

# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

## MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Session 2024

### ÉPREUVE E2

**ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES**

**Le dossier comporte 18 pages numérotées 1/18 à 18/18.  
Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.**

**L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.  
L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.  
L'usage de la calculatrice sans mémoire « type collègue » 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.**

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 1 sur 18

# SOMMAIRE

CONTEXTE PROFESSIONNEL	3
<b>MISSION 1 – ASSURER LES OPÉRATIONS PRÉALABLES À LA VENTE</b>	<b>4</b>
<b>Activité 1</b> - Analyser les résultats de l'inventaire	4
<b>Activité 2</b> - Établir les commandes	4
<b>Activité 3</b> - Fixer le prix des produits	5
<b>DOSSIER RESSOURCES MISSION 1</b>	
<b>Ressource A1</b> - Références composant la tête de gondole (TG) Macarons	6
<b>Ressource A2</b> - État des stocks TG Macarons au 27 mai 2024	7
<b>Ressource A3</b> - Quantités vendues du 20 au 25 mai 2024 – Opération « Macarons bonne fête maman ! »	7
<b>Ressource A4</b> – Tableau de bord au 27 mai 2024	8
<b>Ressource A5</b> – Critères de choix pour le fournisseur	8
<b>Ressource A6</b> – Comparatif des différents fournisseurs locaux	9
<b>Ressource A7</b> – Informations prix produits au 27 mai 2024	10
<b>Ressource A8</b> – Prix pratiqués par les concurrents de la zone de chalandise	10
<b>MISSION 2 – DÉVELOPPER LA CLIENTÈLE</b>	<b>11</b>
<b>Activité 4</b> - Participer à l'organisation d'une action commerciale: les ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »	11
<b>Activité 5</b> - Recourir au réseau social Instagram	12
<b>DOSSIER RESSOURCES MISSION 2</b>	
<b>Ressource B1</b> - Zôdio s'appuie sur ses ateliers cuisine et décoration	13
<b>Ressource B2</b> - Description de l'atelier « Macarons, fêtes de fin d'année » avec la cheffe Pascaline	14
<b>Ressource B3</b> - Coût prévisionnel de l'atelier « Macarons, fêtes de fin d'année »	15
<b>Ressource B4</b> - Planning de réservation pour les ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »	15
<b>Ressource B5</b> - Extraits Compte Instagram Zôdio La Rochelle	16
<b>Ressource B6</b> - Conseils pour réaliser une publication Instagram	17
<b>Ressource B7</b> - Interactions de la publication Instagram ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »	17
<b>Ressource B8</b> – Calculer et pertinence du taux d'engagement	18

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 2 sur 18



Zôdio La Rochelle  
 2 rue du 18 juin  
 17138 Puilboreau  
 Tél : 05 17 06 00 30  
 mathieu.carma@zodio.com



## Le contexte professionnel

Zôdio est une enseigne française créée par Jean-Philippe Zunino, Philippe Dureuil et Gauthier Lengart. Elle est spécialisée dans la vente d'articles de décoration pour la maison ainsi que dans les loisirs créatifs et les ateliers cuisine.

Le premier magasin Zôdio a ouvert en décembre 2007 à Massy. Depuis, l'entreprise a connu une croissance rapide et a ouvert de nombreux magasins dans toute la France.

Avec ses magasins modernes, son vaste choix de produits pour la maison, les loisirs créatifs, ainsi que son atelier cuisine innovant, Zôdio est devenue une marque reconnue en France, offrant une expérience de shopping unique pour ses clients. Casser, réparer, coudre, pâtisser, customiser, tricoter, épater, recevoir, ficeler, modifier, illuminer, révéler, innover, cuisiner, dessiner, peindre, ... autant de possibilités s'offrent aux clients dès qu'ils franchissent le seuil de Zôdio.

L'un des éléments clés du concept de Zôdio est son atelier de cuisine, qui propose des cours et des démonstrations culinaires pour les clients du magasin. Ces ateliers sont dotés d'un équipement professionnel de qualité et sont animés par des chefs professionnels.

Les ateliers de cuisine Zôdio ont rapidement été très populaires auprès des clients et l'entreprise a continué à investir dans leur développement. Une large gamme de cours sont ainsi proposés (cuisine française traditionnelle, asiatique, végétarienne, pâtisserie...).

L'enseigne est présente sur internet avec son site de e-commerce. Elle développe également sa présence sur les réseaux sociaux, particulièrement sur Instagram. Le réseau social avec des contenus visuels permet à Zôdio de partager avec ses followers les différents univers et ateliers culinaires.

