

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

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

LE CORRIGÉ COMPORTE : 8 pages numérotées de 1 à 8

Page 1	:	Page de garde.
Page 2	:	Barème.
Pages 3 à 4	:	Textes.
Page 5	:	Annexe 1.
Pages 6	:	Texte.
Pages 7 à 8	:	Annexes 2 et 3.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2003
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0306-CO ST A
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
Page 1 sur 8		

Barème

Sujet « Mr BRICOLAGE »

PARTIE I : **21 points**
L'analyse du marché des peintures.

PARTIE II : **27 points**
La gestion de la sous-famille « Peinture Satinée ».

1. ANNEXE .1. **24 Points**

2. **3 Points**

PARTIE III : **19 points**
La mise en place d'une action de promotion.

1. ANNEXE .2. **9 Points**

a) ANNEXE .2.1 *6 pts*

b) ANNEXE .2.2 *1,5 pts*

c) ANNEXE .2.3 *1,5 pts*

2. **10 Points**

PARTIE IV : **13 points**
L'achat d'un nouveau matériel.

1. ANNEXE .3. **12 Points**

2. **1 Point**

TOTAL = 80 Points

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2003
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0306-CO ST A
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
Page 2 sur 8		

PARTIE I :**21 points****L'analyse du marché des peintures****LA NOTE DE SYNTHESE sur le marché des peintures****✓ La forme****6 points**

- Emetteur : X Adjoint chef de rayon 0,5 pt
- Destinataire : Madame Paul chef du rayon Peintures 0,5 pt
- Date 0,5 pt
- Titre : analyse du marché des peintures 0,5 pt
- Signature 0,5 pt
- Respect des parties et conclusion 1,5 pt
- Orthographe, formulation 2 pts

✓ Le contenu**15 points**

- **L'évolution générale du chiffre d'affaires du marché des peintures par rapport à l'année 2000. 1 point**

Le marché des peintures en 2001 a progressé en valeur de 6,2% par rapport à 2000 :

$$((776 - 731) / 731) \times 100 = 6,16\% \quad 1 \text{ pt}$$

- **La place des GSB (Grandes Surfaces du Bricolage) sur ce marché des peintures par rapport aux autres circuits de distribution. 3 points**

- Les GSB avec une PDM de 73,8% sont leaders incontestés sur le marché des peintures, loin devant les magasins traditionnels (14,2% du marché) et les GSA (12% du marché).

$$100 - (73,8 + 14,2) = 12\% \quad 1 \text{ pt}$$

- Les GSB sont également en 2001 le circuit de distribution le plus dynamique avec une croissance de son chiffre d'affaires de 17,5% par rapport à 2000, alors que dans le même temps les magasins traditionnels voient leur CA augmenter de 8,5 % et les GSA enregistrent une diminution de 2,8%.

2 pts

- **Les justifications de l'évolution de la part de marché des GSB par rapport à celle des GSA (Grandes Surfaces Alimentaires). 3 points**

La PDM des GSB progresse plus vite que celle des GSA car :

- Les GSA accordent peu de place dans leurs linéaires aux peintures et leurs linéaires sont peu attractifs. 2 pts

- Les GSB proposent les conseils de professionnels appréciés par les clients, ce que ne font pas les GSA. 1 pt

- **Les tendances générales dans le domaine des couleurs. 1 point**

- Le blanc reste la couleur appréciée par l'immense majorité des consommateurs malgré les efforts des fabricants pour développer les autres couleurs. ½ pt

- Cependant la généralisation des machines à teinter dans les GSB pourrait à terme développer la recherche par les clients de nouvelles couleurs. ½ pt

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2003
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0306-CO ST A
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
Page 3 sur 8		

- **L'évolution détaillée du marché des peintures de finition par rapport à l'année 2000, en termes :** **6 points**
 - **de chiffre d'affaires** **1,5 pts**
Le marché des peintures de finition a faiblement progressé en valeur en 2001, + 4,7% par rapport à 2000, alors que les autres segments du marché ont connu une augmentation plus forte, + 5,7% pour les peintures de décoration, + 9,75% pour les peintures spécialisées.
 $((394,21 - 376,47) / 376,47) \times 100 = 4,71\%$ 1,5 pt
 - **de part de marché** **1,5 pts**
Le marché des peintures de finition est leader des ventes sur le marché global des peintures avec plus de la moitié des ventes en valeur, loin devant les peintures de décoration, 22,9% du marché, et les peintures spécialisées, 18,3% du marché. ½ pt
Toutefois sa PDM a diminué de 0,70 point en passant de 51,50% en 2000 à 50,8% en 2001.
 $(376,47 / 731,00) \times 100 = 51,50\%$ 1 pt
 - **de répartition des ventes** **3 pts**
Dans les ventes des peintures de finition on constate en 2001 que :
 - *Avec une progression de 10,4% de ses ventes en valeur, les acryliques gagnent près de 2,4 points en PDM au détriment des glycéros. Toutefois ces dernières représentent toujours plus de la moitié des ventes avec 53,20% du marché. $((184,49 - 167,15) / 167,15) \times 100 = 10,37\%$ 1 pt*
 - *le satin représente près de la moitié des ventes et connaît une légère progression au détriment du brillant, alors que la part du mat se stabilise. 1 pt*
 - *la marque DULUX VALENTINE reste leader du marché, bien qu'elle connaisse une légère baisse de ses résultats (- 1,10 pts) au profit de RIPOLIN, d'ASTRAL et des autres marques dont les MDD. 1 pt*

