

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**  
**SPÉCIALITÉ COMMERCE**

**ÉPREUVE E2**  
**PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ**  
**DE L'UNITÉ COMMERCIALE**

**Le dossier comporte 27 pages numérotées 1/27 à 27/27.**  
**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 dans la feuille de copie anonymée.**

**L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.**

**Calculatrice autorisée, B.O. 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 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 1 sur 27

**SUJET**  
**« BD FUGUE CAFÉ »**

Vous venez d'être engagé(e) dans la librairie **BD FUGUE CAFÉ** de la ville d'Annecy (dans le département de la Savoie).

Cette librairie **BD FUGUE CAFÉ** se situe dans une zone très fréquentée du centre ville dont les « locomotives » sont le centre culturel et commercial appelé « BONLIEU » et le centre commercial « COURRIER ».

En 1981, l'enseigne **BD FUGUE CAFÉ** était créée à ANNECY.

Aujourd'hui six autres points de vente composent le réseau : Lille, Besançon, Grenoble, Lyon, Nice, Bordeaux.

Le développement du groupe est progressif. D'autres projets d'ouverture sont en prévision : le prochain magasin **BD FUGUE CAFÉ** va ouvrir ses portes à Toulouse.

Gérant avec une âme d'entrepreneur, Monsieur Jean-Jacques ROBY (fondateur du réseau) a défini une charte pour guider chaque nouvelle ouverture à l'enseigne **BD FUGUE CAFÉ** : l'emplacement géographique, le concept et l'informatisation font de ces magasins des unités de vente modernes. Monsieur ROBY souhaite ainsi développer sa clientèle et capter de nouveaux consommateurs.

*Le concept **BD FUGUE CAFÉ** ?* Une librairie spécialisée en bandes dessinées, manga, comics et objets dérivés à laquelle est associé un café.

Disposant de plus de 10 000 références de bandes dessinées de tous genres (européens, mangas, comics), ces unités de ventes proposent aussi de nombreuses affiches, tee-shirts, et figurines dont notamment les figurines Tintin.

Le café est le lieu de rencontres entre amateurs de Bande Dessinée ou un lieu d'attente confortable pour conjoint moins passionné !

La convivialité du café en fait aussi un lieu privilégié pour les dédicaces et les expositions.

Au bruit ambiant des grands magasins se substituent le calme et l'apaisement propice à une sensibilité littéraire.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 2 sur 27



Vous êtes sous la responsabilité de monsieur ROBY, responsable du point de vente **BD FUGUE CAFÉ** Annecy, qui vous confie les trois missions suivantes :

**PARTIE 1 : Analyse des résultats du magasin et du rayon « Manga d'action »**

**PARTIE 2 : Gestion de l'unité commerciale**

**PARTIE 3 : Fidélisation de la clientèle**

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 3 sur 27

## **Liste des documents**

Document 1	La BD en chiffres : finies les années de croissance insolente	Page 10/27
Document 2	Ventes en volume et chiffre d'affaires réalisées durant l'année 2011	Page 11/27
Document 3	Top 15 des meilleures ventes de BD en 2011 chez BD FUGUE Annecy	Page 12/27
Document 4	Ventes du mois de mai au rayon « manga d'action »	Page 13/27
Document 5	Rappel : les taux de TVA	Page 14/27
Document 6	Produits présents dans l'assortiment	Page 15/27
Document 7	Linéaire du rayon « Nouveautés »	Page 16/27
Document 8	Formats des bandes dessinées	Page 17/27
Document 9	Meilleures ventes du rayon « Nouveautés » pour le mois de mai	Page 18/27
Document 10	E-Commerce	Page 19/27
Document 11	Données « sorties caisses »	Page 20/27

## **Liste des annexes**

Annexe 1	Taux d'évolution des ventes réalisées entre le 1 <sup>er</sup> et le 4 <sup>ème</sup> trimestre 2011	Page 21/27
Annexe 2	Résultats des ventes de « manga d'action » pour le mois de mai	Page 22/27
Annexe 3	Analyse de l'assortiment « manga d'action »	Page 23/27
Annexe 4	Catégories de produits présentés	Page 24/27
Annexe 5	Grille d'analyse de merchandising des segments « Nouveautés »	Page 25/27
Annexe 6	Diagnostic et propositions pour le rayon « Nouveautés »	Page 26/27
Annexe 7-a	Analyse des encaissements et commentaires	Page 27/27
Annexe 7-b	États des ouvertures de cartes de fidélité	Page 27/27