Vous êtes employé en tant que conseiller de vente dans le magasin de La Rochelle depuis quelques mois. Le responsable Mathieu Carma vous confie plusieurs missions autour des opérations préalables à la vente des produits de l'univers Macarons. Il souhaite aussi que vous participiez à la mise en place d'un atelier Macarons en partenariat avec la cheffe Pascaline (lauréate de l'émission Le meilleur Pâtissier PRO M6) afin de développer la clientèle.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 3 sur 18

## MISSION 1 – ASSURER LES OPÉRATIONS PRÉALABLES À LA VENTE

Tout amateur de pâtisserie a l'opportunité d'acheter chez Zôdio tout le matériel nécessaire à la réalisation de macarons. Il y trouve une large sélection de moules, de colorants alimentaires, de douilles et bien sûr d'ingrédients pour créer ses propres recettes de macarons.

Votre responsable a organisé une opération pour la fête des mères, du **20 au 25 mai 2024**. Elle portait **sur six références** avec la mise en avant des produits « Macarons bonne fête maman ! » en tête de gondole (TG). Les clients ont pu profiter pour faire le plein d'accessoires et d'ustensiles de cuisine. Mathieu Carma vous demande d'analyser les résultats de cette opération.

Il souhaite renouveler l'opération le mois prochain. Il vous précise qu'il est important d'organiser une gestion rigoureuse des stocks et des commandes. Il vous demande d'établir les prix en fonction de la concurrence.

**À partir du dossier ressources de la mission 1 et du contexte professionnel :**

### Activité 1 – Analyser les résultats de l'inventaire

Mathieu Carma vous implique dans la gestion des stocks de l'opération « Macarons bonne fête maman ! » pour les six références qui ont permis aux clients de réaliser chez eux ces pâtisseries. Il souhaite que vous participiez à l'inventaire des produits, réalisé suite à l'opération, afin d'en vérifier le stock. Cette action vous permettra d'être opérationnel pour la prochaine opération.

**À partir des ressources A1 à A3 et de la mobilisation de vos compétences :**

#### 1.1 Calculer pour les six références :

- le stock théorique
- la démarque ou la surmaque

1.2 Indiquer deux causes et deux conséquences éventuelles de cette démarque suite à cette action « Macarons bonne fête maman ! ».

1.3 Rédiger un compte-rendu à l'attention de Mathieu Carma dans lequel vous proposez trois actions pour lutter contre la démarque lors de la prochaine opération.

### Activité 2 - Établir les commandes

Suite à l'opération « Macarons bonne fête maman ! », le responsable souhaite la renouveler pour la fête des pères. Il vous demande de préparer la commande des six références de la tête de gondole afin de lancer l'opération « Macarons bonne fête papa ! ». Mathieu Carma envisage de communiquer davantage sur cette opération, c'est pourquoi il prévoit une augmentation de 20 % des ventes des références alimentaires. Cependant, il prévoit des ventes identiques pour les références non alimentaires car les clients sont déjà, pour la plupart d'entre eux, équipés. Il faudra donc adapter le nombre de produits commandés pour la durée de l'opération « Macarons bonne fête papa ! » du 10 au 15 juin 2024 auprès du fournisseur afin d'éviter toute rupture de stock.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 4 sur 18

À partir des ressources A4 à A6 et de vos compétences :

**2.1 Déterminer pour chacune des six références :**

- Les besoins en nombre de produits nécessaires pour l'opération en tenant compte des préconisations de votre responsable.
- Les quantités à commander en tenant compte du stock réel pour chaque référence.

Arrondir à l'entier supérieur.

**2.2 Calculer le nombre d'unités de conditionnement pour les six références qui doivent être commandées auprès du fournisseur. Arrondir à l'entier supérieur.**

Dans un souci d'optimisation des stocks, Mathieu Carma souhaite changer de fournisseur. Il a réalisé un appel d'offre et vous demande d'étudier les différents retours selon les critères qu'il a définis.

**2.3 Sélectionner le fournisseur le plus adapté en réalisant un scoring<sup>1</sup>. Vous tiendrez compte des critères prédéfinis par Mathieu Carma.**

Votre responsable a signé un contrat avec le fournisseur que vous avez retenu. Vous devez réaliser la commande des produits nécessaires pour l'animation « Macarons bonne fête papa ! ».