Conclusion : **1 point**
Malgré une progression de son chiffre d'affaires en 2001, le marché des peintures de finition est en léger recul sur le marché global des peintures. 1 pt

PARTIE II :

27 points

La gestion de la sous-famille « Peinture Satinée »

1. Cf. ANNEXE .1. 24 Points

La détermination des nouvelles frontales de la sous-famille « Peinture Satinée »

2. 3 Points

Deux conséquences qu'entraînerait la mise en place dans votre rayon des nouvelles frontales proposées

Deux réponses et 1,5 points par réponse :

- *Il faut réimplanter le rayon.*
- *Il faut agrandir le rayon.*
- *L'implantation verticale par marque va être difficile à respecter.*
- *Il n'y aura plus de rupture de stock ni de sur-stockage.*
- *Le chiffre d'affaires devrait augmenter.*

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2003
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0306-CO ST A
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
Page 4 sur 8		

Corrigé ANNEXE 1. 24 Points

La détermination des nouvelles frontales de la sous-famille « Peinture Satinée » Sous-rayon « Peintures de Finition - Magasin « Mr BRICOLAGE »

Marques et Produits	Frontales actuelles *	Ventes annuelles en quantités *	Ventes moyennes mensuelles *	Ventes moyennes journalières *	Capacité linéaire *	Nombre de Jours (ne pas arrondir)	Observation (rupture ou sur-stockage)	Stock minimum *	Stock de sécurité *	Stock optimal *	Nouvelles frontales proposées (arrondir à l'entier supérieur) *
DULUX											
VALENTINE Bacs de 2,5 l	20	6 552	546	21	80	3,80	Rupture à compter du 3 ^{ème} jour	105	21	126	32
RIPOLIN Bacs de 2,5 l	20	5 304	442	17	80	4,70	Rupture le 4 ^{ème} jour	85	17	102	26
<i>Détail des calculs</i>			5 304 / 12	442 / 26	80 / 20 = 4 20 x 4	80 / 17 = 4,7058	délais 5 jours	5 x 17	1 jour de vente = 17	85 + 17	102 / 4 = 25,50
MARQUE DU DISTRIBUTEUR MDD Bacs de 2,5 l	20	4 680	390	15	80	5,33	OK, Mais risque de rupture si ventes inhabituelles	75	15	90	23

* : en nombre de bacs de 2,5 litres

NB : Note divisée par 2 en cas d'absence du détail des calculs

INFORMATIONS :

- 1 mois est égal à 26 jours
- Livraisons tous les 5 jours
- Nombre de jours : Nombre de jours de vente couverts par la capacité linéaire.
- Stock minimum : Quantité de produits qui doit permettre de faire face aux ventes pendant le délai de livraison.
- Stock de sécurité = 1 jour de vente.
- Stock optimal = Stock minimum + stock de sécurité.

PARTIE III :**19 points****La mise en place d'une action de promotion.****1. Cf. ANNEXE .2. 9 Points****La préparation de cette mise en avant.****2. 10 Points****La lettre du publipostage qui sera adressée, dans le cadre de cette action, à la clientèle professionnelle du magasin.*****Lettre structurée avec des paragraphes aérés en respectant la règle AIDA***

- **Attirer l'attention :** **3 pts**
 - *L'accroche en relation avec la clientèle professionnelle* **2 pts**
 - *Date de la promotion* **1/2 pt**
 - *Cher client* **1/2 pt**
- **Susciter l'intérêt :** **1,5 pts**
 - *Présentation de l'offre : la réduction de 30% du prix de vente sur la gamme des produits RIPOLIN PRO PEINTURE* **1,5 pts**
- **Provoquer le désir :** **1,5 pts**
 - *Présentation de la remise de 10% sur la gamme RIPOLIN PRO ACC si achat d'un montant supérieur à 500 € HT.* **1,5 pts**
- **Inciter à l'action :** **2 pts**
 - *Présentation des modalités : Offre limitée aux professionnels sur présentation...* **1 pt**
 - *PS avec rappel d'un avantage* **1 pt**
- **Signature du directeur avec nom et fonction** **1/2 pt**
- **Orthographe, syntaxe et soin** **1,5 pts**