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2		Page 4 sur 27

## PARTIE 1

### « Analyse des résultats du magasin et du rayon Manga »

Depuis deux ans le marché de la bande dessinée ne connaît plus le même rythme de croissance. Il est donc nécessaire d'être vigilant pour rester compétitif et proposer les bandes dessinées adaptées à la demande des clients. C'est pourquoi monsieur ROBY vous demande d'observer les tendances de ce marché et de les comparer avec son magasin.

Il vous remet une dépêche de l'AFP parue sur le site du Point le 23 janvier 2012 et les chiffres du point de vente.

#### TRAVAIL À FAIRE :

##### À partir des documents 1 à 3

1.1 Calculez l'évolution des ventes en volume et en chiffre d'affaires réalisé entre le 1<sup>er</sup> trimestre 2011 et le 4<sup>ème</sup> trimestre 2011 pour le rayon Manga de BD FUGUE.

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

1.2 Calculez l'évolution des ventes en volume et en chiffre d'affaires réalisé pour le magasin entre 2010 et 2011.

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

1.3 Analysez et comparez les tendances nationales du marché des bandes dessinées avec les données de votre point de vente. Étudiez plus particulièrement l'évolution des ventes en volume et en chiffre d'affaires ainsi que la part représentée par genre sans oublier le top 15 des ventes.

Réponse à rédiger **sur la copie**

Monsieur ROBY s'interroge sur les performances de 5 titres du rayon « manga d'action ». Il vous remet un tableau d'analyse reprenant les prix d'achat initiaux afin que vous procédiez à différents calculs commerciaux.

Cette étude doit permettre d'ajuster l'assortiment et éventuellement d'apporter des améliorations pour la gestion du rayon. Monsieur ROBY vous rappelle qu'une remise exceptionnelle de 5 % a été accordée sur l'article Tripeace tome 9 pour écouler un stock important avant l'arrivée du tome 10.

#### **TRAVAIL À FAIRE**

À partir des **documents 4 à 5** et de vos connaissances :

1.4 Complétez le tableau d'analyse des résultats des ventes de manga d'action pour le mois de mai. Détaillez les calculs pour la première référence de la liste.

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

1.5 Analysez les résultats obtenus.

Complétez l'**annexe 3** (à rendre avec la copie)

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 5 sur 27

## PARTIE 2

### «Gestion de l'unité commerciale»

Dans un contexte de concurrence forte (proximité de la FNAC, de France Loisirs), il est important de proposer un assortiment permettant de répondre aux besoins des consommateurs et d'avoir une gestion précise des produits.

Afin de vous familiariser avec l'assortiment du magasin, monsieur ROBY vous fournit une documentation sur les différents produits que l'on trouve dans le magasin.

#### TRAVAIL À FAIRE

À partir du **document 6** et de vos connaissances :

- 2.1** Classez ces produits par catégorie en expliquant l'objectif visé par l'enseigne qui le propose.

Complétez l'**annexe 4** (à rendre avec la copie).

- 2.2** Déterminez deux lieux stratégiques où l'on peut placer les nouveautés dans le magasin.

Réponses à rédiger **sur la copie**

Monsieur ROBY souhaite améliorer la rentabilité de son magasin et il envisage de réimplanter un rayon emblématique du point de vente : le rayon « Nouveautés » afin d'optimiser sa rentabilité au mètre linéaire.

Pour valoriser ce rayon, chaque semaine, à l'occasion de la sortie de leur album, les auteurs viennent à la rencontre des clients de BD FUGUE et leurs dédicacent leur(s) création(s). Ces séances ont lieu généralement les fins de semaine, vendredi ou samedi. Monsieur ROBY vous charge de procéder aux calculs de rentabilité du rayon « Nouveautés ».

#### TRAVAIL À FAIRE

À partir des **documents 7 à 9** et de vos connaissances :

- 2.3** Complétez la grille d'analyse de marchandisage du segment « Nouveautés ».

