

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

SESSION 2020

ÉPREUVE E2

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

CORRIGÉ

Le corrigé comporte 11 pages numérotées de 1/11 à 11/11.

MISSION 1 : 20 points

MISSION 2 : 17 points

MISSION 3 : 22 points

MISSION 4 : 21 points

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	CORRIGÉ
	Page 1 sur 11

BARÈME

MISSION 1 : MESURER L'ATTRACTIVITÉ DE L'UNITE COMMERCIALE	
1.1 ANNEXE 1	6 points
1.2 ANNEXE 2	6 points
1.3 COPIE	5 points
1.4 COPIE	3 points
Total partie 1	20 points
MISSION 2 : RÉFÉRENCER UN NOUVEAU PRODUIT	
2.1 ANNEXE 3	9 points
2.2 ANNEXE 4	6 points
2.3 COPIE	2 points
Total partie 2	17 points
MISSION 3 : ANALYSER LA PERFORMANCE DU LINEAIRE	
3.1 ANNEXE 5	6,5 points
3.2 ANNEXE 6	9 points
3.3 COPIE	4,5 points
3.4 ANNEXE 6	2 points
Total partie 3	22 points
MISSION 4 : CONTRIBUER À LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE	
4.1 ANNEXE 7	4 points
4.2 ANNEXE 7	4 points
4.3 COPIE	7 points
4.4 COPIE	6 points
Total partie 4	21 points
TOTAL DE L'ÉPREUVE	80 points

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 2 sur 11

MISSION 1

20 points

1.1 Annexe 1 : Analyse de la zone de chalandise (à remettre avec la copie)
1 point par ligne = 6 points (0,5 pour le calcul + 0,5 pour le résultat)

Caractéristiques de la zone	Détail du calcul	Résultat
Nombre total d'habitants de la zone de chalandise	18 179 + 5 372 + 10 895 + 15 230 + 14 127 + 6 874 + 10 249	80 926
Nombre de ménages de la zone de chalandise	80 926 / 2,5	32 370
Dépenses secteur senteur par ménage en €	23 580 X 0,5 / 100	117,90
Dépenses secteur senteur réalisées en dehors de la zone par ménage en €	117,90 X 44/100	51,88
Dépenses secteur senteur réalisées dans la zone par ménage en €	117,90 X 56/100 OU 117,90 – 51,88	66,02
Chiffre d'affaires secteur senteur potentiel de la zone de chalandise en €	66,02 X 32 370	2 137 067,40

* Arrondir à l'entier inférieur.

** Arrondir à deux chiffres après la virgule.

1.2 Annexe 2 : 6 points Contribution et évolution des chiffres d'affaires des familles de l'univers « senteur » dans le magasin (à remettre avec la copie)
0,5 pt par calcul X 11 = 5,5 points

Familles	CA 2018 en €	CA 2019 en €	Part du CA réalisé en 2019 par univers (en %)*	Taux d'évolution (en %)*
Parfums d'ambiance	1 808,76	1 412,46	11,59	- 21,91
Bougies parfumées	3 348,83	6 503,23	53,38	+ 94,19
Diffuseurs de parfum	870,07	1 081,69	8,88	+ 24,32
Sachets parfumés	4 719,49	3 185,93	26,15	- 32,49
TOTAL	10 747,15	12 183,31		+ 13,36

*Arrondir à **2 chiffres** après la virgule

Détail des calculs : 0,25 pt X 2 = 0,5 pt

Part du CA réalisé par l'univers Parfum d'ambiance :
(1412,46 / 12183,31) X100 = 11,59
Taux d'évolution pour l'univers parfum d'ambiance :
(1 412,46 – 1 808,76) / 1 808,76 X 100 = - 21,91

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 3 sur 11

- 1.3 Commenter la part des chiffres d'affaires des familles de l'univers « senteur » et leur évolution, à l'aide des résultats obtenus.

5 points : (8 éléments x 0.5 point) + 1 point

L'évolution générale du CA du magasin est positive (+13,36 %) **(1 point)**

Les familles en progression :

- ✓ La famille des bougies représente la part la plus importante du CA (53,38 %) **(1 élément)** et continue à progresser de manière très significative (+94,19 %) **(1 élément)**
- ✓ La famille des diffuseurs de parfum connaît une forte évolution en 2019 (24,32 %) **(1 élément)** malgré la faible part de CA (8,8 %) **(1 élément)**

Les familles en régression :

- ✓ Les parfums d'ambiance connaissent une forte baisse entre 2018 et 2019 (- 21,91 %) **(1 élément)** et occupent une faible part du CA (11,59 %) **(1 élément)**
- ✓ Les sachets parfumés accusent une forte baisse en 2019 **(1 élément)** (- 32,49 %) mais restent importants avec ¼ du CA total soit (26,15 %) **(1 élément)**

Accepter toute réponse cohérente

Enlever 1 point en cas d'absence d'éléments chiffrés

- 1.4 Indiquer à Mme Rémy pourquoi son choix de développer la famille des diffuseurs de parfum est pertinent. Justifier la réponse. **3 points**