**2.4 Rédiger, au nom de Mathieu Carma, l'e-mail de commande au fournisseur.**

### Activité 3 – Fixer le prix des produits

La poche à douille est un ustensile indispensable pour réaliser parfaitement les macarons. La poudre d'amande est un des éléments majeurs dans la recette. Mathieu Carma va réaliser un relevé de prix de ces principaux concurrents présents sur sa zone de chalandise.

À partir de la ressource A7 à A8 et de vos compétences :

**3.1 Calculer en fonction des taux de marge souhaités par Zodio :**

- le prix de vente TTC de la poche à douille
- le prix de vente TTC du paquet de poudre d'amande 500 g.

Détailler vos calculs. Arrondir à deux décimales.

**3.2 Comparer les prix de la poche à douille et du paquet de poudre d'amande 500 g par rapport aux prix pratiqués par la concurrence.**

Mathieu Carma décide de s'aligner sur les prix du magasin Intermarché, le principal concurrent de sa zone de chalandise.

**3.3 Calculer les nouveaux taux de marge de la poche à douille et du paquet de poudre d'amande 500 g. Détailler les calculs. Arrondir à deux décimales.**

**3.4 Analyser pour le magasin l'opportunité d'appliquer ces nouveaux prix.**

<sup>1</sup> Scoring : notation

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 5 sur 18

## DOSSIER RESSOURCES MISSION 1

### Ressource A1 – Références composant la tête de gondole (TG) Macarons



## Produits TG MACARONS LA ROCHELLE



Ref 10098667  
**Poche facile silicone  
+ 9 douilles**



Ref 10126418  
**Sucre glace 1,3kg**



Ref 10187372  
**Tapis Macarons**



Ref 10111856  
**3 Colorants artificiels en  
poudre 3g**



Ref 10096955  
**Sachet blanc d'œuf  
déshydraté 100g**



Ref 10194318  
**Poudre d'amandes 500g**



Copyright © 2023 | Zodio

Source : Zodio

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
DURÉE : 3 heures		
1703	SESSION 2024	PAGE 6 sur 18

## Ressource A2 – État des stocks TG Macarons au 27 mai 2024

	A	B	C	D	E
1			<b>ETAT DES STOCKS TG "MACARONS BONNE FETE MAMAN"</b>		
2	Référence	Libellé article	Stock initial au 20 mai 2024	Livraison	Stock réel au 27 mai 2024
3	10126418	Sucre glace 1,3 kg	46	24	40
4	10194318	Poudre d'amandes extrafine 500 g	20	24	21
5	10197272	Tapis macarons	4	12	0
6	10111856	3 colorants artificiels en poudre 3 g	10	12	10
7	10096955	Sachet blanc d'œuf déshydraté 100 gr	8	6	6
8	10098667	Poche facile silicone+ 9 douilles	25	0	20

Source : Les auteurs

## Ressource A3 – Quantités vendues du 20 au 25 mai 2024 – Opération « Macarons bonne fête maman ! »

	A	B	C
1	Référence	Désignation	Quantités vendues du 20 au 25 mai 2024
2	10126418	Sucre glace 1,3 kg	32
3	10194318	Poudre d'amandes extrafine 500 g	22
4	10197272	Tapis macaron	16
5	10111856	3 colorants artificiels en poudre 3 g	7
6	10096955	Sachet blanc d'œuf déshydraté 100 gr	8
7	10098667	Poche facile silicone+ 9 douilles	5

Source : Les auteurs

## Ressource A4 – Tableau de bord au 27 mai 2024

	A	B	C	D	E
1	 <b>TABLEAU DE BORD AU 27 MAI 2024</b>				
2	Référence	Libellé article	Stock réel au 27 mai 2024	Quantités vendues du 20 au 25 mai 2024	Unité de conditionnement*
3	<b>Produits alimentaires</b>				
4	10126418	Sucre glace 1,3 kg	40	32	8
5	10194318	Poudre d'amandes extrafine 500 g	21	22	6
6	10096955	Sachet blanc d'œuf déshydraté 100 gr	6	8	6
7	10111856	3 colorants artificiels en poudre 3 g	10	7	8
8	<b>Produits non alimentaires</b>				
9	10197272	Tapis macarons	0	16	12
10	10098667	Poche facile silicone + 9 douilles	20	5	36
11					

