

SPORT 2000

Monsieur Mortagne a ouvert en 1999 un magasin d'articles de sport au centre commercial LECLERC à Argentan. Il a choisi d'adhérer au réseau SPORT 2000 pour la notoriété de l'enseigne et les services proposés par la centrale (communication, négociation d'achats...).

Vous postulez pour un emploi de vendeur chez SPORT 2000. Afin de tester vos connaissances professionnelles, Monsieur Mortagne vous demande d'étudier les dossiers suivants :

I. Etude d'implantation du magasin

Travail à faire :

A partir du document 1 (schéma d'implantation Sport 2000, page 3/12).

- 1) Précisez les points forts et les points faibles de l'implantation du magasin, en remplissant le tableau en Annexe 1 (page 9/12)
- 2) Justifiez en une phrase le choix de cette implantation, sur l'Annexe 1.

II. Implantation d'un nouveau produit : la trottinette

Travail à faire :

- 1) Sur le plan du magasin Sport 2000 (document 2, page 4/12), le rayon accessoires a été présenté à deux emplacements différents. Expliquez pourquoi.
- 2) Monsieur Mortagne a décidé d'implanter, avant les fêtes de Noël, un nouveau produit dans son magasin : la trottinette. Deux emplacements ont été sélectionnés pour les présenter (① et ② sur le plan). Dégagez deux avantages et deux inconvénients respectifs pour chacun de ces emplacements (complétez le tableau en Annexe 2, page 10/12).

III. Animation - promotion

Dans le cadre de la nouvelle implantation de la trottinette chez Sport 2000, vous envisagez avec le responsable du point de vente de mettre en place une animation. Celle-ci consistera en une démonstration sur le parking du magasin, le samedi 14 novembre 2000, pour faire découvrir ce nouveau produit aux clients potentiels. Pour ce faire, vous prévoyez une opération publicitaire et promotionnelle sur votre zone de chalandise.

ACADEMIE DE CAEN		Session 2001
Durée : 2 h 30	Page 1/12	BEP VENTE ACTION MARCHANDE
S U J E T		EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale

Premier travail à faire :

- 1) A partir des documents 3 et 3 bis (page 5/12 et 6/12), proposez deux types de clients susceptibles d'être intéressés par ce nouveau produit. Dégagez pour chacun deux mobiles d'achat selon la typologie SONCAS. Justifiez vos choix. Répondez pour cette question en complétant l'Annexe 3 (page 11/12)
- 2) Vous disposez en document 4 (page 7/12) d'un extrait du fichier «clients fidèles». Retrouvez sur ce listing quatre critères de sélection pour cibler au mieux vos clients.
- 3) Indiquez parmi les clients du listing ceux qui correspondent à votre cible.

Deuxième travail à faire :

- 1) Vous souhaitez adresser un publipostage à ces clients. Rappelez les éléments indispensables qui composent la lettre commerciale contenue dans un publipostage.
- 2) Les supports de communication utilisés par les adhérents du groupement SPORT 2000 vous sont présentés sur le document 5 (page 8/12). Parmi ces supports, sélectionnez-en deux particulièrement adaptés à l'animation prévue. Justifiez.

IV. Calculs commerciaux :

Monsieur Mortagne achète la trottinette 292,00 F HT. Le coefficient multiplicateur TTC appliqué en temps normal dans le magasin sur cette famille de produits est de 1,8. Le responsable du point de vente envisage, pour le lancement de la trottinette, de descendre ce coefficient à 1,55. La TVA applicable sur ces produits est de 19,6 %.

Remplissez le tableau en Annexe 4 (page 11/12) en calculant le prix de vente TTC, le prix de vente HT, le taux de marque :

- pendant le lancement du produit,
- après la période de lancement.

