

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

SESSION 2021

E2

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

Le dossier comporte 20 pages numérotées 1/20 à 20/20.

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.

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen est autorisé.

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.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 1 sur 21

Vous venez d'obtenir votre baccalauréat professionnel commerce et vous avez trouvé votre premier emploi dans le secteur de la distribution.

Madame Pollet, directrice de Zôdio, grande surface spécialisée dans la décoration intérieure, située à Villeneuve d'Ascq dans le Nord, vous présente l'enseigne et le point de vente qu'elle dirige :

« Zôdio, véritable supermarché de la décoration souhaite offrir, sous le même « toit », tout ce qui est nécessaire aux travaux de décoration et arts créatifs pour embellir la maison (la cuisine, le salon, les pièces d'eau, la chambre). Zôdio est là pour accessoriser les différentes pièces de la maison.

Zôdio est une enseigne du groupe Mulliez, propriétaire d'Auchan, le réseau compte aujourd'hui 20 points de vente en France, et une implantation en Italie et au Brésil avec 1 184 employés au total. Cette jeune enseigne ambitionne de développer encore ses implantations sur le plan national et international sur un secteur de plus en plus concurrentiel et qui connaît une véritable révolution digitale. Il faut repenser complètement la relation client pour satisfaire un client de plus en plus volatile et omnicanal. »



Votre magasin se trouve sur la zone commerciale Héron Parc dédiée aux loisirs et à la culture située sur la commune de Villeneuve d'Ascq.

Cette zone commerciale est très concurrentielle car se trouvent à proximité, des concurrents directs tels que Maisons du Monde et Casa. La connaissance du marché est donc indispensable pour répondre aux demandes de la clientèle et l'analyse des ventes est indispensable. De même, la mesure du degré de satisfaction de la clientèle permet de mettre en place des mesures correctives.

Afin de vous familiariser avec le point de vente, la clientèle, les produits et l'équipe, madame Pollet vous confie plusieurs missions à réaliser.

Mission 1 : Analyser les ventes de l'unité commerciale Zôdio Villeneuve d'Ascq

Mission 2 : Étudier les performances du sous-rayon « Bouteilles isothermes »

Mission 3 : Participer à l'inventaire du point de vente

Mission 4 : Mesurer la satisfaction de la clientèle et développer la fidélisation

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 2 sur 21

LISTE DES DOCUMENTS

Document 1	Entretien avec madame Pollet – Directrice magasin Zôdio Villeneuve d'Ascq	Page 8
Document 2	Le marché de la décoration d'intérieur en France	Page 9
Document 3	La folie des gourdes, un « <i>business</i> » juteux pour les marques	Page 10
Document 4	Relevé du linéaire des bouteilles isothermes dans le magasin de Villeneuve d'Ascq	Page 11
Document 5	La technologie RFID pour faciliter votre inventaire	Page 12
Document 6	Extrait des résultats du baromètre satisfaction de mai 2021 – Zôdio Villeneuve d'Ascq	Page 13
Document 7	Résultats de l'enquête de satisfaction de mai 2021–Zôdio Villeneuve d'Ascq	Page 14
Document 8	Extrait de la page d'accueil de la plateforme « Zodiosphère »	Page 15

LISTE DES ANNEXES À COMPLÉTER ET À RENDRE AVEC VOTRE COPIE

Annexe 1	Analyse de l'évolution des résultats du magasin entre 2019 et 2020	Page 16
Annexe 2	Comparatif des performances avec les autres magasins	Page 17
Annexe 3	Analyse du marché des bouteilles isothermes	Page 18
Annexe 4	Analyse de la performance du sous-rayon « Bouteilles isothermes »	Page 19
Annexe 5	Extrait d'inventaire du sous-rayon « Tasses » et valorisation de la démarque	Page 20

BACCALURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 3 sur 21

MISSION 1
ANALYSER LES VENTES DE L'UNITÉ COMMERCIALE ZÔDIO VILLENEUVE
D'ASCQ

L'enseigne évolue dans un environnement très concurrentiel sur sa zone de chalandise avec la présence d'enseignes spécialisées en décoration intérieure. Madame Pollet est très attentive aux indicateurs de vente et vous demande d'analyser les ventes pour mieux identifier les actions à mettre en œuvre.

TRAVAIL À FAIRE :

1.1 Calculer pour le magasin Zôdio Villeneuve d'Ascq :

- la contribution au chiffre d'affaires réalisée par chaque secteur en 2020.
- le taux d'évolution du chiffre d'affaires du magasin entre 2019 et 2020.
- le taux de réalisation de l'objectif pour l'année 2020.

Justifier les calculs pour l'univers « objets décoratifs »

Compléter l'annexe 1 (à rendre avec la copie).

A partir des **documents 1 et 2**, et des résultats de **l'annexe 1**,

1.2 Analyser l'évolution globale des ventes du magasin Zôdio par rapport à la tendance du marché national de la décoration intérieure.

Répondre sur la copie.