\* Unité de conditionnement : quantité d'articles par carton

Source : Les auteurs avec des données internes ou adaptées

## Ressource A5 – Critères de choix pour le fournisseur

<b>Note de service</b>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 60%;"> <p><b>De :</b> Mathieu Carma</p> <p><b>A :</b> L'ensemble des employés</p> <p><b>Objet :</b> Critères de choix de notre fournisseur</p> </div> <div style="width: 35%; text-align: right;">  </div> </div>
<p>Voici les critères de sélection du fournisseur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si livraison tous les jours : 1 point sinon 0</li> <li>- Si tarifs préférentiels : 1 point sinon 0</li> <li>- Si note clients supérieure à 4 : 1 point sinon 0</li> <li>- Si délais de paiement : 1 point sinon 0</li> <li>- Si délais de livraison inférieure à 72 heures : 1 point sinon 0</li> </ul> <p>Merci.</p>

Source : Les auteurs avec des données internes ou adaptées

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 8 sur 18

## Ressource A6 – Comparatif des différents fournisseurs locaux

 <p><b>Les gourmands professionnels !</b> 22 rue du château 17180 Périgny <a href="mailto:lesgourmandsprofessionnelles@yahoo.fr">lesgourmandsprofessionnelles@yahoo.fr</a> Contact : Alix Bertrand</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Devis gratuit et personnalisé</li> <li>▪ Livraisons du lundi au jeudi</li> <li>▪ Délais de livraison : 48 heures</li> <li>▪ Tarifs préférentiels réduction de 10 % à partir de 3500 € de commandes</li> <li>▪ Paiement 30 jours fin de mois</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Note Clients : 4,1 / 5</b></p> <p><b>Petit plus :</b> Livraison gratuite</p>
 <p><b>La pâtisserie pour les professionnels</b> 11 rue des cigognes 17140 Lagord <a href="mailto:Lapatisseriepourlesprofessionnels@gmail.com">Lapatisseriepourlesprofessionnels@gmail.com</a> Contact : Baptiste Dutoit</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Devis gratuit et personnalisé</li> <li>▪ Livraisons tous les jours</li> <li>▪ Délais de livraison : 48 heures</li> <li>▪ Tarifs préférentiels réduction de 5 % à partir de 3000 € de commandes</li> <li>▪ Paiement 90 jours fin de mois</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Note Clients : 4,5 / 5</b></p> <p><b>Petit plus :</b> Commercial attiré pour notre point de vente</p>
 <p><b>Saveurs sucrées</b> 27 rue du fort 17000 La Rochelle <a href="mailto:saveurssucrées@gmail.com">saveurssucrées@gmail.com</a> Contact : Manon Dijoux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Devis gratuit et personnalisé</li> <li>▪ Livraisons lundi, mercredi et vendredi</li> <li>▪ Délais de livraison : 24 heures</li> <li>▪ Tarifs préférentiels réduction de 10 % à partir de 4000 € de commandes</li> <li>▪ Paiement au comptant</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Note Clients : 3,9 / 5</b></p> <p><b>Petit plus :</b> Utilisation de cartons biodégradables et prédécoupés</p>

Source : Les auteurs

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 9 sur 18

## Ressource A7 - Informations prix produits au 27 mai 2024

	A	B	C	D	E
1		<b>PRIX PRODUITS AU 27 MAI 2024</b>			
2	<b>Article</b>	<b>Libellé article</b>	<b>Prix d'achat Hors Taxe</b>	<b>Taux de marge</b>	<b>TVA</b>
3					
4	10098667 	Poche facile silicone +9 douilles	9.63 €	47%	20%
5	10194318 	Poudre d'amandes extrafine 500 g	6.50 €	32%	5,50%

Source : Les auteurs avec des données internes ou adaptées

## Ressource A8 - Prix pratiqués par les concurrents de la zone de chalandise

Concurrents	PV TTC Poche à douilles + 9 douilles	PV TTC Poudre d'amandes 500g
	13.99 €	9.39 €
	15.99 €	8.50 €
	14 €	9.50 €

Source : Les auteurs avec des données internes ou adaptées

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 10 sur 18

## MISSION 2 – DÉVELOPPER LA CLIENTÈLE

Les ateliers de cuisine et de pâtisserie sont devenus une tendance croissante ces dernières années en raison de l'intérêt grandissant pour la cuisine maison, les produits frais et les aliments sains. Précurseur sur cette tendance, Zodio se différencie depuis sa création par la présence permanente d'ateliers culinaires dans ses magasins afin de satisfaire et développer sa clientèle.

Fort de la réussite de l'opération Macarons réalisée lors de la fête des mères et de la fête des pères, Mathieu Carma souhaite renouveler l'opération lors des fêtes de fin d'année. Il souhaite mettre en place, pendant cette opération « Macarons, fêtes de fin d'année », un atelier de pâtisserie sur la période du 1<sup>er</sup> au 31 décembre 2024.