Afin de préparer le double affichage du prix, effectuez la conversion en euros (1 euro = 6,55957 F)

V. Facturation

Intéressée par votre opération promotionnelle, une association sportive et culturelle d'Argentan vous passe commande de :

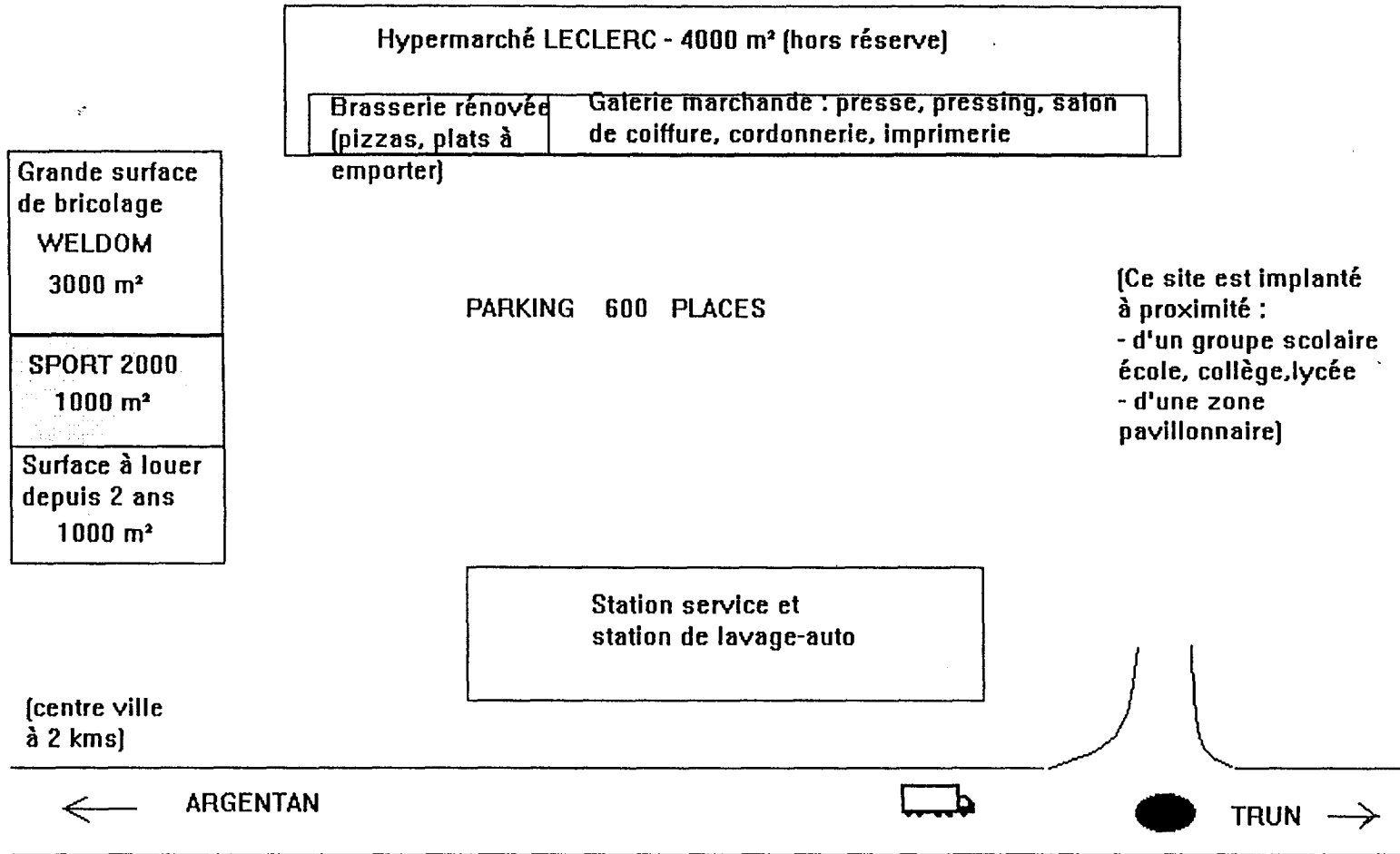
- 10 trottinettes, réf 895TRO, au prix de vente HT de 378,76 F
- 10 kits protections genoux, gants, réf 432KIT, au prix de vente unitaire HT de 194,35 F
- 10 casques, réf 215CAS, au prix de vente unitaire HT de 93,50 F