1.3 Préciser les deux univers qui contribuent le plus au chiffre d'affaires du magasin.

Répondre sur la copie.

1.4 Repérer les deux univers qui ont connu la plus forte baisse de chiffre d'affaires entre 2019 et 2020 et proposer trois explications possibles.

Répondre sur la copie.

1.5 Proposer deux éléments expliquant pourquoi les ateliers Zôdio correspondent aux attentes des clients. Justifier votre réponse.

Répondre sur la copie.

Afin d'approfondir votre analyse, madame Pollet vous demande de comparer quelques indicateurs complémentaires avec ceux des autres enseignes du groupe.

1.6 Calculer les indicateurs complémentaires. Justifier les calculs.

Compléter l'annexe 2 (à rendre avec la copie).

1.7 Comparer les indicateurs de performance de votre magasin avec ceux des autres magasins du groupe. Commentez vos résultats.

Répondre sur la copie.

1.8 Proposer trois actions qui pourraient être mises en œuvre afin d'améliorer les indicateurs de performance de votre magasin.

Répondre sur la copie.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 4 sur 21

MISSION 2

ÉTUDIER LES PERFORMANCES DU SOUS-RAYON « BOUTEILLES ISOTHERMES »

Vous intégrez l'univers « cuisine », sous la responsabilité de madame Lemaire, chef de secteur. Avec l'arrivée de l'été, ce rayon fait l'objet de réimplantations fréquentes afin de répondre au plus près aux besoins des clients. Madame Lemaire vous demande d'analyser, en particulier, la rentabilité du sous-rayon des bouteilles isothermes pour le mois de juin 2020 et réfléchit à une éventuelle réimplantation de ce sous-rayon.

TRAVAIL À FAIRE :

Madame Lemaire vous remet une documentation sur le marché des bouteilles isothermes (également dénommées gourdes) et vous demande de l'analyser.

À partir du **document 3**,

2.1 Analyser l'évolution du marché des bouteilles isothermes.

Répondre sur la copie.

2.2 Citer trois raisons qui justifient l'engouement des clients pour ces gourdes.

Répondre sur la copie.

Dans ce contexte, madame Lemaire, souhaite réfléchir aux prix de vente des bouteilles isothermes pour rester compétitive, avec des produits ne dépassant pas 20 €. Elle vous sollicite pour analyser la performance de son assortiment.

2.3 Calculer la rentabilité des différentes bouteilles isothermes proposées par Zodio.

Compléter l'annexe 3 à rendre avec la copie.

2.4 Repérer le produit le plus rentable. Justifier votre réponse.

Répondre sur la copie.

2.5 Repérer le produit le moins compétitif en termes de prix. Justifier votre réponse

Répondre sur la copie.

Madame Lemaire souhaite optimiser la performance de ce sous-rayon et vous demande d'analyser son implantation actuelle.

À partir du **document 4**,

2.6 Calculer pour chaque famille référencée au sein du sous-rayon :

- le linéaire développé ;
- la contribution à la marge et au linéaire ;
- l'indice de sensibilité à la marge.

Justifier les calculs pour les bouteilles isothermes en verre.

Compléter l'annexe 4 à rendre avec la copie.

2.7 Pour chaque famille, analyser les résultats de vos calculs

- indiquer votre décision d'augmenter ou de diminuer leur part de linéaire ;
- calculer le nouveau linéaire à allouer à chaque famille. Justifier le calcul pour les bouteilles isotherme verre. Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule.

Répondre sur la copie.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 5 sur 21

MISSION 3

PARTICIPER À L'INVENTAIRE DU POINT DE VENTE

En tant que nouveau salarié chez Zôdio, vous avez participé pour la première fois à la préparation et à la réalisation de l'inventaire d'une partie du magasin. Au terme de cet inventaire, madame Pollet est préoccupée par le sous-rayon « Tasses » qui se trouve dans l'univers « Arts de la table ». En effet, à la lecture des documents d'inventaire, elle a repéré des écarts entre le stock théorique et le stock physique.

Elle s'intéresse à la technologie *radio frequency identification* RFID pour faciliter l'inventaire physique.

TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 5**,

3.1 Présenter quatre avantages pour l'enseigne d'utiliser la technologie RFID dans le cadre de ses inventaires.

Répondre sur la copie.

3.2 Calculer :

- Le stock final théorique ;
- L'écart en quantité ;
- Le montant de la démarque pour le sous-rayon « Tasses ».

Compléter l'annexe 5 à rendre avec la copie.

3.3 Repérer, en justifiant vos résultats, le produit qui a subi :

- la plus forte sur marque en volume ;
- la plus forte démarque en valeur.

Répondre sur la copie.

3.4 Identifier deux causes possibles qui expliquent les écarts d'inventaire et proposer une solution adaptée pour chaque cause. Présenter votre réponse sous forme de tableau.

Répondre sur la copie.

Madame Pollet a finalement choisi d'utiliser la technologie RFID.