Le choix de Mme Rémy est pertinent car

- le marché des diffuseurs est en pleine expansion. (1 point)
- les diffuseurs connaissent une hausse importante du CA de 24.32 %.(1 pt),
- Il y a une forte demande de produit innovant, raffiné et technologie (1 pt), objet artistique, évolution importante vers les produits de luxe et de créateurs

Accepter toute réponse cohérente

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 4 sur 11

2.1 et 2.2 Annexe 3 (à remettre avec la copie) Prix de vente du diffuseur de parfum

Haut-parleur Bluetooth George

9 POINTS

7.5 points : (15 éléments x 0.5 point)

Produit	PA HT (en €)	Taux de marque (en %)	Taux de marge (en %)	Montant de la marge (en €)**	PV HT (en €)**	Montant TVA (en €)**	PV TTC (en €) **	CM***
 GEO-R-003	58,70	(1) 45,40		48,80	107,50	(2) 21,50	129,00	2,198
 GEO-B-002	65,10		77,93	(3) 50,73	115,83	23,17	(4) 139,00	2,135
 GEO-N-001	60,00	48,20		55,83	(5) 115,83	23,17	139,00	(6) 2,317

Taux de TVA appliqué : 20%

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

Détail des calculs : 0,25 par calcul soit 1,5 points

Prendre en compte la cohérence du candidat et accepter un détail juste pour un résultat erroné. Ne pas accepter les formules seules ou les résultats seuls.

- (1) Taux de marque : $48,80 / 107,50 \times 100$
 (2) Montant de la TVA : $107,50 \times 20/100$
 (3) Montant de la marge : $115,83 - 65,10$
 (4) PV TTC : $115,83 + 23,17$ (ou $115,83 \times 1,2$)
 (5) PV HT : $PAHT / (1 - \text{taux de marque}) = 60 / (1 - 0,4820)$
 (6) CM : $139/60$

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 5 sur 11

2.3. Annexe 4 Nouveau taux de marque des diffuseurs de parfum Haut-parleur Bluetooth George (à remettre avec la copie)

6 points : (12 éléments x 0.5 point)

Produits	PVTTC aligné (en €)*	PVHT aligné (en €)*	PAHT (en €)*	Nouvelle Marge (en €)*	Nouveau taux de marque (en %)*
 GEO-R-003	110,00	91,67	58,70	32,97	35,97
 GEO-B-002	133,90	111,58	65,10	46,48	41,66
 GEO-N-001	129,00	107,50	60,00	47,50	44,19

Taux de TVA appliqué : 20%

*Arrondir à **deux chiffres** après la virgule

2.4 Indiquer si Mme Rémy peut référencer ces produits. Justifier.

Justification : **(2 points)**

Mme Rémy peut référencer GEO-B-002 et GEO-N-001 (1 point) car ils lui assurent un taux de marque respectivement de 41,66% et 44,19%, soit plus de 40%, (1 point)

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 6 sur 11

**3.1 Annexe 5 : Capacité de stockage du meuble de présentation des bougies Yankee Candle
(à remettre avec la copie) 6,5 POINTS**

Format des bougies	Nombre de frontales sur un niveau (0,25 pt par case)	Nombre de produits en profondeur sur un niveau (0,25 pt par case)	Capacité de stockage d'un niveau (0,5 pt par case)	Capacité de stockage du meuble (0,5 pt par case)
Grande jarre	2	(1) 3	(2) 6	(3) 18
Jarre moyenne	1	3	3	9
Petite jarre	1	5	5	15
Total	4		14	42

Calculs pour la référence Grande Jarre : 0,25 pt par calcul

(1) $33 / 10$

(2) : 2×3

(3) : 6×3

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 7 sur 11

3.2 **9 points** et 3.4 : **2 points** Annexe 6 : Performance de la famille de bougies Yankee Candle (à remettre avec la copie)

Format des bougies	CA HT (en €)	Part du CA HT (en %)	Linéaire développé (mld) (0.25 pt par case)	Part du linéaire développé (en %) (0.25 pt par case)	Marge (en €)	Part de la marge (en %)* (0.25 pt par case)	Indice de sensibilité au CA** (0.5 pt par case)	Indice de sensibilité à la marge** (0.5 pt par case)	Indice de sensibilité moyen** (0.5 pt par case)	Nouveau linéaire (en mld) *0.5 pt par case
Grande jarre	1 611,24	37,28	0,60	54,05	610,96	32,29	0,69	0,597	0,644	0,39
Jarre moyenne	1 860,61	43,05	0,33	29,73	890,55	47,07	1,448	1,583	1,516	0,50
Petite Jarre	850,14	19,67	0,18	16,22	390,38	20,64	1,213	1,273	1,243	0,22
TOTAL	4 321,99	100	1,11	100	1891,89	100				1,11

*Arrondir à **2 chiffres** après la virgule **Arrondir à **3 chiffres** après la virgule

Justifiez vos calculs pour la famille « grande jarre » **0.25 pt par calcul**

Linéaire développé $0,10 \times 2 \times 3 = 0,60$	Part du linéaire développé $0,60 / 1,11 \times 100$
Indice de sensibilité au CA $37,28 / 54,05$	Indice de sensibilité à la marge $32,29 / 54,05 = 0,597$
Indice de sensibilité moyen $(0,69 + 0,597) / 2 = 0,644$	Nouveau linéaire $0,60 \times 0,644 = 0,39$

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 8 sur 11

3.3 Étudier la performance de chaque référence de la famille bougies YANKEE CANDLE et formuler les préconisations pour optimiser le linéaire. Justifier ce choix sur votre copie.

