

# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

## SPÉCIALITÉ COMMERCE

**E2**

### **ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE**

Le dossier comporte 18 pages numérotées 1/18 à 18/18.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Les candidats répondent sur les documents fournis dans le sujet et sur leur copie.

Les annexes sont à rendre à la fin de l'épreuve agrafées dans la copie anonymée.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

**Calculatrice autorisée, BO 42 du 25/11/99 - circulaire n° 99-186 du 16/11/99 :**

« 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, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits ».

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

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 1 sur 18



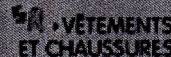
• JARDIN



• POTAGER



• ANIMAUX



• VÊTEMENTS  
ET CHAUSSURES



• TERROIR

Une conjoncture économique difficile et des mauvaises conditions météorologiques au printemps 2013 et en été 2014 font que le marché du jardinage peine à se maintenir cette année avec 7,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Malgré ce contexte, l'enseigne Gamm Vert, avec ses 1 020 magasins, connaît une croissance de 5 % et a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires de 1,16 milliard d'euros (*Source : Capital-09/05/2014*). En effet, grâce à une offre plus complète que ses concurrents et à un positionnement clairement affiché comme « le spécialiste du potager », l'enseigne s'impose sur cette niche et s'affirme même comme « le numéro un français avec 16,5 % de parts de marché ». (*Source Les Échos du 05/03/2014*).

Vous venez d'être embauché(e) au sein du magasin Gamm Vert situé à Saint-Claude, petite ville du Jura. D'une superficie de 2 500m<sup>2</sup>, il dispose d'une zone de chalandise qui compte environ 30 000 habitants.

Le directeur du magasin, Monsieur Martin, vous confie plusieurs missions pour vérifier que son magasin reste compétitif et attractif sur le marché toujours plus exigeant et concurrentiel qu'est la jardinerie.

Il vous demande dans un premier temps, d'analyser les résultats de son magasin et d'analyser les performances du linéaire « Engrais ».

Puis, vous rencontrez Monsieur Thomas, chef du rayon « Aménagement extérieur » qui vous fait participer au référencement d'un nouveau salon de jardin en bois au sein du magasin.

Enfin vous êtes sensibilisé(e) à la fidélisation de la clientèle en étudiant l'opportunité de mise en place d'un nouveau service d'achat en ligne suivi d'un retrait en magasin.

**PARTIE 1 : L'analyse et le suivi des ventes du magasin Gamm Vert de Saint-Claude (23 points)**

**PARTIE 2 : L'étude des performances du rayon « Engrais » (18 points)**

**PARTIE 3 : Le référencement d'un nouveau produit (17,5 points)**

**PARTIE 4 : La contribution à la fidélisation de la clientèle (21,5 points)**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2		Page 2 sur 18

### Liste des documents

Document 1	Indicateurs de gestion : résultats annuels moyens comparés magasins Gamm Vert du Jura et de Saint-Claude	Page 8/18
Document 2	Plan d'implantation du rayon « engrais »	Page 9/18
Document 3	Fiche technique du salon de jardin Teck Hampton	Page 10/18
Document 4	Relevé prix de vente TTC concurrence	Page 10/18
Document 5	Enquête « Achat en ligne, retrait en magasin »	Pages 11 et 12/18

### Liste des annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe 1	Comparatif du magasin de Saint-Claude avec les autres magasins Gamm Vert du Jura (année 2014)	Page 13/18
Annexe 2	Analyse des résultats du magasin de Saint-Claude (années 2013 et 2014)	Page 14/18
Annexe 3	Analyse par la méthode des 20/80 des données chiffrées des rayons du magasin Gamm Vert de Saint-Claude	Page 15/18
Annexe 4	Justification des calculs et commentaires pour le rayon « végétaux »	Page 16/18
Annexe 5	Linéaire attribué aux différents types d'engrais	Page 16/18
Annexe 6	Performances des familles d'engrais et attribution des nouveaux linéaires	Page 17/18
Annexe 7	Prix de vente de la table, de la chaise et de l'ensemble du salon de jardin Hampton	Page 18/18
Annexe 8	Nouveau prix de vente TTC du salon de jardin Teck Hampton	Page 18/18