3.5 Citer les causes d'écarts d'inventaire qu'elle est désormais sûre d'éviter.

Répondre sur la copie.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 6 sur 21

MISSION 4

MESURER LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE ET DÉVELOPPER LA FIDÉLISATION

Madame Pollet est consciente que, pour développer le chiffre d'affaires de son magasin, elle doit maintenir un contact durable avec ses clients. Soucieuse d'améliorer la satisfaction de sa clientèle et de mieux la fidéliser, madame Pollet vous communique les résultats d'une enquête de satisfaction effectuée auprès de 250 clients du magasin. Elle vous charge d'analyser la situation actuelle et de formuler des pistes d'amélioration.

TRAVAIL À FAIRE :

À partir des **documents 6 et 7**,

4.1 Dresser le profil de la clientèle de votre magasin puis présenter son comportement d'achat.

Répondre sur la copie.

4.2 Identifier trois points forts de votre magasin, trois points faibles du magasin et proposer une action corrective pour chaque point faible. Présenter votre réponse sous forme de tableau.

Répondre sur la copie.

L'enseigne Zôdio évolue dans un environnement hyper concurrentiel et une digitalisation croissante de la relation client. C'est pourquoi, elle a décidé de créer en 2019 son propre réseau social, la « Zôdiosphère ».

Sur cette plateforme, tous les « passionnés » peuvent communiquer, échanger, partager sur les produits de l'enseigne. Les loisirs créatifs, la décoration et la cuisine, le DIY (*Do It Yourself*)⁽¹⁾ sont des sujets suffisamment vecteurs de passion pour développer un réseau social orienté sur les produits de l'enseigne et transformer ainsi les clients en véritables ambassadeurs de la marque.

À partir du **document 8**,

4.3 Présenter trois avantages pour les clients du magasin d'utiliser la plateforme communautaire « Zôdiosphère ».

Répondre sur la copie.

4.4 Préciser deux objectifs recherchés par l'enseigne à travers la mise à disposition de cette plateforme communautaire.

Répondre sur la copie.

⁽¹⁾ *Do It Yourself* : littéralement, fais-le-toi-même. Activité visant à créer ou réparer soi-même des objets de la vie courante.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 7 sur 21

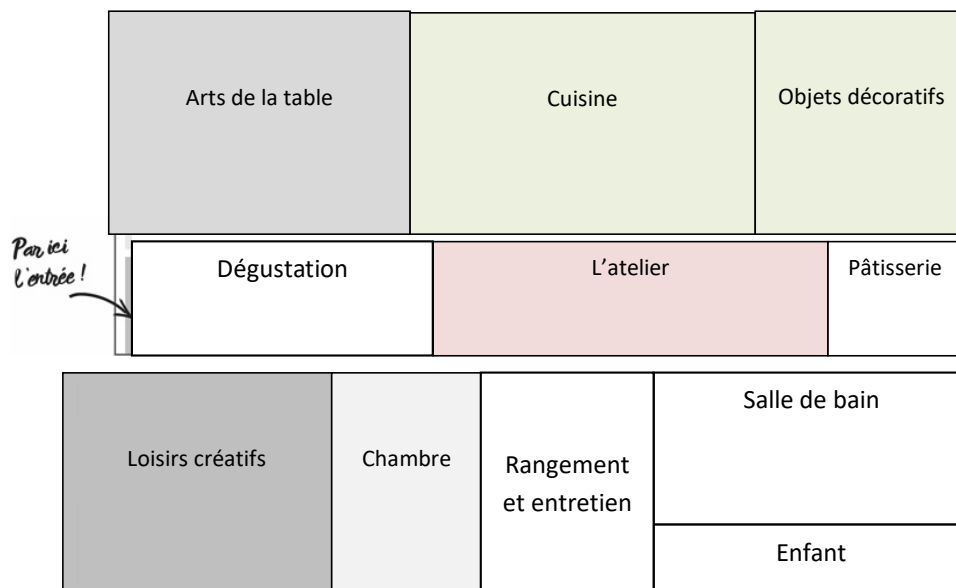
DOCUMENT 1

Entretien avec Madame Pollet – Directrice magasin Zôdio Villeneuve d'Ascq

« La philosophie de la chaîne de magasins est d'équiper, décorer et personnaliser sa cuisine et sa maison sans se ruiner. Ainsi, Zôdio propose une offre assez large, avec 30 000 références, dont les prix s'étendent de l'entrée de gamme jusqu'au milieu de gamme sur une surface moyenne de 3 000 m².

Le point de vente est composé de 9 univers organisés par pièces de la maison :

Cuisine	Rangement cuisine, casseroles, poêles, accessoires de cuisine...
Arts de la table	Vaisselle, verres, tasses, linge de table...
Pâtisserie	Moules, ingrédients sucrés, décors...
Objets décoratifs	Bougies, rideaux, vases, plaids, petits meubles, cadres muraux...
Chambre	Linge de lit, couettes, oreillers
Enfant	Déco chambre enfant, déco anniversaire à thèmes, activités pour enfant
Rangement et entretien	Boîtes de rangement, produits d'entretien...
Salle de bain	Rangement de salle de bain, linge de bain, soin du visage...
Loisirs créatifs	Papeterie, mercerie, accessoires de bijoux, peinture, pinceaux...