Analysez vos résultats et apportez vos conclusions.

Calculez le nouveau linéaire théorique en tenant compte de l'indice de sensibilité à la marge.

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

Détaillez les calculs pour la référence Kick Ass.

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

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 6 sur 27

Vos derniers calculs vous ont conduit à modifier le linéaire « Nouveautés ».

Trois semaines après, vous constatez que les ventes de ces produits ont augmenté :

- 1 612 personnes entrent en moyenne chaque jour dans le magasin ;
- avant la réimplantation, 1 108 passaient devant le linéaire « Nouveautés » contre 1 454 aujourd'hui ;
- 952 achetaient contre 1 389 aujourd'hui.

**2.4** Mesurez, comparez et commentez les indicateurs de fréquentation du linéaire.

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

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 7 sur 27

## **PARTIE 3**

### **« La fidélisation de la clientèle »**

Monsieur ROBY souhaite que vous vous intéressiez à un problème qu'il rencontre régulièrement : la fidélisation des clients de passage dans la région. En effet, Annecy est une ville touristique, de nombreux clients achètent puis n'ont plus l'occasion de revenir. Il vous suggère d'étudier la possibilité de vendre en ligne l'ensemble des produits du magasin afin de fidéliser cette clientèle. L'enseigne BD FUGUE dispose déjà d'un site qui lui permet de présenter ses ouvrages, et de faire connaître les manifestations (dédicaces, promotions, ...) sur l'ensemble des magasins. Il est également possible d'acheter en ligne des Bandes Dessinées, mais monsieur ROBY souhaiterait quelque chose de plus personnalisé qui permettrait à sa clientèle de retrouver son assortiment avec ses commentaires sur les nouvelles parutions. Il vous propose donc d'envisager la création d'un lien du site BD FUGUE vers un site spécifique pour le magasin d'Annecy.

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

À partir du **document 10** et de vos connaissances :

**3.1** Énumérez les contraintes liées à la création de ce site marchand (3 contraintes). Vous donnerez un exemple concret pour chacune des contraintes.

Réponses à rédiger **sur la copie**.

**3.2** Indiquez quelle autre solution peut envisager monsieur ROBY pour vendre en ligne ses ouvrages. Illustrez votre réponse avec 3 exemples.

Réponses à rédiger **sur la copie**.

**3.3** Donnez les avantages et les limites de cette autre solution de vente en ligne.

Réponses à rédiger **sur la copie**.

**3.4** Précisez à monsieur ROBY, si d'après vous la création de ce site marchand va lui permettre de fidéliser sa clientèle de passage. Quelles autres répercussions cela peut avoir sur le magasin (2 éléments de réponse)

Réponses à rédiger **sur la copie**.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 8 sur 27



Face à la concurrence, monsieur ROBY apporte également un soin tout particulier à la fidélisation des clients en magasin. La carte de fidélité constitue un élément majeur. Chaque client qui en possède une cumule des points (1 euro acheté = 1 point) afin de bénéficier d'une remise de 5 % au bout de 400 points. Monsieur ROBY souhaite vérifier l'impact de cette carte et vous demande de l'aider dans l'analyse des chiffres qu'il vous communique.

### TRAVAIL À FAIRE

À partir du **document 11** et de vos connaissances :

**3.5** Calculez :

- Le panier moyen d'un client sans carte en 2011 ;
- Le panier moyen d'un client avec carte en 2011 ;
- L'évolution de chiffre d'affaires entre 2010 et 2011 ;
- Le taux de chiffre d'affaires encarté en 2011.

Commentez vos résultats.

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

Monsieur ROBY vous communique également un état des ouvertures de cartes pour le magasin d'Annecy (voir annexe 7-b).

### TRAVAIL À FAIRE

**3.6** Procédez aux calculs nécessaires puis commentez la situation sur votre copie

Compléter l'**annexe 7b** (à rendre avec la copie).

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 9 sur 27

## DOCUMENT 1



# La BD en chiffres : finies les années de croissance insolente

La bande dessinée ne connaît plus depuis deux ans le rythme de croissance insolent dont elle a bénéficié pendant quinze années mais les belles ventes engrangées à Noël devraient lui permettre de se maintenir en 2011 au-dessus de la moyenne du marché du livre.