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 3 sur 18	

# PARTIE 1

## L'ANALYSE ET LE SUIVI DES VENTES DU MAGASIN GAMM VERT DE SAINT-CLAUDE

Le magasin Gamm Vert de Saint-Claude cherche à améliorer son offre pour toucher une clientèle de plus en plus large et ainsi augmenter ses performances commerciales. Des aménagements nouveaux de la part des concurrents, plus ou moins directs aux alentours, poussent le magasin à être plus offensif sur le marché. Dans ce contexte, Monsieur Martin, le directeur du magasin de Saint-Claude, vous demande de faire le point sur l'activité du magasin et d'analyser les différentes données transmises par le siège (document 1) afin de positionner le magasin par rapport aux autres Gamm Vert du Jura et de vérifier si la politique offensive qu'il a menée a donné les résultats attendus.

### TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 1** et de vos connaissances :

**1.1** Comparez les chiffres du magasin de Saint-Claude avec les résultats annuels moyens des autres magasins du Jura. Justifiez vos calculs.

**1.2** Commentez vos résultats.

Complétez l'**annexe 1** (à rendre avec votre copie).

**1.3** Analysez les performances commerciales de l'année 2014 du magasin de Saint-Claude et comparez-les avec les chiffres de l'année 2013 que vous a transmis Monsieur Martin.

**1.4** Justifiez vos calculs pour les cases indiquées.

**1.5** Commentez vos résultats.

Complétez l'**annexe 2** (à rendre avec votre copie).

L'attractivité du magasin repose, entre autres, sur une offre plus complète que celle de ses concurrents. Afin d'avoir un suivi plus particulier des familles qui génèrent un chiffre d'affaires important, Monsieur Martin, vous demande d'analyser la contribution des différents rayons au résultat du magasin.

### TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 1** et de vos connaissances :

**1.6** Calculez, en utilisant la méthode des 20/80, le poids en références et en chiffre d'affaires des différentes familles de produits du magasin.

**1.7** Justifiez vos résultats pour le rayon végétaux.

Complétez les **annexes 3 et 4** (à rendre avec votre copie).

**1.8** Interprétez les résultats obtenus (trois éléments de réponse au moins sont attendus) en termes de gestion des stocks et d'amélioration de l'assortiment du magasin.

Répondez **sur votre copie**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 4 sur 18	

## PARTIE 2

### L'ÉTUDE DES PERFORMANCES DU RAYON « ENGRAIS »

Vous intégrez le rayon « jardinage », sous la responsabilité de Monsieur Porteret, responsable du rayon. L'implantation des rayons et des produits dans un magasin respecte des règles précises de merchandising pour obtenir le meilleur rendement au mètre carré. Le responsable du rayon vous demande d'étudier le linéaire des engrais. Il vous remet le plan d'implantation fourni par le siège (document 2).

#### TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 2** et de vos connaissances :

**2.1** Relevez pour chaque famille du rayon « engrais », le linéaire au sol, puis calculez le linéaire développé attribué.

Justifiez vos calculs pour chaque linéaire attribué.

Complétez l'**annexe 5** (à rendre avec votre copie).

Monsieur Porteret souhaite que vous vérifiiez si la place occupée en linéaire par chaque gamme de produits correspond non seulement à ses ventes mais aussi à la marge dégagée au sein du rayon.

#### TRAVAIL À FAIRE :

À partir des résultats précédents :

**2.2** Reportez le linéaire développé.

**2.3** Calculez la part de chiffre d'affaires, de marge et de linéaire attribué pour chaque gamme de produits du rayon engrais.