Zôdio propose également des espaces gourmands où se restaurer mais aussi des ateliers cuisine créative à faire soi-même pour se régaler et des ateliers de déco où débutants, experts et touche-à-tout réalisent leurs idées ».

DOCUMENT 2

Le marché de la décoration d'intérieur en France

Ces dernières années ont vu l'émergence d'un réel engouement des Français pour la décoration d'intérieur. Il s'agit d'un marché qui génère entre 15 et 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an, avec un taux de croissance qui augmente également très régulièrement, entre 3 et 6%.

En 2019, 73% des Français se disaient intéressés par la décoration d'intérieur, avec une moyenne de 500 euros de dépense par an par ménage dans ce secteur. [...]



Notons de plus que les émissions de télévision sur les sujets de décoration ont un grand succès, répondant à la tendance du moment et aux attentes des consommateurs. Les émissions de bricolage facile et autres vidéos et tutoriels sur des sites comme You Tube permettent à une cible plus large de créer des éléments décoratifs pour leur intérieur sans pour autant se ruiner.

De nombreux acteurs multi canaux

Les acteurs sont de plusieurs sortes et se disputent le marché depuis plusieurs années. Qu'il s'agisse de peintres, de décorateurs professionnels, d'architectes, ou encore de tous

les magasins de bricolage sur le territoire, tous les moyens sont bons pour aider les consommateurs à faire de leur intérieur un véritable havre de paix où il fait bon se retrouver en famille après une journée de travail. Il s'agit d'ailleurs d'un des principaux axes marketing, le bien être, le confort, tout cela à des prix raisonnables.

La tendance phare du moment est décidément le «*Do It Yourself*», grâce aux, comme nous l'avons précisé plus haut, nombreux tutoriels sur Internet et dans les livres de bricolage facile vendus dans les librairies. En outre, les Français sont friands de ces réalisations qui constituent un véritable passe-temps durant les moments de repos. Plus de 60% des Français déclarent aimer cette activité de bricolage, tous sexes confondus. La satisfaction de voir la réalisation terminée est bénéfique sur le moral et sur le bien être des consommateurs. [...]

Un secteur toujours en expansion

Dans le futur, il s'agira indéniablement d'un secteur qui continuera à prendre beaucoup d'importance dans la vie des Français. Les sites internet sont en effet de plus en plus complets et fluides, avec les nouvelles technologies qui aident les internautes à définir leur décoration d'intérieur dans son intégralité (intelligence artificielle, réalisation 3D, etc...).

Certaines applications mobiles sont également présentes sur le marché, permettant aux utilisateurs de configurer leur décoration en quelques clics. Notons de plus l'existence de jeux mobiles simulant ce type d'activités, et qui ont un franc succès parmi le public français. [...].

Source : www.etudes-et-analyses.com, 19 juin 2020

* Fais le toi-même

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 9 sur 21

DOCUMENT 3

La folie des gourdes, un « *business* » juteux pour les marques

La gourde, en verre, en inox ou en plastique, a quitté le sac de sport et fait désormais partie du quotidien des Français. L'objet est devenu un symbole d'engagement écologique autant qu'un accessoire de mode. Et surtout, la gourde commence à rapporter gros.

Elle est le symbole de l'engagement écologique dans la vie quotidienne. Des stars l'arborent avec fierté.

La mode de la gourde, que l'on remplit au robinet au lieu d'acheter des bouteilles d'eau en plastique, déferle comme une inexorable vague. En France aussi, la tendance s'est installée et le marché est en plein boom.

« **Je pense que le gâteau est tellement gros que tout le monde peut en avoir une part** », s'amuse Fabien Marescaux, chef de produit chez Décathlon. En quelques années, la vente de gourdes a explosé en France. L'enseigne de sport bénéficie pleinement de cette tendance. « **En 2019, on avait déjà eu une croissance à deux chiffres, mais on ne pensait pas que cela durerait** », convient le spécialiste de la gourde.

L'an dernier, les ventes ont augmenté dans d'impressionnantes proportions. Entre 30 et 50 %. Résultat, les ventes de gourdes chez Décathlon se comptent en millions. « **Pas plusieurs millions, mais c'est déjà énorme** », lâche Fabien Marescaux. Une bonne nouvelle quand l'objet coûte entre 2 et 20 €. La raison de ce succès ? La gourde est devenue un accessoire à la fois à la mode et jugé indispensable.

Bref, incontournable... « **Aujourd'hui, on sort de l'univers du sport. Il s'agit même d'un produit iconique** », selon le chef de produit de Décathlon.

Pour répondre à la demande des clients, les marques ont dû diversifier les matières et designs de leurs produits.



[...]

