%	1,72%

1.3 Comparez les tendances nationales avec celles du magasin : **10,5 points**

Évolution des ventes en volume 3,5 points

5 idées à 0,5 pt chacune. 1 pt si au moins 2 justifications chiffrées

Attention, l'analyse doit être en relation avec les résultats de l'annexe 1

On peut constater que le volume des ventes a subi globalement la même tendance que le marché national à savoir diminution entre le 4^{ème} trimestre 2010 et le 1^{er} trimestre 2011 (- 2,34 % pour BD fugue et -2,5 % pour le national). On constate également une reprise en 2^{ème} trimestre plus importante qu'au niveau national (+ 5,96 % et 1,5 % au niveau national). De même le recul au 3^{ème} trimestre est plus important dans notre magasin qu'au niveau national (BD : - 6,91 % - national : - 1 %) enfin la reprise du 4^{ème} trimestre est importante pour notre magasin + 13 % alors qu'au national l'augmentation est de 2 %. Sur l'année entière, le magasin enregistre une baisse des ventes de 1,96 %.

Évolution des ventes en CA 2,5 points

3 idées à 0,5 pt chacune. 1 pt si au moins 2 justifications chiffrées

Attention, l'analyse doit être en relation avec les résultats de l'annexe 1

Tout comme au niveau national le magasin enregistre une augmentation de son chiffre d'affaires de 1,72 % entre l'année 2010 et 2011, c'est moins qu'au niveau national (3,9 %). On constate une dégradation au 4^{ème} trimestre due aux résultats des mangas qui enregistre une baisse du CA conséquente (-33,89 %)

Part représentée par genre 2,5 points

3 idées à 0,5 pt chacune. 1 pt si au moins 2 justifications chiffrées

Attention, l'analyse doit être en relation avec les résultats de l'annexe 1

Tout comme au niveau national, ce sont les BD jeunesse qui ont été les plus dynamiques avec une croissance de 6,27 % en CA et de 4,86 % en volume. Mais la croissance est moindre qu'au niveau national (+ 5,8 % en volume et 12 % en CA). Quant au poids des mangas dans notre enseigne, il est bien moindre qu'au niveau national (26,10 % en volume et 21,51 % en CA – 35 % en volume au niveau national)

Top 15 des ventes : 2 points

Attention, l'analyse doit être en relation avec les résultats de l'annexe 1

Le top 15 des ventes dans notre magasin suit globalement la tendance nationale.

ANNEXE 2 – 10 points

RÉSULTATS DES VENTES DE MANGA D'ACTION POUR LE MOIS DE MAI*

Références	Désignations	PA HT en euros	PV HT en euros 1,25 = 0,25 par calcul	PV TTC en euros	Quantités vendues 1,25 = 0,25 par résultat	Chiffre d'affaires TTC 0,25 pts par résultat	% CA TTC 1,25 = 0,25 par calcul	Marge commerciale unitaire 1,25 = 0,25 par calcul	Marge commerciale totale 1,25 = 0,25 par calcul	Taux de marque 1,25 = 0,25 par calcul
9782351426043	BD SOUL EATER tome 17	4,18	6,07	6,50	14	91,00	14,14	1.89	26.46	31.14
9782351426616	KEN-ICHI tome 23	4,26	6,07	6,50	9	58,50	9,09	1.81	16.29	29.82
9782351426814	VINLAND SAGA tome 10	5,00	7,01	7,50	13	97,50	15,15	2.01	26.13	28.67
9782820302151	LA LÉGENDE DE TOKI tome 3	5,10	7,01	7,50	26	195,00	30,30	1.91	49.66	27.25
9782355923180	TRIPEACE tome 9	4,20	6,07	6,50	31	201,50	31,31	1.87	57.97	30.81
Total						643,50				

Arrondir deux chiffres après la virgule

Si plus de 2 erreurs d'arrondis enlever 2 pts

Accepter également les formules

Détail des calculs : 1,25 point (0,25 pt par résultat)