**2.4** Calculez l'indice de sensibilité au chiffre d'affaires et à la marge puis l'indice de sensibilité moyen pour chaque famille de produits.

**2.5** Étudiez la performance de chacune des familles d'engrais et indiquez votre décision d'augmenter ou de diminuer leur part de linéaire.

Justifiez votre choix.

**2.6** Calculez le nouveau linéaire pour chaque famille de produits.

Complétez l'**annexe 6** (à rendre avec votre copie).

Justifiez **sur votre copie**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 5 sur 18	

## PARTIE 3

### LE RÉFÉRENCIEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT

En perspective de l'été, Monsieur Porteret, chef du rayon « jardinage » s'intéresse plus particulièrement au mobilier d'extérieur. Il souhaite proposer un nouveau salon de jardin, plus conforme aux tendances actuelles.

À la suite des remarques de ses clients et de l'étude de l'offre de ses concurrents locaux, il contacte la centrale d'achat. Son choix se porte sur un salon de jardin en teck, composé d'une table et de six chaises : le modèle Hampton. L'enseigne Gamm Vert pratique une politique d'alignement des prix sur les offres les plus basses de ses concurrents. Monsieur Porteret vous demande de déterminer le meilleur prix de vente TTC pour l'ensemble de jardin.

A cet effet, il vous transmet la fiche technique du produit et les prix d'achat (document 3) ainsi que le relevé prix de la concurrence (document 4).

#### TRAVAIL À FAIRE :

À partir des documents **3 et 4** et de vos connaissances :

**3.1** Calculez, pour chaque élément et pour l'ensemble salon, le prix de vente TTC.

**3.2** Détaillez les calculs selon les indications.

Complétez l'**annexe 7** (à rendre avec votre copie).

Afin de rester compétitif sur ce produit moyenne gamme, Monsieur Porteret vous demande d'exploiter le relevé de prix afin de déterminer le prix de vente TTC que vous afficherez en magasin, tout en respectant la réglementation.

**3.3** Proposez le nouveau prix de vente TTC que vous avez retenu pour l'ensemble du salon (table + chaises), compte tenu de la politique tarifaire de l'enseigne.

**3.4** Calculez le nouveau taux de marque.

Complétez l'**annexe 8** (à rendre avec votre copie).

**3.5** Justifiez votre choix.

Répondez **sur votre copie**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 6 sur 18	

## PARTIE 4

### LA CONTRIBUTION À LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

Monsieur Martin souhaite fidéliser ses clients en les accompagnant tout au long de leur processus d'achat y compris ceux effectués sur internet. Il cherche, ainsi, à multiplier les occasions de rencontres et à générer du trafic en magasin. Il s'interroge sur l'opportunité de mettre en place un nouveau service lié aux achats sur internet : « le retrait en magasin ». Ce service est d'ores et déjà proposé par ses trois concurrents.

Monsieur Martin a fait une recherche et vous remet un document sur l'achat en ligne et le retrait en magasin (document 5).

#### TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 5** et de vos connaissances :

- 4.1** Identifier les motivations du client et ses attentes pour l'achat en ligne et le retrait en magasin.

Huit éléments de réponses sont attendus sur l'ensemble de la question.

Vous présenterez votre réponse sous forme d'un tableau.

Répondez sur **vosre copie**.

- 4.2** Identifier cinq avantages et trois contraintes pour le magasin si monsieur Martin décide de mettre en place ce nouveau service pour le magasin.

Vous présenterez votre réponse sous forme de tableau.

Répondez sur **vosre copie**.

- 4.3** Indiquer en quoi ce nouveau service va permettre d'accroître la fidélisation et la satisfaction des clients.

Deux éléments de réponses doivent être présentés et argumentés.