La bande dessinée avait commencé 2011 dans le rouge, avec un recul de 2,5 % au premier trimestre, d'après le baromètre Livres Hebdo/1+C, avant d'afficher un bond de 1,5 % au deuxième et un recul de 1% au troisième et un nouveau bond de 2 % au quatrième trimestre. (...)

Dès à présent, Ipsos évalue le marché de la bande dessinée à 32,8 millions de volumes (moins 1,6 %) et 347 millions d'euros (plus 1,9 %) (...)

Les ventes ont légèrement baissé en quantité (-0,4 %) mais ont progressé en termes de chiffre d'affaires avec un bond de 3,9 % par rapport à 2010, note GfK. C'est la BD Jeunesse qui a été la plus dynamique, avec une forte croissance (+5,8 % en volume et +12 % en chiffre d'affaires).

Des séries récentes comme "Les Légendaires" de Patrick Sobral, "Les Blagues de Toto" de Thierry Coppee, toutes deux chez Delcourt, "Les Sisters" de William Maury chez Bamboo ou "Seuls" de Fabien Vehlmann chez Dupuis ont rencontré un beau succès.

Mais les plus anciennes ne sont pas en reste, dopées notamment par la sortie de films. "Le Secret de la Licorne" de Steven Spielberg propulse ainsi "Les Aventures de Tintin" (Casterman) en tête des ventes en volume par série de BD Jeunesse, l'adaptation au cinéma de "L'Elève Ducobu" avec Elie Semoun place la série au 8<sup>ème</sup> rang ou celle des "Schtroumpfs" au 11<sup>ème</sup>.

Quant au manga, moteur de la croissance pendant des années, il a vu ses ventes ralentir en 2009 avant de baisser en 2010. Le recul est moins marqué en 2011 et le poids des mangas se stabilise à quelque 35 % des ventes en exemplaires.

Le top 10 des meilleures ventes de BD 2011 en volume confirme le succès de séries bien établies, qu'il s'agisse de mangas avec "Naruto" chez Kana et "One Piece" chez Glénat, ou d'albums comme "XIII" chez Dargaud, "Thorgal" au Lombard ou "Blake et Mortimer" aux éditions éponymes.

Ce palmarès comporte aussi une surprise, "La planète des sages" de Charles Pépin et Jul, chez Dargaud, BD désopilante et savante sur la philosophie qui retrace trois mille ans de pensée mondiale et se hisse à la 4<sup>ème</sup> place.

Le deuxième volume de "Quai d'Orsay" d'Abel Lanzac et Christophe Blain chez Dargaud, qui dépeint les coulisses du ministère des Affaires étrangères, se classe pour sa part en 6<sup>ème</sup> position et laisse augurer d'une année très politique y compris en BD.

AFP – Point.fr – 23-01-12

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 10 sur 27	

## DOCUMENT 2

### Ventes en volume et chiffre d'affaire réalisées durant l'année année 2011

GENRE BD	1 <sup>er</sup> trimestre		2 <sup>ème</sup> trimestre		3 <sup>ème</sup> trimestre		4 <sup>ème</sup> trimestre		TOTAL		PART DU GENRE BD en %	
	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA
AVENTURE	3 000	48 000	3 400	54 400	2 800	50 400	3 600	61 200	12 800	214 000	18,32%	19,08%
JEUNESSE	4 500	63 000	4 750	66 500	4 625	69 375	5 000	85 000	18 875	283 875	27,02%	25,31%
MANGA	4 420	44 200	4 760	52 360	4 250	87 125	4 800	57 600	18 230	241 285	26,10%	21,51%
GRANDS CLASSIQUES	3 400	68 000	3 780	71 820	3 675	80 850	3 705	92 625	14 560	313 295	20,84%	27,93%
BD D'HUMOUR	1 470	17 640	1 100	13 200	1 210	15 730	1 610	22 540	5 390	69 110	7,72%	6,16%
TOTAL DES VENTES	16 790	240 840	17 790	258 280	16 560	303 480	18 715	318 965	69 855	1 121 565		