Le marché de la gourde tient sur un grand credo : l'écologie. En effet, en France, il se vend 175 bouteilles d'eau chaque seconde, soit 5,5 milliards de bouteilles d'eau par an, dont 4,5 milliards d'eau plate d'après le site Planétoscope. Remplacer sa bouteille d'eau en plastique par une gourde est perçu comme un geste utile à la planète.

Au-delà de l'impact écologique, posséder et montrer sa gourde revêt aussi une dimension sociale.

La gourde rassure son propriétaire et montre son appartenance à une communauté de gens concernés par les problématiques environnementales.

Pour éviter les bouteilles en plastique et faire un geste écologique, de plus en plus de personnes adoptent la gourde. Pour répondre à l'attente des consommateurs, les marques ont fait évoluer leurs modèles. Personnalisation, couleur, matière, emplacement dans le magasin... rien n'est laissé au hasard.

« **Nous, on s'est positionné sur la gourde en inox, en aluminium ou en Tritan (un polyester)**, précise le chef de produit chez Décathlon. **Mais d'autres concurrents se lancent aussi dans le verre.** »





















































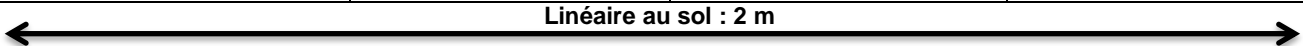
La gourde est donc un accessoire de mode, mais militant. Elle a d'ailleurs été mise sur le devant de la scène par des personnalités publiques.

Source : Ouest-France.fr, 24 février 2020

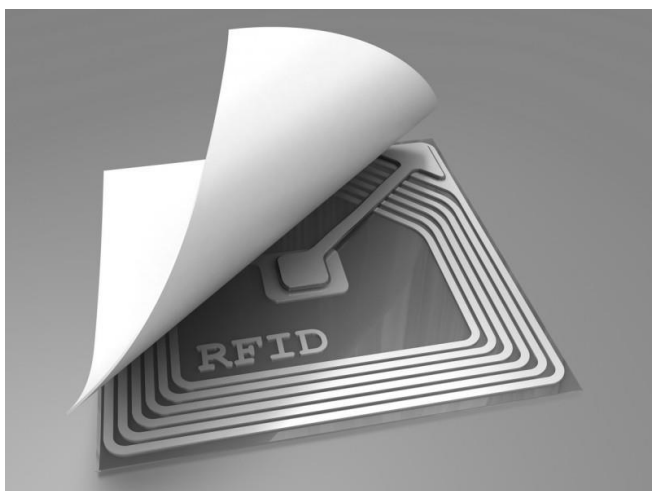
BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 10 sur 21

DOCUMENT 4

Relevé du linéaire des bouteilles isothermes dans le magasin Villeneuve d'Ascq

Les bouteilles en plastique				Les bouteilles en aluminium			Les bouteilles en verre			Les bouteilles inox		
												
												
												
												
0.65 m				0.45 m			0.45 m			0.45 m		
 Linéaire au sol : 2 m												

La technologie RFID pour faciliter votre inventaire



Faire régulièrement l'inventaire des articles à vendre est un mal nécessaire pour de nombreuses entreprises. Il est vrai que les étiquettes codes-barres ont simplifié l'identification automatique et la saisie des données, mais la technologie RFID permet d'économiser encore plus de temps, de coûts techniques et de personnel !

L'une des principales raisons est que les employés n'auront pas à saisir et à manipuler chaque produit pour trouver son code à barres ils pourront à la place numériser plusieurs éléments simultanément. Si un produit ne peut pas être trouvé là où il est supposé être, il est possible de scanner de plus grandes zones à distance avec le lecteur RFID jusqu'à ce que l'étiquette manquante soit détectée.

Avec une bonne configuration matérielle et logicielle, la RFID permet également un inventaire entièrement automatisé et une comparaison nominale-réelle en temps réel, à travers tous les mouvements de stock et les chaînes de processus.

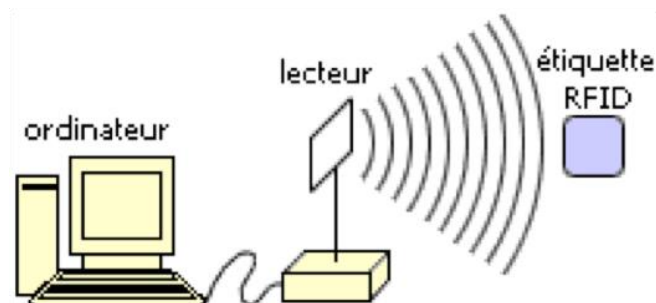
[...]

Lorsque vous vous trouvez à portée du lecteur RFID, les données des transpondeurs RFID peuvent être capturées sans contact visuel ou physique. Les signaux radio peuvent pénétrer dans différents matériaux, du plastique au carton en passant par le bois.

Les étiquettes RFID peuvent être très petites (< 1 mm) sans pour autant nuire à la fiabilité du scan, même si elles sont recouvertes de poussière ou endommagées de l'extérieur.