Répondez sur **vosre copie**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 7 sur 18	

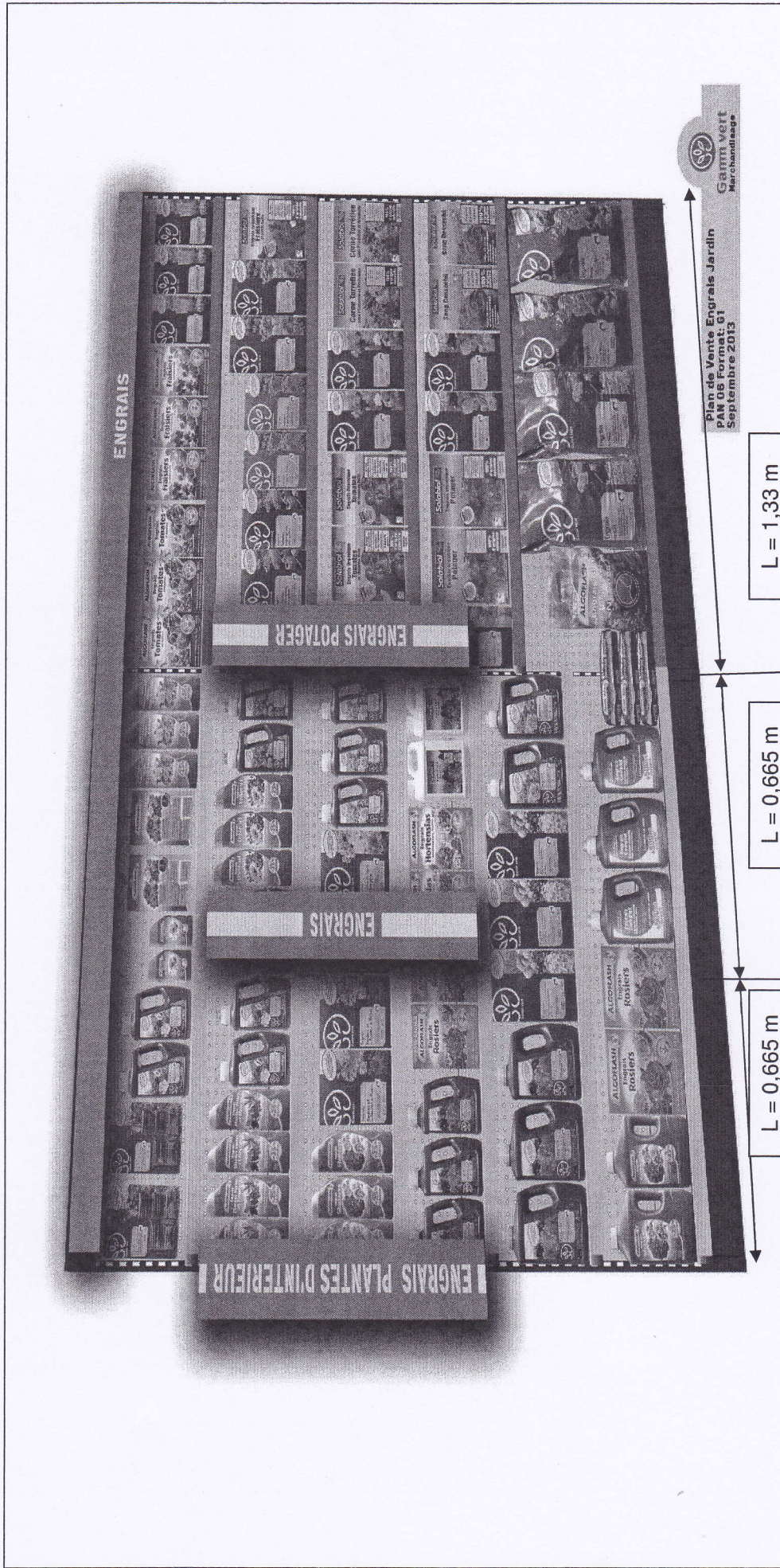
**DOCUMENT 1 : Indicateurs de gestion : résultats annuels moyens comparés magasins Gamm Vert du Jura et de Saint-Claude.**