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 11 sur 27

## DOCUMENT 3

### Top 15 des meilleures ventes de BD en 2011 chez BD FUGUE ANNECY

CLT	TITRE	AUTEUR	GENRE
1	Naruto Shippuden ; anime comics t3 ; la flamme de la volonté	Masashi Kishimoto	MANGA
2	Le secret de la Licorne	Hergé	BD JEUNESSE
3	XIII tome 20 ; le jour du Mayflower	Yves Sente / Iouri Jigounov	BD POLICIER
4	Thorgal tome 33 ; le bateau sabre	Yves Sente / <u>Grzegorz Rosinski</u>	GRANDS CLASSIQUES
5	La planète des sages	Charles Pépin et Jul	BD D'HUMOUR
6	One piece t61	Oda	MANGA
7	L'élève Ducobu : silence, on copie !	Zidrou – Godi	BD JEUNESSE
8	Quai d'Orsay t2 : chroniques diplomatiques	Abel Lanzac et Christophe Blain	BD D'HUMOUR
9	Blake et Mortimer t20 ; la malédiction des trente deniers	Jean Van Hamme / Antoine Aubin	GRANDS CLASSIQUES
10	Les Légendaires	Patrick Sorbal	BD JEUNESSE
11	Les Schtroumpfs tome 30 : Les Schtroumpfs de l'ordre	Peyo	BD JEUNESSE
12	Les Blagues de Toto	Thierry Coppee	BD JEUNESSE
13	Largo Winch ; intégrale tome 2	Philippe Francq / Jean Van Hamme	GRANDS CLASSIQUES
14	Les Sisters	William Maury	BD JEUNESSE
15	Seuls	Fabien Velhmann	BD JEUNESSE

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2		Page 12 sur 27

## DOCUMENT 4

### VENTES DU MOIS DE MAI AU RAYON « MANGA D'ACTION »

Références	Désignations	Auteurs	PA HT en €	PV TTC en €	Quantités vendues			
					S18	S19	S20	S21
9782351426043	BD SOUL EATER Tome 17	Ohkubo	4,18	6,50	4	5	2	3
9782351426616	KEN-ICHI Tome 23	Mat Suena	4,26	6,50	0	1	4	4
9782351426814	VINLAND SAGA Tome 10	Makoto Yuhimura	5,00	7,50	3	4	2	4
9782820302151	LA LÉGENDE DE TOKI Tome 3	Nagate et Hara	5,10	7,50	8	5	6	7
9782355923180	TRIPEACE Tome 9	Maru Tomoyuki	4,20	6,50	11	8	5	7

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 13 sur 27

## DOCUMENT 5 : Les différents taux de TVA applicables en France en 2012

Taux	Biens concernés
<b>Normal :</b> 19,60 %	Il s'applique à tous les produits qui ne sont pas concernés par le taux réduit, intermédiaire et spécifique.
<b>Intermédiaire :</b> 7 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les eaux et boissons non alcooliques,</li> <li>- les produits d'origine agricole, de la pêche, de la pisciculture, et de l'aviculture n'ayant subi aucune transformation,</li> <li>- les produits suivants à usage domestique : bois de chauffage, produits de la sylviculture agglomérés destinés au chauffage, déchets de bois destinés au chauffage,</li> <li>- les aliments simples ou composés utilisés pour la nourriture du bétail, des animaux de basse-cour, des poissons d'élevage destinés à la consommation humaine et des abeilles, ainsi que les produits entrant dans la composition de ces aliments</li> <li>- les produits antiparasitaires,</li> <li>- les livres,</li> <li>- les médicaments, préparations magistrales et produits officinaux non pris en charge par la sécurité sociale,</li> <li>- les oeuvres d'art, objets de collection ou d'antiquité,</li> <li>- la rénovation et réparation de logements privés de plus de 2 ans.</li> </ul>
<b>Réduit :</b> 5,50 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>- produits destinés à l'alimentation humaine (à l'exception des produits dits de "luxe", comme la confiserie, certains chocolats et produits chocolatés, margarines et graisses végétales, etc. qui sont soumis au taux normal),</li> <li>- abonnements au gaz et à l'électricité,</li> <li>- abonnements aux réseaux de fourniture d'énergie,</li> <li>- équipements et services à destination des personnes handicapées.</li> </ul>
<b>Spécifique :</b> 2,10 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>- médicaments remboursés par la sécurité sociale,</li> <li>- publications de presse.</li> </ul>