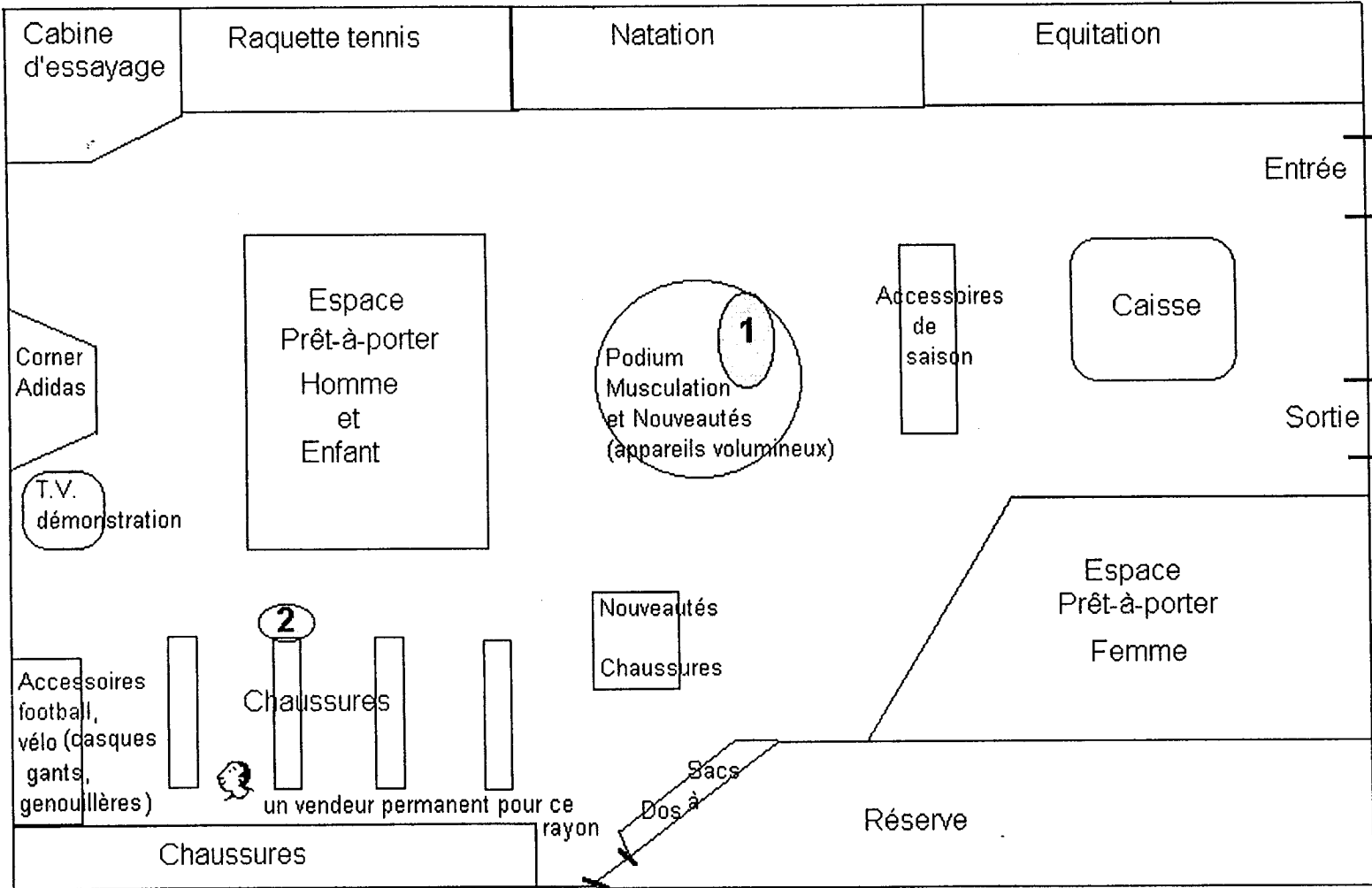
Travail à faire :

Le responsable vous informe que cette association bénéficie d'une remise de 5 % sur les trottinettes et de 10 % sur les accessoires.