### **Activité 4 - Participer à l'organisation d'une action commerciale : les ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »**

Votre responsable désire vous associer à la préparation des ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année ». Il souhaite dans un premier temps vérifier l'opportunité pour le magasin de mettre en place cet atelier.

**À partir des ressources B1 à B4 et de vos compétences :**

#### **4.1 Citer deux avantages pour le client de participer aux ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année » et trois avantages pour le magasin Zôdio d'organiser ces ateliers.**

Mathieu Carma décide d'organiser ces ateliers tous les vendredis et samedis du mois de décembre 2024. Sophie, animatrice du magasin, assistera la cheffe Pascaline (lauréate de l'émission Le meilleur Pâtissier PRO M6). Les clients intéressés pourront s'inscrire à l'un des 10 ateliers programmés.

#### **4.2 Calculer le coût total des ateliers. Détailler vos calculs.**

Depuis un mois, les clients ont commencé à s'inscrire aux ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année ». Votre responsable met à votre disposition un état des lieux des inscriptions à ces ateliers.

#### **4.3 Calculer le taux d'occupation actuel de l'ensemble des ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année ». Arrondir à deux décimales.**

#### **4.4 Calculer la prévision du chiffre d'affaires de ces ateliers à partir des inscriptions actuelles. Détailler vos calculs.**

Mathieu Carma vous rappelle que l'objectif principal des ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année » est d'augmenter la fréquentation. Il souhaite au minimum couvrir les frais engagés pour ces animations.

#### **4.5 Déterminer le nombre de participants supplémentaires à inscrire pour rentabiliser les ateliers. Détailler vos calculs.**

#### **4.6 Calculer le taux d'occupation minimal pour couvrir le coût des ateliers. Arrondir à deux décimales.**

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
DURÉE : 3 heures		
1703	SESSION 2024	PAGE 11 sur 18

**4.7 Énoncer trois propositions pour atteindre ce taux d'occupation lors de l'évènement.**

## **Activité 5 – Recourir au réseau social Instagram**

Instagram est devenu une plateforme populaire pour la découverte de produits ou de services grâce à des publications attractives. Le réseau social permet aussi de créer et de se construire une image de marque forte. En utilisant Instagram, Zôdio peut atteindre une nouvelle clientèle et trouver un public plus large.

**À partir des ressources B5 à B8 et de vos compétences :**

Mathieu Carma souhaite promouvoir sur Instagram les ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année ».

**5.1 Rédiger les éléments de la publication Instagram qui annonce l'opération.**

La publication est en ligne depuis 15 jours. Mathieu Carma souhaite vérifier son impact et vous demande d'analyser la performance et la visibilité de cette publication.

**5.2 Calculer et commenter le taux d'engagement de la publication Instagram. Arrondir à deux décimales.**

**5.3 Proposer trois actions pour développer la visibilité de cette publication Instagram.**

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 12 sur 18

## DOSSIER RESSOURCES MISSION 2

### Ressource B1 - Zôdio s'appuie sur ses ateliers cuisine et décoration

Avec ses ateliers cuisine, l'enseigne de décoration Zôdio accompagne le client dans sa quête du beau, du bon, du bio, du durable et du convivial. Des animations qui fidélisent et boostent son image sur les réseaux sociaux.

Des ateliers pour tous et pour tous les âges, en magasins ou en dehors, permettent d'initier à une cuisine plus saine et écologique. « Nos ateliers cuisine apportent énormément de vie, de chaleur, de partage, de bonnes odeurs, de savoirs, de rires, de bons moments, explique Johann Desjardins, directeur marketing de Zôdio. Ils donnent à nos magasins une cote d'amour supérieure à celles de nos concurrents et génèrent beaucoup de photos publiées sur les réseaux sociaux. »

Depuis sa création, en 2007, Zôdio propose ses ateliers cuisine et décoration dans tous ses magasins. Chacun d'eux s'attache les services d'un chef qui anime une communauté autour des ateliers cuisine.

En phase avec le succès des émissions de coaching déco et de concours de cuisine, Zôdio (20 magasins en France, 3 en Italie, 1 au Brésil, 3 000 m<sup>2</sup> en moyenne pour 30 000 références) continue de surfer sur les tendances d'aujourd'hui : cocktails, cake design... et surtout initiation à une cuisine plus saine et écologique. Animés par des coachs santé, de nouveaux ateliers proposent recettes bio, végétariennes, véganes, sans gluten, sans allergènes...