Source : <http://www.net-iris.fr/veille-juridique/actualite>

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2		Page 14 sur 27

## DOCUMENT 6

### PRODUITS PRÉSENTS DANS L'ASSORTIMENT



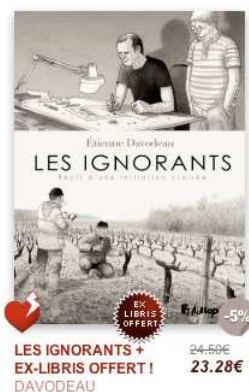
ORANGE par BENJAMIN : **12,50 €**

Pour la sortie nationale de son dernier album, Benjamin, auteur chinois publié par Xio Pan sera en France pour des séances de dédicace :

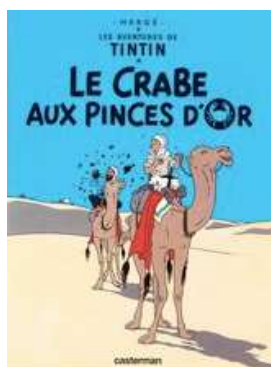
- 20 mars Librairie BD Fugue Café Lyon (69)
- 21 mars Librairie BD Fugue Café Grenoble (38)
- 22 mars Librairie BD Fugue Café Annecy (74)



La vérité sur le baccalauréat  
À deux mois du baccalauréat, cette bande dessinée humoristique peut être demandée  
Prix : 10 €



Cette offre promotionnelle de 5 % est réservée aux ventes réalisées sur notre site internet, BD FUGUE durant la période du 15 au 31 mai 2012.  
Prix : 23,20 €



Produit présent toute l'année dans le rayon BD Classiques ; Fac-similé couleurs  
**Le Crabe aux pinces d'or**  
Auteur : Hergé  
Prix : 19,00 €



Nous venons de recevoir la superbe affiche que nous éditons à l'occasion de la venue vendredi 13 mai de Manu Arenas pour Yaxin le faune !!  
Très beau papier, 30x40cm, 150 exemplaires Numérotés et Signés (le jour de sa venue) et au prix de lancement de 8 € au lieu de 13 € jusqu'au 15 mai !

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 15 sur 27



# DOCUMENT 7 : LINÉAIRE DU RAYON « NOUVEAUTÉS »



1,90 m



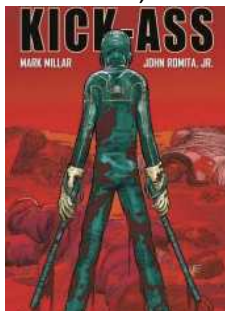
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 16 sur 27