	<b>Résultats annuels moyens Gamm Vert Jura Année 2014</b>	<b>Saint-Claude Année 2014</b>
<b>Surface de vente (en m<sup>2</sup>)</b>	3 025	2 500
<b>Nombre d'entrées dans le magasin</b>	105 003	86 980
<b>Nombre de tickets de caisse</b>	98 501	84 669
<b>Nombre d'articles</b>	142 343	133 902
<b>Chiffre d'affaires (en €)</b>	3 312 500	2 990 632

<b>EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>		<b>SESSION 2015</b>
<b>SPÉCIALITÉ : COMMERCE</b>	<b>Coefficient : 4</b>	
<b>ÉPREUVE E2 :</b>	<b>Durée : 3 heures</b>	
<b>Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale</b>	<b>SUJET</b>	
<b>Repère de l'épreuve : 1506 CO 2</b>	<b>Page 8 sur 18</b>	



**DOCUMENT 2 : Plan d'implantation du rayon « engrais ».**



EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 9 sur 18

**DOCUMENT 3 : Fiche technique du salon de jardin Teck Hampton.**

**SALON DE JARDIN : TABLE OVALE HAMPTON 160/220 CM BOIS + 6 CHAISES**

Cette table en teck sobre et esthétique allie confort et convivialité.



Grâce à son allonge papillon et avec 6 chaises en teck, vous pourrez profiter de longs moments de convivialité entre amis ou en famille.

Avantages produits :

- Le teck est un bois précieux et imputrescible.
- Ce bois est très résistant en extérieur.



Composition du salon :

- 6 chaises pliantes Hampton en teck
- 1 table ovale Hampton 160/220 X 100 cm à allonge papillon en teck

Caractéristiques : Garantie 2 ans, matériau teck, nombre de places 6, poids 47 kg.

Photo du produit	Référence	Désignation	P.A. HT	Taux de marque	Taux de marge	Taux de TVA
	ATE-00502	Table Hampton	68 €	45 %	/	20 %
	BTE-00501	Chaise Hampton	22 €	/	80 %	20 %

**DOCUMENT 4 : Relevé prix de vente TTC concurrence.**

SALON HAMPTON : KTE-00579			
	420.00 € TTC	368.90 € TTC	235.90 € TTC

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 10 sur 18

DOCUMENT 5 : Enquête « Achat en ligne, retrait en magasin ».

# ACHAT EN LIGNE & RETRAIT EN MAGASIN

Comportements et attitudes des consommateurs français EN 2014

**LE CHOIX DU RETRAIT EN MAGASIN**

**1 ACHETEUR EN LIGNE SUR 2**  
A DÉJÀ RETIRÉ UNE COMMANDE INTERNET DANS LE MAGASIN DE L'ENSEIGNE

**53%** LE FONT RÉGULIÈREMENT

**15%** SE SERAIENT PORTÉS VERS UNE AUTRE ENSEIGNE SI LE RETRAIT EN MAGASIN N'ÉTAIT PAS PROPOSÉ PARMI LES CHOIX DE LIVRAISON

L'achat en ligne avec retrait en magasin pourrait être un véritable atout pour les enseignes de détail françaises puisque les consommateurs semblent en être friands.

Confiance et rapidité

Les utilisateurs achètent en priorité des vêtements (55 %), des produits culturels (45 %) et de la high-tech (42 %). Principale motivation pour utiliser le click & collect ? Le coût. 47 % avouent que c'était le seul mode de livraison gratuit proposé et pour 38 % c'était le moins cher. Mais les clients sont aussi séduits par la certitude de récupérer leurs colis (39 %) et par la rapidité du service (29 %).