D'après Johann Desjardins : « La préoccupation environnementale était déjà présente chez nos clients. Mais depuis deux ou trois ans, elle se traduit par des actes : 95 % des foyers visités ont entamé une démarche, même modeste (recyclage, manger local). » Un message reçu 5/5 et décliné dans les ateliers cuisine et déco (70 % consacrés au recyclage d'objets).

Les ateliers, demeurent le fondement de l'enseigne, sa marque de fabrique et la recette de son succès : animation de la surface de vente, fidélisation de la clientèle et buzz très prescripteur sur les réseaux sociaux. Un positionnement accentué dans le nouveau concept Zôdio ouvert à Herblay (95), créé pour booster la croissance de l'enseigne : moins de références, des gondoles basses et une zone d'ateliers visible de partout, placée au centre du magasin.

#### Chiffres clés

- 500 à 800 ateliers par an et par magasin (estimation LSA), encadrés par un chef cuisinier, un mixologue (spécialiste de la confection des cocktails), un coach santé... pour 20 € à 80 €
- Chaque magasin est suivi par 6 000 à 10 000 personnes sur Facebook, 4 000 sur Instagram

Source : Patrice Jayat, [www.lsa-conso.fr](http://www.lsa-conso.fr)

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 13 sur 18

## Ressource B2 - Description de l'atelier « Macarons, fêtes de fin d'année » avec la cheffe Pascaline



### POUR PRÉPARER LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE Atelier Macarons, fêtes de fin d'année

(Durée de l'atelier : 2 h / Tarif : 55 € TTC / Nombre de participants : 6 / Dates : tous les vendredis et samedis de décembre  
Inscription sur le site zodio [www.zodio.fr](http://www.zodio.fr) ou en magasin!

DATES : Vendredis 01/12, 08/12, 15/12, 22/12, 29/12 de 16h30 à 18h30.  
Samedis 02/12, 09/12, 16/12, 23/12 et 30/12 de 14h30 à 16h30.



**Avec la cheffe Pascaline: lauréate du concours Le meilleur Chef Pâtissier**

#### DESCRIPTION DE L'ATELIER

Apprenez les coques de macarons à la meringue italienne d'après la recette de P. Hermé (grand chef pâtissier, spécialiste du macaron) avec une ganache chocolat montée.  
Vous emporterez un minimum de 18 pièces. Adultes et ados bienvenus !  
Cheffe : Pascaline Le Meilleur Pâtissier Pro M6  
Pensez à l'environnement, apportez une boîte :)

Type d'atelier : atelier technique  
Public atelier : Adulte plus de 16 ans  
Difficulté atelier : débutant  
Emplacement atelier : magasin  
J'emporte ma création : Oui  
Ingrédients et/ou fournitures fournies : Oui  
Tablier fourni : Oui  
Ingrédients locaux : Non  
Régime alimentaire : tout régime  
Contient allergènes : fruits à coque / lait / œuf  
Une réservation vaut pour : 1 personne  
Inscription et réservation : Sur le site internet zodio ou en magasin

Source : les auteurs

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES			
SUJET		COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 14 sur 18	

## Ressource B3 – Coût prévisionnel de l'atelier « Macarons, fêtes de fin d'année »



\* Tabliers lavables et réutilisables.

Source : les auteurs

## Ressource B4 – Planning de réservation pour les ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »

	A	B	C	D	E
1					
2		<b>PLANNING DE RÉSERVATION ATELIER " MACARONS, FÊTES DE FIN D'ANNÉE " DU 01/12 AU 31/12/2024</b>			
3	<b>Atelier</b>	<b>Animatrice</b>	<b>Date de l'atelier</b>	<b>Places disponibles</b>	<b>Réservations</b>
4	<b>Macarons, fêtes de fin d'année</b> 	Sophie	01/12/2024	6	1
5		Sophie	02/12/2024	6	4
6		Sophie	08/12/2024	6	2
7		Sophie	09/12/2024	6	4
8		Sophie	15/12/2024	6	4
9		Sophie	16/12/2024	6	6
10		Sophie	22/12/2024	6	6
11		Sophie	23/12/2024	6	2
12		Sophie	29/12/2024	6	2
13		Sophie	30/12/2024	6	1

**Prix de l'atelier « Macarons, fêtes de fin d'année » : 55 euros TTC**

Source : Les auteurs avec des données internes ou adaptées de Zodio

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES			
SUJET		COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 15 sur 18	