## DOCUMENT 8

### FORMATS DES BANDES DESSINÉES

KICK ASS  
PVC : 25,00€



Hauteur : 30 cm  
Largeur : 21,70 cm

X-MEN  
PVC : 23€



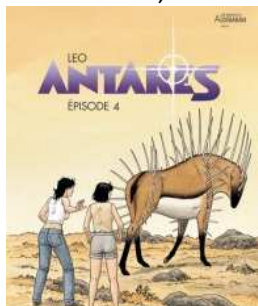
Hauteur : 30 cm  
Largeur : 22 cm

NEGI MA !  
PVC : 6,95€



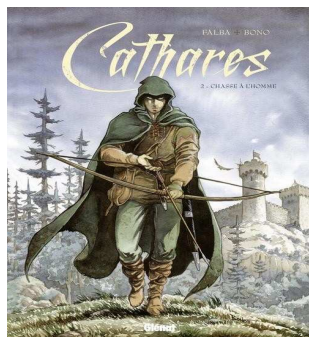
Hauteur : 31 cm  
Largeur : 23,50 cm

ANTARES  
PVC : 11,55€



Hauteur : 29,50 cm  
Largeur : 22,40 cm

CATHARES  
PVC : 29€



Hauteur : 32 cm  
Largeur : 24 cm

SPIROU ET FANTASIO  
PVC : 10,45€



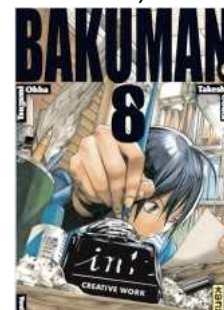
Hauteur : 30,80 cm  
Largeur : 23,50 cm

ULTIMATUM  
PVC : 28€



Hauteur : 31,50 cm  
Largeur : 24,40 cm

BAKUMAN  
PVC : 6,75€



Hauteur : 31,50 cm  
Largeur : 21 cm

CAT STREET  
PVC : 6,71€



Hauteur : 31,80 cm  
Largeur : 21 cm

SKETCHTRAVEL - PVC : 28,41€ - Hauteur : 22 cm ; Largeur : 31 cm



EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 17 sur 27

## DOCUMENT 9

### MEILLEURES VENTES DU RAYON « NOUVEAUTÉS » POUR LE MOIS DE MAI



	Références	Ventes en Unité de Commande	Prix d'achat H.T.	Prix de vente H.T.	Prix de vente TTC.	Chiffre d'affaires TTC
Comics	KICK-ASS	10	15,80	23,73	25,39	253,91
	ULTIMATUM	9	16,00	26,54	28,40	255,58
	X-MEN	8	12,89	21,95	23,49	187,89
Mangas	NEGIMA	16	4,34	6,59	7,05	112,82
	BAKUMAN	10	4,25	6,4	6,85	68,48
	CAT STREET	8	4,15	6,35	6,79	54,36
	SKETCHTRAVEL	5	18,96	26,96	28,85	144,24
B.D.	SPIROU et FANTASIO	16	7,02	9,9	10,59	169,49
	CATHARES	8	19,46	27,53	29,46	235,66
	ANTARES	4	8,07	10,98	11,75	46,99
<b>TOTAUX</b>		94				1 529,42

EXTRAIT D'ÉCRAN DU LOGICIEL DE GESTION

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 18 sur 27

## DOCUMENT 10

### E-commerce, l'avenir de la distribution :

Malgré le contexte de crise, le secteur du e-commerce bénéficie encore et toujours d'une forte croissance et d'un dynamisme considérable. Internet est perçu comme l'un des canaux de distribution prioritaire pour développer les ventes et toucher directement les clients finaux. Ainsi, le nombre de **sites marchands** actifs en France ne cesse d'augmenter. Parmi eux, les cinq premiers sites sont : eBay, PriceMinister, La Redoute, Fnac et Amazon. A noter également la prédominance des **sites d'achat-vente** qui connaissent une croissance supérieure à celle du e-commerce. Trois d'entre eux figurent ainsi dans le Top 5 du e-commerce : eBay, PriceMinister et Amazon. De plus en plus d'entreprises utilisent ce type de **sites transactionnels** pour vendre des produits neufs à prix fixes et acquérir de nouveaux clients.

### Les problématiques de distribution sur Internet :

Un fabricant qui souhaite développer sa distribution sur Internet doit faire face à de nouvelles contraintes. Entre autres, créer un **site marchand** nécessite des investissements techniques et financiers relativement importants qu'une société ne peut pas toujours supporter, par manque de moyens et/ou de compétences, ou tout simplement parce qu'elle préfère concentrer ses ressources sur des tâches qu'elle maîtrise.

Une fois le site en ligne, le réel challenge commence. Créer ou faire créer son site est une chose, le faire connaître en est bien évidemment une autre ! Sur Internet, le marchand doit faire face à une concurrence mondiale et mettre en œuvre une stratégie marketing spécifique pour générer du trafic et des ventes. Pour un marchand ne disposant pas d'une forte notoriété spontanée, attirer les acheteurs peut se révéler difficile... Si les fondamentaux du **commerce en ligne** sont proches de ceux qui régissent le commerce physique, les moyens sont sensiblement différents. Le trafic sur le site marchand a un impact positif sur celui des magasins et vice versa. Plus que de conflits de distribution, il convient de parler d'effets de synergies entre le canal Internet et le canal physique.