PARTIE IV :**13 points****L'achat d'un nouveau matériel****1. Cf. ANNEXE .3. 12 Points****2. 1 Point****Deux avantages que représente la signature du contrat d'entretien pour le magasin, avec la société COLLOMIX.*****Deux réponses et 1/2 point par réponse :***

- *Assurance d'un suivi de la machine à teinter par du personnel performant.*
- *Prolongation de la durée de vie de l'investissement.*
- *Peu ou pas d'immobilisation de l'appareil en cas de panne et continuité du service à la clientèle.*

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2003
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	0306-CO ST A
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1	Durée : 3 heures	
Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente		CORRIGÉ
Page 6 sur 8		

Corrigé ANNEXE .2. 9 Points

Les propositions relatives à la mise en avant des produits

1. Les emplacements proposés 6 Pts

Conditionnements	Numéro de l'emplacement choisi (document 3)	Justifications de votre choix
Pots de 0,5 litre	2	Sur les étagères niveau 3 et 4 (niveaux supérieurs) d'une tête de gondole située dans le rayon Peintures. Il faut situer ces produits de l'assortiment en TG et à proximité du sous-rayon. 2 Pts
Bacs de 2,5 litres	2 ou 1	Sur les étagères 1 et 2 (niveaux inférieurs) d'une tête de gondole. Il faut situer les conditionnements plus pondéreux sur les étagères les plus basses, au-dessous des même références en 0,5 l. Produits d'appel à l'entrée du magasin, en zone promotionnelle. 2 Pts
Bacs de 10 litres	1	Dans la zone promotionnelle devant les caisses, sur les palettes. Il faut situer les plus gros conditionnements en zone promotionnelle, sans les déposer pour éviter la manutention et l'encombrement du rayon. 2 Pts

Accepter toute proposition cohérente

2. Les supports de PLV proposés : 1,5 Pts

Trois réponses et ½ pt par réponse :

- Les catalogues « les journées de la maison » sur présentoirs à l'accueil du magasin.
- Les pancartes, reprenant le titre de la promo, suspendues au plafond, dans les allées du magasin avec des fiches techniques sur présentoirs (ILV).
- Les affiches prix au-dessus des têtes de gondole.
- Les badges pour chaque vendeur, avec leur prénom et le titre de la promo...

Accepter toute proposition cohérente.

3. Les animations proposées : 1,5 Pts

Trois réponses et ½ pt par réponse :

- Annonces micro avec rappel, tout les ¼ heures du titre de la promotion et d'un article en promotion avec son prix de vente TTC.
- Démonstration sur panneaux de contre-plaqué et impression des différentes références en promotion.
- Vente à l'américaine pour les références en sur-stock vers la fin de la période de promotion.

Accepter toute proposition cohérente.

Corrigé ANNEXE .3. 12 Points

Le tableau d'amortissement de la machine à teinter

Désignation : *Mélangeur professionnel COLLOMAT BLAX 20* ½ pt
 Date de mise en service : *01/07/2003* ½ pt
 Mode d'amortissement : *LINEAIRE sur 5 ans* ½ pt
 Taux d'amortissement : *20 %* 1,5 pts
 coût d'acquisition total : *32 500 € (30 000 + 2 500)* 1 pt

Année	Valeur à amortir en €	Annuité d'amortissement en €	Amortissements cumulés en €	Valeur Nette Comptable en €
2003	32 500 <i>½ pt</i>	3 250 <i>½ pt</i>	3 250 <i>½ pt</i>	29 250 <i>½ pt</i>
2004	32 500 <i>¼ pt</i>	6 500 <i>¼ pt</i>	9 750 <i>¼ pt</i>	22 750 <i>¼ pt</i>
2005	32 500 <i>¼ pt</i>	6 500 <i>¼ pt</i>	16 250 <i>¼ pt</i>	16 250 <i>¼ pt</i>
2006	32 500 <i>¼ pt</i>	6 500 <i>¼ pt</i>	22 750 <i>¼ pt</i>	9 750 <i>¼ pt</i>
2007	32 500 <i>¼ pt</i>	6 500 <i>¼ pt</i>	29 250 <i>¼ pt</i>	3 250 <i>¼ pt</i>
2008	32 500 <i>½ pt</i>	3 250 <i>½ pt</i>	32 500 <i>½ pt</i>	0 <i>½ pt</i>
	2 pts	2 pts	2 pts	2 pts

✓ **Détails du calcul de l'annuité d'amortissement :**

▪ **Pour l'année 2003 :**

Annuité totale : 32 500 x 0,20 = 6 500 €
Pour 2003 du 01/07 au 31/12/2003 soit 6 mois :
6 500 / 2 = 3 250 € ou (6 500 / 12) x 6

▪ **Pour l'année 2004 :**

Annuité totale : 32 500 x 0,20 = 6 500 € pour 12 mois (année complète)

NB : Note divisée par 2 en cas d'absence des détails des calculs