PV HT : $6,50 / 1,07$

% CA : $(91 / 643,50) \times 100$

Marge commerciale unitaire : $6,07 - 4,18$

Marge commerciale totale: $1,89 \times 14$

Taux de marque : $(1,89 / 6,07) \times 100$

ANNEXE 3 – 4 points

Accepter les justifications chiffrées et cohérentes

Attention, l'analyse doit être en relation avec les résultats de l'annexe 2

ANALYSE DE L'ASSORTIMENT MANGA D'ACTION

ELEMENTS D'ANALYSE	REPONSES	JUSTIFICATIONS
Les trois titres les plus vendus 1 pt par ligne (0,5 pt par cellule)	<ul style="list-style-type: none">• Tripeace,• La légende de Toki• BD SOUL EATER tome 17	Meilleures ventes en quantité
Les trois produits qui ont une forte marge 1 pt par ligne (0,5 pt par cellule)	<ul style="list-style-type: none">• T RIPEACE tome 9• La légende de TOKI• BD SOUL EATR• VINLAND SAGA Accepter un raisonnement en marge commerciale unitaire ou totale)	Meilleurs score en marge unitaire (ou totale)
Le ou les titres à supprimer 1 pt par ligne (0,5 pt par cellule)	KEN-ICHI tome 23	Faible rotation (9 UC)
L'action promotionnelle 5% de remise pour l'achat de TRIPEACE Tome 9 sur mai a-t-elle été efficace et peut-on la renouveler chaque année ? 1 pt par ligne (0,5 pt par cellule)	Oui, l'action promotionnelle a été efficace. Renouveler ce type d'action promotionnelle dans ce contexte. <i>Accepter toute réponse cohérente en relation avec la justification</i>	Meilleure vente en quantité sur le mois de mai, malgré une légère diminution au niveau des semaines

PARTIE 2 : ANNEXE 4 – 2,5 points

Accepter toute réponse cohérente

CATÉGORIE DE PRODUITS

Catégorie de produits	Exemples de produits	Objectif
Produits permanents 0,5 pt par ligne (0,25 pt par réponse)	Tintin Le crabe aux pinces d'or	Répondre à la demande régulière des clients
Produits saisonniers 0,5 pt par ligne (0,25 pt par réponse)	La vérité sur le baccalauréat	Proposer des produits qui répondent à des besoins ponctuels, saisonniers
Produits promotionnels 0,5 pt par ligne (0,25 pt par réponse)	Offre promo sur la BD 5%	Attirer le client dans le magasin en lui proposant un article à prix bas et/ou à l'occasion d'un évènement
Produits nouveaux 0,5 pt par ligne (0,25 pt par réponse)	Manga PVC	Fidéliser le client en lui proposant un assortiment dans lequel il retrouvera les dernières innovations des fabricants
Produits d'appel 0,5 pt par ligne (0,25 pt par réponse)	La superbe affiche	L'objectif de cette offre sur un produit est évidemment d'attirer le client dans le magasin

2.2 1 point

Aux différents lieux de passage les plus fréquentés par les clients

- zones chaudes, allée principale, tête de gondole, entrée du magasin, bar, ...

Accepter toute réponse cohérente

Au moins 2 lieux (0,5pt x 2)

ANNEXE 5 - 20 points - 0,25 point par réponse exacte
Attention la colonne nbre de frontales =0,5 pt
0,25pt x74 cellules