Un impact sur le chiffre d'affaires

**LORS DU RETRAIT EN MAGASIN**

**62%** ONT VISITÉ LE MAGASIN, REGARDÉ LES RAYONS

**26%** ONT ACHETÉ D'AUTRES ARTICLES DANS CE MAGASIN

**CES CLIENTS ONT DÉPENSÉ +45%**  
SUR LA VALEUR DE LEUR COMMANDE EN LIGNE, AUGMENTANT AINSI LEUR PANIER MOYEN

**≠ DE 105,4+ À 153€**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 11 sur 18

L'étude considère que 10 % du CA est imputable à ce service, avec ou sans achats additionnels.

Par ailleurs, ce système permet de fidéliser davantage les clients : 8 % ont souscrit à un programme de fidélité, 20 % ont pris le temps de se documenter sur les catalogues et 29 % ont profité de leur visite en boutique pour demander conseil à un vendeur concernant l'article qu'ils venaient d'acheter.

L'étude met en garde les enseignes puisqu'elle dévoile que 15% des clients risqueraient de se tourner vers une autre enseigne si le site ne comportait pas cette possibilité de retrait en magasin.

Critiques :

Si les consommateurs semblent satisfaits de ce mode d'achat (colis en bon état, plages horaires suffisantes ...), plusieurs points sont montrés du doigt. Et le temps d'attente lors du retrait du colis arrive en première position. 30 % estiment attendre plus de 10 minutes et 10 % plus de 15 minutes. Les répondants à l'étude estiment que le temps de retrait du colis devrait se faire en moins d'une minute (28 %) et que les files d'attente devraient disparaître (54 %). Ils souhaiteraient également pouvoir récupérer leurs paquets une heure seulement après avoir passé commande. 61 % d'entre eux souhaitent recevoir, par SMS ou courrier électronique, une alerte au moment de la disponibilité du produit.

La possibilité de retourner le produit directement dans le point de vente, 64 % des sondés jugent ce service très utile. Tout comme pour le retrait, les clients veulent pouvoir faire un retour de leur produit en moins d'une minute.

*Étude réalisée par NextContent pour Neopost ID au cours du mois de septembre 2014, auprès de 1 213 personnes internautes représentatives de la population connectée, de par le sexe, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle et réalisant des achats de marchandises sur Internet (au moins une expérience d'achat au cours des deux dernières années).*

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 12 sur 18

**ANNEXE 1 (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Comparatif du magasin de Saint-Claude avec les autres magasins Gamm Vert du Jura (année 2014).**

	Résultats annuels moyens Gamm Vert Jura	Gamm Vert St-Claude	Comparaison en valeur
Surface de vente en m <sup>2</sup>			
Chiffre d'affaires en €			
Rentabilité au m <sup>2</sup>			

**Arrondir à deux chiffres après la virgule**

**Détail des calculs pour la rentabilité au m<sup>2</sup> :**

Rentabilité au m<sup>2</sup> pour le magasin Gamm Vert Saint-Claude :

**Commentaires :**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 13 sur 18

**ANNEXE 2 (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Analyse des résultats du magasin de Saint-Claude (années 2013 et 2014).**

	Résultats année 2013	Résultats année 2014	Taux d'évolution
Nombre d'entrées dans le magasin	85 604		(a)
Nombre de tickets de caisse	82 431		
Nombre d'articles	132 973		
Chiffre d'affaires (en €)	2 875 833		
	<b>Panier moyen</b>		
	Année 2013	Année 2014	
En valeur	(b)		
En quantité		(c)	
Taux de transformation		(d)	

**Arrondir à deux chiffres après la virgule**

**Détail des calculs pour les cases indiquées :**

a – Taux d'évolution du nombre d'entrées dans le magasin :

b – Panier moyen en valeur année 2013 :

c – Panier moyen en quantité année 2014 :

d – Taux de transformation année 2014 :

**Commentaire :**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 14 sur 18

**ANNEXE 3 (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Analyse par la méthode des 20/80 des données chiffrées des rayons du magasin Gamm Vert Saint-Claude.**