Complétez la facture jointe en Annexe 5 (page 12/12)

Règle de l'arrondi pour l'euro : elle est appliquée pour aboutir à un prix en euros qui ne comporte que deux chiffres après la virgule, les *cents* ou *centimes*. Si le 3^e chiffre après la virgule est inférieur à cinq, on arrondit au *cent* ou *centime* inférieur. S'il est égal ou supérieur à cinq, on arrondit au *cent* ou *centime* supérieur.





La trottinette fait son chemin en ville

En moins d'un an, la trottinette a gagné de l'espace sur les trottoirs et dans les linéaires. Retour sur un moyen de locomotion à la mode.

Elle était rouge, grande, lourde et grinçante. Aujourd'hui, elle est design, micro, légère et pliable.

Elle était enfantine, la voilà adulte. Qui donc? La trottinette. En moins d'un an, ce nouveau moyen de locomotion a gagné de l'espace sur les trottoirs des grandes capitales et dans les linéaires. A Londres, il s'est vendu 30 000 trottinettes depuis oc-

tobre 1999, et

au Japon, les professionnels

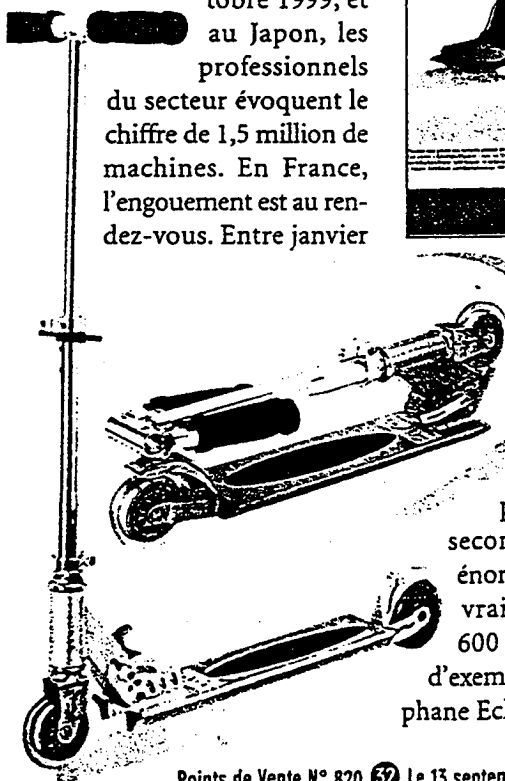
du secteur évoquent le chiffre de 1,5 million de machines. En France, l'engouement est au rendez-vous. Entre janvier



Depuis le 4 septembre dernier et jusqu'au 7 octobre, Monoprix prête pour 24 heures des trottinettes. Un bon moyen d'amorcer des ventes futures.

du marché Roller chez Go Sport. Cadeau de fin d'année oblige! Dans ce contexte, les hypermarchés veulent profiter de l'engouement et cassent le marché.

Le prix de vente de l'entrée de gamme est ainsi passé de 900 à 379 F. Pour répondre aux grandes sur-



et juin, les enseignes de sports en auraient

vendu 50 à 60 000 unités. Et les

perspectives pour le

second semestre sont

énormes: « les ventes de-

vraient osciller entre

600 000 et 1 million

d'exemplaires », prévoit Sté-

phane Echavidre, responsable

faces alimentaires, les spécialistes mettent en place des gammes plus larges avec des machines à trois ou quatre roues conçues pour faire des acrobaties. « Les utilisateurs changent, explique Pascal Echavidre. Nous sommes passés du cadre à l'adolescent sportif. Et cette nouvelle clientèle est le relais de croissance du marché dans les mois à venir ».