4.5 points

Grande Jarre : 1,5 points

- **IS MOYEN est inférieur à 1 (0.5 point) : le produit est sur-représenté (0.5 point)**
- **Il faut diminuer le linéaire(0.5 point)**

Jarre Moyenne : 1,5 points

- **IS MOYEN supérieur à 1 (0.5 point) : produits sous-représenté (0.5 point)**
- **Il faut donc augmenter le linéaire. (0.5 point)**

Petite Jarre : 1,5 points

- **IS MOYEN supérieur à 1(0.5 point) , le produit est sous représenté (0.5 point)**
- **Il faut donc augmenter le linéaire. (0.5 point)**

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 9 sur 11

MISSION 4

21 POINTS

4.1 et 4.2 Annexe 7 : Intérêts des réseaux sociaux pour les points de vente (à remettre avec la copie) 8 points

Réseaux sociaux	Caractéristiques d'utilisation adaptées aux points de vente 4 points = 0.5 pt X 2 par réseau	Profils utilisateurs 4 X 1 point = 4 points Exiger 2 éléments
FACEBOOK 	<ul style="list-style-type: none"> • 38 millions chaque mois en France • Utilisé par les entreprises pour : <ul style="list-style-type: none"> - Publicité ciblée - Vente de produits - Plateforme de service clients 	57% des Internauts actifs 55% de femmes 40 ans en moyenne
TWITTER 	<ul style="list-style-type: none"> • Principales utilisations : Partage d'actualités en temps réels, de statuts dans sa communauté • Inventeur du HASHTAG, permet aux entreprises de créer leurs propre hashtag à suivre. 	16% des Internauts actifs 54% d'hommes 58% des 15-34 ans
SNAPCHAT 	<ul style="list-style-type: none"> • Partage d'éléments (photos, vidéo, chat) sans laisser de traces. • Suivi des nouveautés et de l'actualité des marques 	12% des Internauts actifs 58 % de femmes 71% des 15-24 ans
PINTEREST 	<ul style="list-style-type: none"> • Partage de photos et vidéos par thème Sources d'inspiration pour la déco, jardin, bricolage • Permet d'attirer du trafic vers le site de l'entreprise 	7% des Internauts actifs 77% de femmes 54% des 25-49 ans

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
CORRIGÉ	
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 10 sur 11

A partir des **documents 5,6 et 7** et de vos connaissances :

4.3 Identifier deux réseaux sociaux adaptés au profil de la clientèle de la boutique Cadochic dans une optique d'action de fidélisation. Justifier la réponse.

Les réseaux sociaux adaptés au profil de la clientèle de la boutique Cadochic sont

Facebook (1.5 pt) et Pinterest (1.5 pt)

En effet, si on rapproche les profils clientèle de Facebook et Pinterest de celui de la boutique Cadochic, nous constatons que

Le profil des âges correspond (1 pt)

Facebook et Pinterest regroupe une tranche d'âge entre 25 et 49 ans et la boutique cadochic est composée de 60% de 25-49 ans et 30% de +de 40ans. **(1pt)**

Le profil des sexes correspond : (1 pt)

Facebook et Pinterest sont en majorité utilisés par des femmes et la clientèle Cadochic est composée de 80% de femme. **(1pt)**

Répondre sur la copie

Madame Rémy souhaite améliorer la satisfaction et la fidélisation de sa clientèle.

À partir des **documents 7 et 8** et de vos connaissances :

4.4 Indiquer à madame Rémy six avantages pour le magasin Cadochic de se développer sur les réseaux sociaux.

Madame Rémy a tout intérêt à développer la présence de son magasin sur les Réseaux sociaux.

En effet, les réseaux sociaux

- Favorisent la fidélisation (1 point)
- Augmentent le trafic (1 point)
- Augmentent le chiffre d'affaires (1pt),
- Créer un lien étroit et permanent avec le client (1pt),

Ce qui va permettre à Mme Rémy d'augmenter son panier moyen (1pt) et la fréquentation d'achat de sa boutique (1pt).

**Répondre sur la copie
Accepter toute réponse cohérente**

Session 2020 - BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE - CORRIGÉ	
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	Coefficient : 4
	Durée : 3 heures
	CORRIGÉ
Repère de l'épreuve : 2006 CO 2 - C	Page 11 sur 11