Rayon	Nombre de références magasin en 2014	Références en magasin en %	Pourcentage cumulé croissant des références en magasin	Classement décroissant du CA réalisé en € en 2014	CA 2014 en %	Pourcentage cumulé croissant du CA
Jardinage	400			813 452		
Végétaux	400			768 592		
Alimentation animale	400			472 520		
Élevage	400			337 942		
Vêtements/Chaussants	1 200			218 316		
Aménagement extérieur	400			143 550		
Ménager	800			98 691		
Produits du terroir	1 600			80 747		
Loisirs, divers	400			32 897		
Bricolage	2 000			23 925		
<b>TOTAL</b>						

**Arrondir à deux chiffres après la virgule**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 15 sur 18

**ANNEXE 4 (à compléter et à remettre avec la copie)**  
**Justification des calculs et commentaires pour le rayon « végétaux ».**

Justification des calculs pour le rayon « végétaux »	Détail du calcul
Références en magasin en %	
Pourcentage cumulé croissant des références en magasin	
Pourcentage du chiffre d'affaires	
Pourcentage cumulé croissant du CA	
Commentaires :	

**ANNEXE 5 (à compléter et à remettre avec la copie)**  
**Linéaire attribué aux différents types d'engrais.**

ENGRAIS	CA HT	Linéaire au sol*	Linéaire développé attribué (mld)**
Engrais plantes d'intérieur	2 900		a
Engrais extérieur (gazon, fleurs)	7 100		b
Engrais potager	23 200		c
<b>TOTAL</b>	<b>33 200</b>		

\* Arrondir à trois chiffres après la virgule \*\* Arrondir à deux chiffres après la virgule  
 Calculs pour le linéaire développé attribué :

a –

b –

c –

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2		Page 16 sur 18



**ANNEXE 6 (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Performance des familles d'engrais et attribution des nouveaux linéaires.**

ENGRAIS	CA HT	CA en %*	Linéaire développé (en mld)	Linéaire développé en %*	Marge	Marge en %*	Indice de sensibilité au chiffre d'affaires**	Indice de sensibilité à la marge**	Indice de sensibilité moyen**	Constat ↗ ou ↘	Dimension du nouveau linéaire*
Engrais plantes d'intérieur	2 900				1 394						
Engrais extérieur (gazon, fleurs)	7 100				2 490						
Engrais potager	23 200				9 280						
TOTAL	33 200				13164						

\* **Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule**

\*\* **Arrondir à trois chiffres après la virgule**

**Justifier vos calculs pour la famille « Engrais plantes d'intérieur »**

**Indice de sensibilité au chiffre d'affaires**

**Indice de sensibilité à la marge**




**Indice de sensibilité moyen**

**Dimension du nouveau linéaire**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2015
SPECIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2	Page 17 sur 18

**ANNEXE 7 (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Prix de vente de la table, de la chaise et du salon de jardin Teck Hampton.**

Photo du produit Référence	PA HT	Montant Marge**	PV HT**	Montant TVA**	PV TTC*	CM***
 Table : ATE-00502	68 €					
 Chaise : BTE-00501	22 €					
 Salon : KTE-00579						

\* Arrondir à un chiffre après la virgule    \*\*Arrondir à deux chiffres après la virgule

\*\*\* Arrondir à trois chiffres après la virgule

**Détail des calculs**

Pour la référence ATE-00502

- Prix de Vente Hors Taxe =

Pour la référence BTE-00501

- Montant de la Marge =

Pour la référence KTE-00579 :

- PAHT pour le salon =
- Montant de TVA =
- Prix de Vente Toutes Taxes Comprises =
- Coefficient Multiplicateur =

**ANNEXE 8 : (à compléter et à remettre avec la copie)**

**Nouveau prix de vente TTC du salon de jardin Teck Hampton.**

PV TTC initial	PV TTC aligné	PVHT aligné	PAHT	Nouvelle Marge	Nouveau taux de marque

Arrondir à deux chiffres après la virgule

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2015
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1506 CO 2		Page 18 sur 18