Guillaume Fedele

Points de Vente N° 820 52 Le 13 septembre 2000

(Extrait de la revue SPORTéco, *journal indépendant des professionnels sports et loisirs*, du 28 février 2000)



FICHE

- Longueur 105 cm
- Largeur 24 cm
- Hauteur 100 cm
- Poids 16 Kg
- Moteur 24 cm³
- Frein Disque
- Av & Arr
- Cadre Coque auto porteuse en polyester
- Autonomie 1h30
- Vitesse maxi 45 km/h

▲ Il suffit de fréquenter les salons professionnels pour constater que les fabricants de trottinettes (à moteur ou sans) font tout ce qu'il faut pour promouvoir le produit. Le marché serait en plein essor et les deux tiers des pratiquants auraient entre 25 et 45 ans. Le T-Board pèse 16 kg, son cadre est en polyester moulé «absorbant les vibrations et les chocs». Jantes alu de 5 pouces, freins à disque à l'avant et à l'arrière. Moteur Alpina de 24 cm³, permettant d'atteindre une vitesse de 40 à 45 km/h. Le T-Board fonctionne au sans plomb avec mélange.

Document 4**EXTRAIT DU FICHER «CLIENTS FIDELES»****SPORT 2000 SA MORTAGNE****Liste des derniers achats**

Pour :

M. ARTHUR MICHEL

PCS : Cadre commercial

Age : 35 ans

Enfants : /

Adresse principale : 50 rue H. Berlioz – 75007 Paris

Adresse 2 : lieu-dit «loubère» - 61150 Sérans

Date	Ref	Désignation	Qté	Taille	Prix	Marge
16.6.00	001258	POLO CROCODILE LACOSTE	1	4	425,00	157,35
06.5.00	001393	PANTALON SURVT CORPOR.	1	L	229,00	85,73
06.5.00	007167	CASQUETTE PISTOU LACOSTE	1	UNIQ.	325,00	127,73
05.5.00	001258	POLO CROCODILE LACOSTE	1	4	425,00	157,35
22.12.99	004720	PULL MONTREAU LACOSTE	1	9,5	895,00	344,12
11.12.99	001263	POLO M.L. JUKE.BOX LACOSTE	1	5	375,00	136,94

Pour :

Mme MARIE Chantal

PCS : Employée communale

Age : 47 ans

Enfants : /

Adresse principale : 5 rue des tamaris – 61200 Argentan

Adresse 2 :

Date	Ref	Désignation	Qté	Taille	Prix	Marge
16.9.00	009804	SWEAT COL ROND CHAMPION	1	42	159,00	33,94
16.9.00	008616	SWEAT NIKE 71 NIKE	1	L	299	115,68
09.9.00	009804	SWEAT BC MEDIUM CREW ADIDAS	1	42	279,00	111,75
18.12.99	003153	SWEAT 3 STR CREW BLEU NUIT ADIDAS	1	180	295,00	111,75

Pour :

M. et Mme DURAND Pascal

PCS : Commerçant

Age : 39 ans

Enfants : 1 (12 ans)

Adresse principale : Le Bourg – 61200 Mauvaisville

Adresse 2 :

Date	Ref	Désignation	Qté	Taille	Prix	Marge
11.9.00	009359	CH GEL STRATUS ASICS	1	9	499,00	174,02
05.6.00	006008	JUPE MERJUP TBS	1	M	269,00	98,91
29.5.00	007570	SHORT SN005 JR SNAUWAERT	1	12 A	165,00	62,95
19.5.00	003879	PENN ATP TUBE X4 B HEAD	1	UNI	45,00	4,62
19.5.00	004340	RAQ RADICAL JR HEAD	1	12 A	599,00	200,93
06.5.00	005358	CHAUS BASIC HEAD	1	42/46	59,00	21,33
06.5.00	006721	PANTALON VODOO	1	40	329,00	125,48
05.4.00	007194	CH THE HAWK ADIDAS	1	36	279,00	104,61
01.4.00	006349	SURVET NIKE	1	12 A	569,00	64,34

Pour :

M. et Mme LAURENT Didier

PCS : Ouvrier

Age : 32 ans

Enfants : 2 (8 ans et 12 ans)

Adresse principale : 36 rue des écoliers – 61200 Argentan

Adresse 2 :