## Ressource B5 - Extraits Compte Instagram Zôdio La Rochelle

zodio\_la\_rochelle

**ZÔDIO**  
LA ROCHELLE

562 Publications 3530 Followers 1083 Suivi(e)s

**z ô d i o La Rochelle**  
Zôdio c'est cuisiner, recevoir, décorer, ranger, créer mais aussi des ateliers culinaires et créatifs.  
🕒 Du lundi au samedi de 9h à 19h30 !  
2 Rue du 18 Juin, Puilboreau, Poitou-Charentes, France  
[linktr.ee/zodio\\_la\\_rochelle](https://linktr.ee/zodio_la_rochelle)  
Suivi(e) par libbymjames

Suivre en retour Écrire

Atelier Créatif ATELIER FÉ... À la une À la une À la

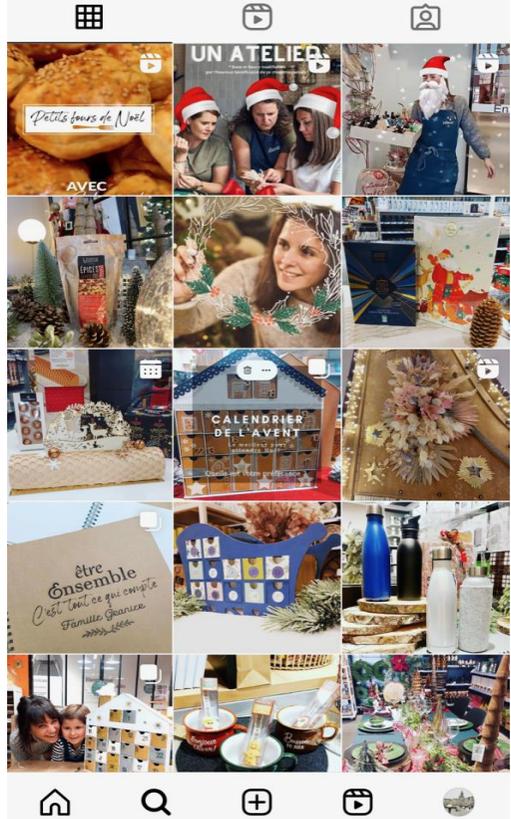
Publications Suivre



21 J'aime

zodio\_la\_rochelle Oh oh oh ❤️ Nous sommes tombés amoureux des biscuits de @chez\_charlotte 🌲 Ils ont l'air si croustillants et moelleux à la fois 😍😍 Et vous quelles sont vos gourmandises de Noël préférées ? N'hésitez pas à nous partager vos recettes et astuces en commentaires ✨