GRILLE D'ANALYSE DE MARCHANDISAGE DES SEGMENTS NOUVEAUTÉS

	Désignation	Nbre de frontales	Linéaire développé en mètre ¹	% Linéaire ²	Marge brute totale ²	% Marge brute ²	Indice de sensibilité à la marge ¹	Conclusion	Calcul du nouveau linéaire ¹
Comics	KICK-ASS Millar/Romita JR	3	0,651	6,87%	79,3	16,38%	2,384	>1 Sous représenté	1,552
	ULTIMATUM Loeb/Madureira/Finch	6	1,464	15,45%	94,86	19,60%	1,269	>1 Sous représenté	1,858
	X-Men Genèse mutante Claremont/Lee	4	0,88	9,29%	72,48	14,97%	1,611	>1 Sous représenté	1,418
Manga	NEGIMA Tome 33 Akamatsu	3	0,705	7,44%	36	7,44%	1,00	Bien représenté	0,705
	BAKUMAN Tome 8 Ohba/Obata	4	0,84	8,86%	21,5	4,44%	0,501	<1 Trop représenté	0,421
	CAT STREET Tome 8 Kamio	5	1,05	11,08%	17,6	3,64%	0,329	<1 Trop représenté	0,345
	SKETCHTRAVEL Collectif	5	1,55	16,36%	40	8,26%	0,505	<1 Trop représenté	0,783
B.D.	SPIROU ET FANTASIO Tome 52 Vehlmann/Yoann	3	0,705	7,44%	46,08	9,52%	1,280	>1 Sous représenté	0,902
	CATHARES T2 FALBA ET BONO	4	0,96	10,13%	64,56	13,34%	1,317	>1 Sous représenté	1,264
	ANTARES Tome 4 Leo	3	0,672	7,09%	11,64	2,40%	0,339	<1 Trop représenté	0,228
	Total		9,477	100,00%	484,02	100,00%			

Accepter les décalages au niveau des arrondis (mais pas les erreurs sur les décimales)

Accepter pour la conclusion toute réponse cohérente

¹ – Arrondir à trois chiffres après la virgule

² - Arrondir à deux chiffres après la virgule

Accepter également les formules

Détail des calculs de la référence Kick Ass : **1 point : 0,25 point par détail**
Linéaire développé en mètre : $3 * 0,217$
Marge brute totale : $(23,73-15,80)*10$
% Linéaire : $0,651/9,477$
Indice de sensibilité à la marge : $16,38/6,87$
Compter 0,25 pt pour l'indice de sensibilité au CA (1 point max.)

ANNEXE 6 – 2,5 points

Accepter 2 ou 3 chiffres après la virgule.

DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS

	Avant l'implantation	Après l'implantation
Indice de passage 0,5 pt par ligne (0,25 pt par cellule)	$(1108 / 1612) = 0,687$	$(1454 / 1612) = 0,902$
Indice d'achat 0,5 pt par ligne (0,25 pt par cellule)	$(952 / 1612) = 0,591$	$(1\ 389 / 1612) = 0,862$
Indice d'attractivité 0,5 pt par ligne (0,25 pt par cellule)	$(952 / 1108) = 0,859$	$(1\ 389 / 1454) = 0,955$
Commentaires : 1 point	<p>Avant la réimplantation, l'indice de passage et l'indice d'achat étaient faibles, il fallait donc modifier le linéaire pour le rendre plus attractif.</p> <p>Suite à la réimplantation, on constate que l'indice de passage a favorablement évolué et que l'indice d'achat est bien meilleur : 67 % des clients qui entrent dans le magasin achètent une nouveauté.</p> <p>Ceci démontre que la réimplantation des produits était une réelle nécessité et qu'elle répond à un besoin des clients. Une meilleure diffusion du calendrier des dédicaces serait à l'avenir un moyen pour augmenter l'indice de passage.</p> <p>Accepter toute réponse cohérente</p>	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E1 : sous épreuve E11	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET : BD FUGUE	
Repère de l'épreuve : 1106 CO ST 11	Page 8 sur 11	

PARTIE 3 - 3.1 - 5 points

Accepter toute réponse cohérente pour chacune des contraintes (1 pt par contrainte et le reste pour la justification)

Les contraintes liées à la création de ce site marchand sont :

- ➔ **Investissements techniques** : manque de compétences pour créer soi-même son site. Ou sinon nécessité de passer beaucoup de temps pour créer le site.
1,5 point
- ➔ **Investissements Financiers** : problème lié au manque de moyen pour payer une entreprise spécialisée dans la création de site-marchand. Achat de mots-clés, ...**1,5 point**
- ➔ **Faire connaître le site-marchand** : contraintes liées à la concurrence mondiale. Obligation de développer une stratégie marketing pour être connu (achat de mots-clés, présence sur les sites de référencement, campagnes d'e-mail, ...).
2 points