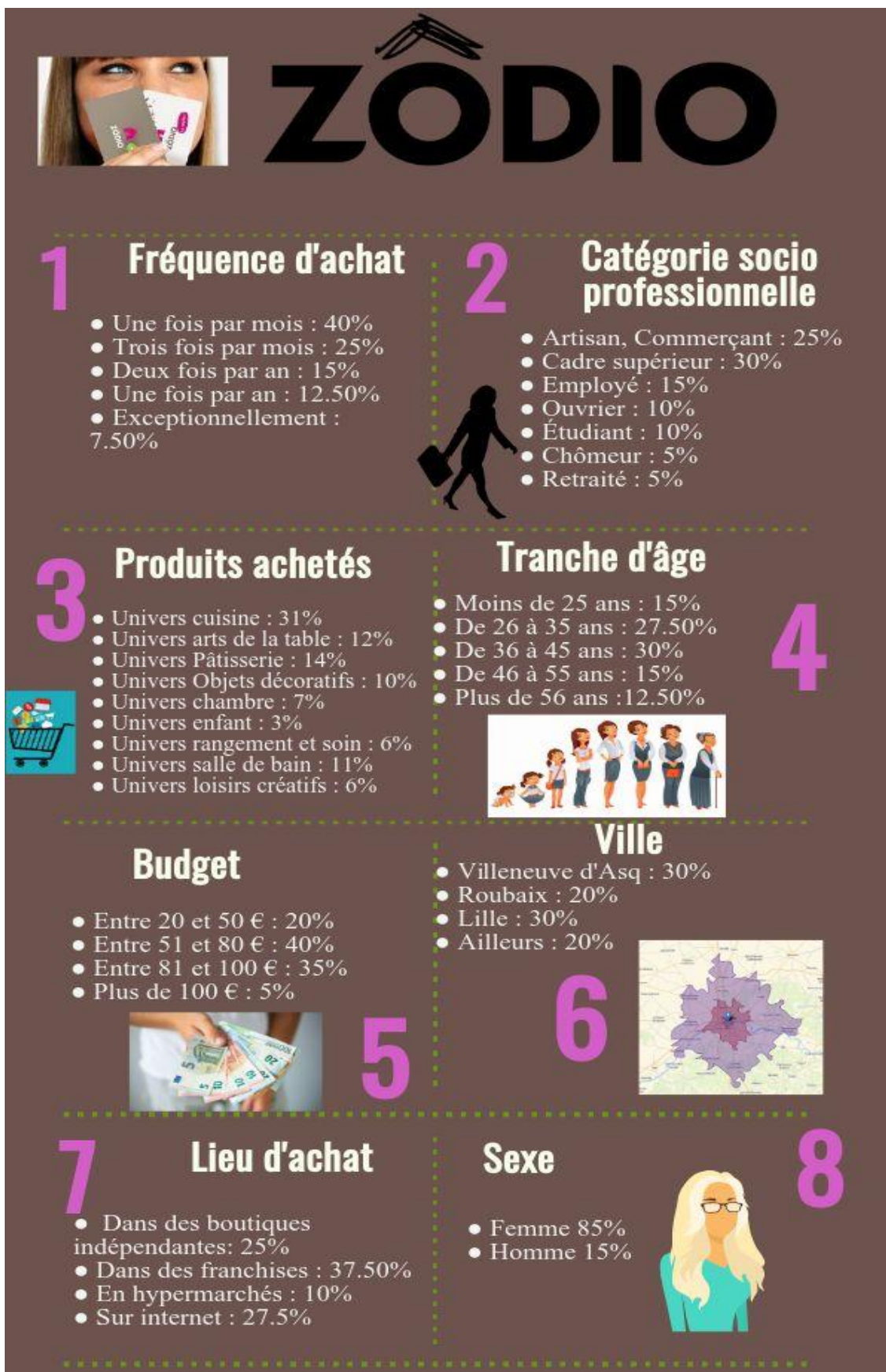
Les informations stockées sur les puces RFID peuvent être modifiées, améliorées, remplacées ou supprimées selon les besoins.

Les puces RFID peuvent être couplées à des capteurs spéciaux pour surveiller, stocker et transmettre des données sur les influences environnementales telles que la température, l'humidité ou les rayons UV.