Date	Ref	Désignation	Qté	Taille	Prix	Marge
25.8.00	005548	CH RIOZAMBA HG JR ADIDAS	1	4,5	199,00	74,35
25.8.00	009348	CH BRASILIA JR KAPPA	1	32	299,00	97,00
25.8.00	006227	CH NEW COMFORT TACCHINI	1	7,5	389,00	143,90
25.8.00	002385	CH CORTEZ II LEAT JR R/L NIKE	1	5	349,00	127,12
25.8.00	009770	SURVT CAT JR PUMA	1	8 ANS	199,00	47,38
25.8.00	008027	MAIL BAIN JR SOFADITEX	1	12 ANS	59,00	21,83
20.7.00	003237	CASQ WASHED FICELLE ADIDAS	1	UNIT.	79,00	31,20
22.5.00	004834	COUPE VENT CLASSICA JR UMBRO	1	8 ANS	175,00	68,02

LA COMMUNICATION

Le savoir-faire n'est rien si on ne le fait pas savoir.
Aussi, chez **SPORT 2000** nous accordons, depuis toujours, une attention toute particulière à la communication.

Avec un souci constant d'optimisation du franc investi, nous renforçons et entretenons en permanence notre capital image de marque et notre notoriété auprès du grand public.



Affiches 4m x 3m, télévision, radio, presse, notre présence au plan national s'appuie sur les plus grands médias.

Au-delà de ces actions qui affirment notre dynamisme et notre volonté de toujours occuper le devant de la scène du sport, nous déclinons des communications pour chaque point de vente. Prospectus personnalisés, matériel d'animation,

affiches promotionnelles, spots sur les radios locales, la Centrale de Services au Réseau **SPORT 2000** permet à chaque adhérent d'être efficace dans son magasin et actif sur sa zone de chalandise.

Communiquer **grand**, communiquer **utile**, communiquer en réalisant des actions en association avec les grandes marques, c'est mettre toutes les chances de notre côté pour nous démarquer de la concurrence.



Depuis 1995, le service minitel 3615 **SPORT 2000** permet de connaître la liste de tous nos magasins et de consulter les résultats sportifs que l'AFP communique en temps réel. Parce que nous connaissons les clubs de sport et voulons être leur partenaire actif, nous leur offrons leur service minitel (présentation des activités, agenda des rencontres, messagerie des membres etc...).



Route d'Ollainville - EGLY

Choix de l'implantation du magasin

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES

Justification du choix :

Implantation de la trottinette

N° Emplacement	AVANTAGES	INCONVENIENTS
1		
2		

Annexe 3 (A rendre avec votre copie)

TYPE	MOBILES	JUSTIFICATION DES MOBILES
Type n° 1 :	Mobile 1 : Mobile 2 :	
Type n° 2 :	Mobile 1 : Mobile 2 :	

Annexe 4 (A rendre avec votre copie)

Calculs commerciaux

PERIODE	PA HT	Coefficient Multiplicateur TTC	PV TTC	Taux de TVA	PV HT	Montant TVA	Taux de marque
Pendant le lancement du produit							
Après la période de lancement							

N.B. : Arrondir tous les résultats à 2 chiffres après la virgule, sauf les prix de vente TTC à arrondir au franc le plus proche.

Prix de vente en euros (arrondir à l'euro le plus proche)

- pendant le lancement du produit : _____

- après la période de lancement : _____



MORTAGNE SA

Rue Pierre Bérégovoy - 61200 ARGENTAN - Tél. 02 33 12 27 90 - Fax 02 33 12 27 91

S.A. au capital de 300.000 F - R.C.S. Argentan B 420 612 178 - SIRET 420 612 178 000 12 - Code APE 524 W

Espace Victor Hugo
12, rue des fleurs
61200 Argentan

Argentan, le 20 novembre 2000

FACTURE N° 00-2442

Référence	Désignation	Quantité	PV unitaire HT	Taux de remise	Montant remise	PV unitaire net HT	Total net HT

TOTAL net H.T.

Montant TVA (19,6 %)

TOTAL TTC Francs

Euros