3.2 (2,5 points) et 3.3 (3,5 points) – 6 points – Tableau non exigé

Autre méthode de vente en ligne possible 2,5 points	Avantages : 1 point par réponse exacte : 2 points	Limites : 0,75 point par réponse exacte : 1,5 point
<ul style="list-style-type: none">✓ Le site d'achat-vente 1 point 3 exemples : 0,5 point par exemple <ul style="list-style-type: none">✓ E-bay✓ Price minister✓ Amazon	<ul style="list-style-type: none">✓ Place les produits avant les acheteurs finaux✓ Présence sur les sites leaders du e-commerce✓ Un « réservoir » d'acheteur✓ Génère des ventes complémentaires	<ul style="list-style-type: none">✓ Gestion des stocks✓ La logistique (livraison)✓ Animations commerciales contraintes par les sites d'achat-vente

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : sous épreuve E11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET : BD FUGUE
Repère de l'épreuve : 1106 CO ST 11		Page 9 sur 11

3.4 : 2 points :

1 point pour la fidélisation – 1 point pour les répercussions (0,5 pt x 2)

La création de ce site marchand peut, en effet, permettre à monsieur ROBY de fidéliser sa clientèle de passage car ils pourront retrouver sur le site marchand l'ensemble des ouvrages avec les commentaires de monsieur ROBY. Cependant, il devra anticiper les répercussions liées à la création de ce site :

- coûts pour la création, la gestion des stocks, la logistique, la politique de communication,

Accepter toute réponse cohérente

ANNEXE 7-a - 8 points

Accepter tout type d'arrondi

ANALYSE DES ENCAISSEMENTS 2011 ET COMMENTAIRES

Données magasin 1 point par ligne (0,5 pt par cellule)	Détails des calculs	Résultats
Panier moyen d'un client sans carte (en €)	$(1\ 121\ 565 - 664\ 560)/16\ 059$	28,46 €
Panier moyen d'un client avec carte (en €)	$664\ 560 / 17\ 488$	38,00 €
Évolution du CA 2010/2011	$((1\ 121\ 565 - 1\ 102\ 640)/1\ 102\ 640) * 100$	1,72 %
Taux de CA encarté en 2011	$(664\ 560/1\ 121\ 565) * 100$	59,25 %
Évolution du CA encarté entre 2010 et 2011	$((664\ 560-548\ 250)/548\ 250) * 100$	21,21 %
Commentaires : 3 points (2 réponses attendues, 1,5 point par commentaire)	<ul style="list-style-type: none">Le panier moyen est plus élevé pour les clients possesseurs de la carteL'évolution du CA réalisé par des clients possesseurs de carte est plus importante que celle du CA global sur les 2 dernières années.Le CA réalisé par les détenteurs de la carte est	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SESSION 2012

SPÉCIALITÉ : COMMERCE

Coefficient : 4

ÉPREUVE E1 : sous épreuve E11

Durée : 3 heures

Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

SUJET : BD FUGUE

Repère de l'épreuve : 1106 CO ST 11

Page 10 sur 11

	plus important (59%) que celui réalisé par des clients traditionnels
--	--

ANNEXE 7-b – 4 points

**ÉTATS DES OUVERTURES DE CARTES DE FIDÉLITÉ
POUR LE MAGASIN D'ANNECY**

Accepter tout type d'arrondi

	1 ^{er} Semestre	2 ^{ème} Semestre	Année	Résultats moyens des autres boutiques BD FUGUE
2010	65	58	123	
2011	113	75	188	
*Évolution en % sur les 2 ans	73,85 %	29,31 %	52,85 %	+ 32 %
Détails des calculs	$(113 - 65) / 65 \times 100$	$(75 - 58) / 58 \times 100$	$(188 - 123) / 123 \times 100$	

0,25 point par réponse exacte

Vos commentaires sur l'état des ouvertures de cartes pour le magasin d'Annecy : **2 pts**

Globalement, la progression est plus forte à Annecy que dans les autres boutiques BD FUGUE

La progression a été plus importante au 1^{er} trimestre et s'est ralentie au 2nd.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : sous épreuve E11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET : BD FUGUE
Repère de l'épreuve : 1106 CO ST 11		Page 11 sur 11