Source : webermarking.fr, 26 septembre 2019

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 12 sur 21



DOCUMENT 7

Résultats de l'enquête de satisfaction de mai 2021 – Zôdio Villeneuve d'Ascq

ZODIO		Sur 250 répondants
• Satisfaction concernant le personnel		
Lors de votre visite, avez-vous eu l'occasion d'échanger avec un conseiller de vente ?	Oui, j'ai été en contact avec un conseiller	23 %
	Non, j'avais besoin d'un conseiller mais aucun n'était disponible pour me renseigner	49 %
	Non, je n'ai pas eu besoin de consulter un conseiller	28 %
• Satisfaction concernant le personnel		Score sur 10
Diriez-vous que nos conseillers ...	Sont accueillants et attentionnés à mon égard	9
	M'apportent des conseils et idées pertinents	8
Diriez-vous que nos hôtes/hôtesse de caisse...	Permettent un passage rapide en caisse	8
	Sont accueillants et attentionnés à mon égard	9
• Satisfaction concernant le magasin en lui même		
Est agréable (espace détente, chariots, musique, lumière, propreté...)		8
Me permet de trouver facilement les produits que je cherche		6
Me donne suffisamment d'informations pour choisir mes produits		7
M'indique clairement le prix des produits		7
• Satisfaction concernant les animations du magasin		
Me propose des démonstrations et animations de produits		7
Me permet de tester / déguster les produits avant d'acheter		5
• Satisfaction concernant l'offre produits		
M'offre un large choix de produits		8
Me propose des produits tendance, dans l'ère du temps		7
Me propose les bons produits au bon moment (dans la saison)		7
Me propose toujours de nouveaux produits		7
Me propose des produits ayant un bon rapport qualité/prix		7
Me propose des produits à prix compétitifs		6
• Satisfaction concernant la disponibilité des produits		
Satisfaction disponibilité des produits dans le magasin		5

Legende :

0-4,9/10 ou 0-49%

Mauvais

5-6,9/10 ou 50-69%

Moyen

7-8,9/10 ou 70-89%

Bon

9-10/10 ou 90-100%

Très bon

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

Repère de l'épreuve :

SESSION 2021

PAGE 14 sur 21

DOCUMENT 8

Extrait de la page d'accueil de la plateforme « ZODIOSPHÈRE »

ZODIOSPHÈRE
Les catégories
Top articles
Mes favoris

+ S'inscrire
Se connecter
Publier
ZODIO.fr

Publiez vos articles, photos ou vidéos sur la ZODIOSPHÈRE, en toute simplicité.

Parmi les propositions ci-dessous, vous choisirez d'abord votre type de publication et ensuite, suivez le guide en laissant libre cours à votre créativité ! À chaque contribution, vous cumulez des Points Passion.

Vite fait, bien fait !

Du texte et des images, c'est comme ça que vous voyez la publication de votre article.

Choisir cet affichage

Le sur-mesure, c'est dans votre nature !

Optez pour plus d'originalité en personnalisant votre publication.

Choisir cet affichage

Testez nos produits et donnez votre avis !

Coups de coeur, astuces d'utilisation... donnez votre point de vue sur nos produits !

Choisir cet affichage

Aux mots, vous préférez les photos !

Publiez-les simplement en quelques clics. Et créez votre galerie photos !

Choisir cet affichage

Vos explications, faites-les en vidéo !

Pour publier vos vidéos, postez-les ici en quelques clics.

Choisir cet affichage

Publication d'une cliente ...

ZODIOSPHÈRE
Les catégories
Top articles
Mes favoris

+ S'inscrire

103
4 J'aime
Mettre en favoris
Aucun commentaire

IMPRIMER
PARTAGER

J'ai testé pour vous couvercles en silicone DOTZ – lot de b...
Excellent !!!

Prix : 11€90

Les - produits

il faudrait d'autres tailles ou des lots de la taille que nous utilisons le plus souvent

Les + produits

Parfait, de qualité, simple d'utilisation. Excellent produit je recommande vivement !!!

ZODIOSPHÈRE
Les catégories
Top articles
Mes favoris

+ S'inscrire
Se connecter
Publier
ZODIO.fr

J'ai enfin acheté ces couvercles en silicone que voulais tester, mais c'est GENIAL !!!

Évidemment j'ai testé sur tout ce que j'avais sous la main, un verre d'eau et op je mets un couvercle et retourne le verre pour voir si l'eau allait couler...conclusion rien pas une goutte, pour le retirer il suffit de tirer légèrement sur la languette la plus longue (sur la photo ci-dessous flèche en rouge) afin que l'air passe et de soulever le couvercle

Sur la moitié d'un melon, aucune odeur dans le réfrigérateur et mon melon délicieux aucun goût de silicone – sur des canettes ouvertes vous pouvez la retourner rien de coule !!!

Le plus c'est que ces couvercles s'adaptent sur tout, ils sont extensibles et adhérent réellement, rien ne coule ou passe

Plus besoin de mettre du film alimentaire... ces couvercles s'empilent les uns dans les autres gain de place et vont au lave-vaisselle, micro-onde, que demander de plus

6 couvercles de diamètres différents : 6 – 9 – 11 – 14 – 16 – 21 cm

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

Repère de l'épreuve :

SESSION 2021

PAGE 15 sur 21

ANNEXE 1 (à compléter et à rendre avec la copie)

ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DES RÉSULTATS DU MAGASIN ENTRE 2019 ET 2020

Univers	Chiffre d'affaires 2019 (en k€)	Chiffre d'affaires 2020 (en k€)	Contribution au chiffre d'affaires 2020 (en %)(*)	Objectif de chiffre d'affaires décembre 2020 (en k€)	Taux d'évolution du Chiffre d'affaires magasin 2020/2019 (en %)(*)	Taux de réalisation de l'objectif (**)
Cuisine	2 369	2 744		2 500		
Arts de la table	981	1 045		1 000		
Pâtisserie	1 303	1 306		1 400		
Objets décoratifs	1 003	905		1 100		
Chambre	511	625		500		
Univers enfant	396	265		400		
Rangement, entretien	428	496		450		
Salle de bain	1 057	1 015		1 200		
Loisirs créatifs	521	527		600		
Total magasin	8569	8928		9150		

* arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule. ** Arrondir au nombre entier le plus proche.