zodio\_la\_rochelle Suivre

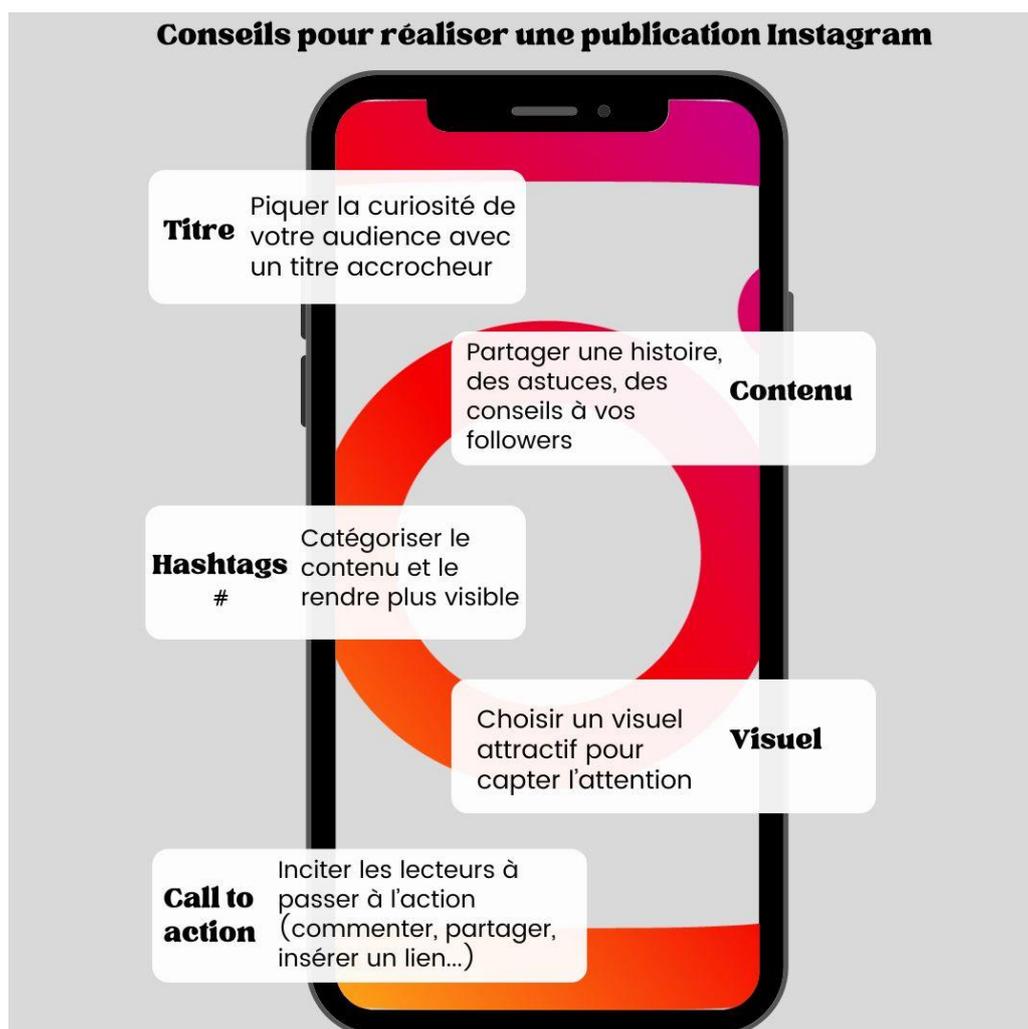


Promotions de Noël 🎁 profitez d'une sélection festive jusqu'à -40% en magasin et sur notre site ✨ zodio.fr ✨

#zodio #zodihome #biscuits #sables #noel #recette #recettefacile #gingerbread

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES			
SUJET		COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 16 sur 18	

## Ressource B6 – Conseils pour réaliser une publication Instagram



Sources : les auteurs

## Ressource B7 – Interactions de la publication Instagram ateliers « Macarons, fêtes de fin d'année »

 	INTERACTIONS	RÉSULTATS
	Likes	22
	Partages	20
	Commentaires	8
Followers	3 606	

Source : les auteurs

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 17 sur 18

## Ressource B8 - Calculer un taux d'engagement et sa pertinence

### ⇒ Comment calculer le taux d'engagement sur Instagram ?

Le taux d'engagement est un indicateur de performance régulièrement utilisé. Il est calculé en faisant le rapport entre :

- d'une part, le nombre d'interactions provoquées par une publication (quel que soit le format utilisé : photo, réels, story, etc.) et
- d'autre part, le nombre d'abonnés comptabilisé par le compte auteur du contenu.

Le calcul du taux d'engagement sur Instagram est un indicateur essentiel pour tous les créateurs de contenu sur la plateforme, influenceurs comme marques et entreprises. Il aide à mesurer avec objectivité les retours de l'audience sur le contenu proposé par un créateur.

### ⇒ Qu'est-ce qu'un bon taux d'engagement sur Instagram ?

Pour plus de pertinence, le taux d'engagement moyen sur Instagram peut être complété par une échelle indiquant si votre taux d'engagement est plutôt "bon" ou "mauvais". Là encore, il s'agit d'indicateurs généraux, permettant de situer un influenceur ou une marque dans son environnement concurrentiel...mais pas d'interpréter ses performances d'engagement avec une objectivité sans faille.

Ainsi, l'échelle est la suivante :

- ✓ 1 % ou moins : faible taux d'engagement.
- ✓ Entre 1% et 1,5 % : taux d'engagement moyen
- ✓ Entre 1,5 et 3,5 % : taux d'engagement bon.
- ✓ Entre 3,5 % et 6 % : taux d'engagement élevé.
- ✓ 6 % ou plus : taux d'engagement très élevé.

En somme, pour savoir si un taux d'engagement Instagram est bon, il faut nécessairement prendre en compte le nombre d'abonnés du profil. Par exemple, si 10 000 personnes sont abonnées à votre compte Instagram, vous devriez générer environ 229 interactions par publication sur le réseau social pour estimer avoir un ratio satisfaisant. En parallèle il est important de souligner qu'en règle générale, plus la communauté est petite, plus le taux d'engagement est grand. C'est notamment pour cette raison que les marques se tournent de plus en plus vers les micro-influenceurs.

Source : <https://www.meltwater.com/>

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
1703	SESSION 2024	PAGE 18 sur 18