Détail des calculs pour l'univers « Objets décoratifs » :

- Contribution au Chiffre d'affaires 2020 (%) :
- Taux d'évolution du Chiffre d'affaires magasin 2020/2019 :
- Taux de réalisation de l'objectif :

ANNEXE 2 (à compléter et à rendre avec la copie)

COMPARATIF DES PERFORMANCES AVEC LES AUTRES MAGASINS

		Performances moyennes des autres magasins (année 2020)	Performances de votre magasin (année 2020)
Nombre d'entrées dans le magasin		270 000	275 000
Nombre de tickets de caisse		215 000	225 000
Nombre d'articles		1 300 000	1 235 000
Chiffre d'affaires (en €)		8 950 000	8 933 000
Panier moyen (*)	en valeur (€)		
	en quantité		
Taux de transformation (*)			

** arrondir à l'unité la plus proche*

Détail des calculs pour le magasin :

- Panier moyen en valeur :

- Panier moyen en quantité :

- Taux de transformation :

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

Repère de l'épreuve :

SESSION 2021

PAGE 17 sur 21

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 18 sur 21

ANNEXE 3 (à compléter et à rendre avec la copie)

ANALYSE DU MARCHÉ DES BOUTEILLES ISOTHERMES

Bouteille isotherme	Prix d'achat HT (en euros)	Prix de vente HT (en euros)	Prix de vente TTC (en euros)	Marge (en euros)	Coefficient multiplicateur **	Taux de marque
Verre		(1)	11,90		2,010	40,32%
Inox	6,58		19,90	(2)		
Aluminium	22,58			2,00	(3)	8,14%
Plastique	3,25	6,25				(4)

Taux de TVA à 20% Arrondir tous les résultats à 2 chiffres après la virgule

** Arrondir à 3 chiffres

Détail des calculs pour la bouteille en verre :

(1) Prix de vente HT :

(2) Marge : :

(3) Coef. Multiplicateur :

(4) Taux de Marque:

BACCALaurÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

Repère de l'épreuve :

SESSION 2021

PAGE 19 sur 21

ANNEXE 4 (à compléter et à rendre avec la copie)

ANALYSE DE LA PERFORMANCE DU SOUS-RAYON « BOUTEILLES ISOTHERMES »

Bouteilles isothermes	Linéaire au sol (en ml)	Linéaire développé (en mld)	Linéaire développé en % (*)	Marge (en euros)	Marge en % (*)	Indice de sensibilité à la marge (**)
Verre				570		
Inox				1 340		
Aluminium				350		
Plastique				530		
Total						

* Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule

** Arrondir les résultats à 3 chiffres après la virgule.


Justifier les calculs pour la famille « Bouteilles isothermes en verre » :

<ul style="list-style-type: none"> Linéaire développé (en mld) :
<ul style="list-style-type: none"> IS à la marge :

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
Repère de l'épreuve :	SESSION 2021	PAGE 20 sur 21

ANNEXE 5 (à compléter et à rendre avec la copie)

EXTRAIT D'INVENTAIRE SOUS-RAYON « TASSES » ET VALORISATION DE LA DEMARQUE

Réf.	Désignation	Stock initial	Quantité achetées	Quantité vendue	Stock final théorique	Stock réel	Ecart en quantité	Prix de vente HT en €	Montant de la démarque et surmarque en €
 10123589	Tasse Book lovers 35cl	50	20	45		23		9.90	
 10112480	Tasse expresso hot drink 9 cl	20	18	20		15		1.25	
 10113240	Tasse « every day is an adventure » 35 cl	25	24	40	9	9	0	9.90	0
 10114250	Tasse expresso Blanco Octo 8 cl	32	18	38	12	12	0	2.00	0
 10113520	Tasse faïence ivoire 40 cl	12	0	8		2		2.49	
 10188944	Tasse « toujours de bonne humeur le matin » 34 cl	46	11	42		18		2.08	
 10103573	Tasse à thé Basic Transparente 35 cl	56	18	59	15	15	0	2.08	0
 10113620	Tasse vesuvio noir 30 cl	22	12	26		8		3.33	
 10115260	Tasse enjoy 46 cl	29	12	30		8		2.08	
 10115850	Tasse faïence rouge 40 cl	30	15	40		5		2.49	
Total		322	148	348		115			

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

E2 – ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

Repère de l'épreuve :

SESSION 2021

PAGE 21 sur 21