### Les solutions pour vendre en ligne :

Les problématiques de la distribution sur Internet étant posées, deux approches se dégagent pour vendre en ligne efficacement :

#### Faire venir les acheteurs vers les produits :

La première solution est celle qui consiste à faire venir les acheteurs sur **le site marchand**. Cette approche traditionnelle, qui est aussi la plus complexe pour le vendeur, oblige ce dernier à actionner de nombreux leviers marketing pour rendre son site visible et générer des ventes. Cela passe notamment par des achats de mots-clés, une présence sur les guides d'achat et les sites de référencement, des campagnes d'e-mailing, de l'affiliation, du référencement naturel et des opérations de partenariats. Cette approche est consommatrice de ressources. Elle demande des investissements initiaux souvent importants. De nombreux acteurs, éditeurs de logiciel e-commerce, agences web ou prestataires e-marketing, proposent aujourd'hui des solutions attractives mais la concurrence est rude et les budgets qui permettent de sortir du lot sont souvent colossaux.

#### Placer les produits devant les acheteurs finaux :

La seconde approche consiste à tirer parti du très fort développement **des sites d'achat-vente** en plaçant les produits directement devant les acheteurs finaux présents sur les sites leaders du e-commerce. Le rôle **des sites d'achat-vente**, est de mettre en relation acheteurs et vendeurs sur leur plateforme, mais surtout d'investir massivement en marketing pour générer du trafic. Preuve du succès de ce modèle, les deux premiers sites d'e-commerce en termes de nombre de visiteurs sont eBay et PriceMinister, deux sites d'achat-vente. En utilisant **les sites d'achat-vente**, les entreprises profitent d'accès directs à des réservoirs d'acheteurs. Plus de 18 millions de consommateurs sont présents chaque mois sur eBay, PriceMinister, Amazon, Alapage, Pixmania....

Cette solution de distribution présente le double avantage d'augmenter la notoriété du marchand et de générer des ventes complémentaires. Pour être parfaitement efficace, elle doit toutefois être intégrée dans la chaîne de distribution multicanal et donc synchronisée avec l'ensemble des paramètres de gestion de stock, d'animation commerciale, de relation client, de logistique.....

Source Internet : <http://www.clubic.com>

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 19 sur 27	

## DOCUMENT 11

### DONNÉES « SORTIES CAISSES »

Année	Données	Réalisations
2010	Chiffre d'affaires TTC	1 102 640,00 €
	Chiffre d'affaires TTC réglé avec la carte de fidélité	548 250,00 €
2011	Chiffre d'affaires TTC	1 121 565,00 €
	Chiffre d'affaires TTC réglé avec la carte de fidélité	664 560,00 €
	Nombre de passages en caisse avec carte de fidélité	17 488
	Nombre de passages en caisse sans carte de fidélité	16 059

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 20 sur 27

**ANNEXE 1 : à compléter et à remettre avec votre copie**

**Taux d'évolution des ventes réalisées entre le 1<sup>er</sup> trimestre et le 4<sup>ème</sup> trimestre 2011**

GENRE BD	% évolution entre 4 <sup>ème</sup> trimestre 2010 et 1 <sup>er</sup> trimestre 2011		% évolution entre 1 <sup>er</sup> trimestre 2011 et 2 <sup>ème</sup> trimestre 2011		% évolution entre 2 <sup>ème</sup> trimestre 2011 et 3 <sup>ème</sup> trimestre 2011		% évolution entre 3 <sup>ème</sup> trimestre 2011 et 4 <sup>ème</sup> trimestre 2011		Ventes réalisées en 2010		% d'évolution entre 2010 et 2011	
	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA	Volume	CA
AVENTURE	-3,50%	-1,80%	13,33%	13,33%	-17,65%	-7,35%	28,57%	21,43%	13 230	204 600		
JEUNESSE	-2,50%	-3,30%	5,56%	5,56%	-2,63%	4,32%	8,11%	22,52%	18 000	267 120		
MANGA	2,15%	12,50%							18990	235800		
GRANDS CLASSIQUES	1,95%	1%	11,18%	5,62%	-2,78%	12,57%	0,82%	14,56%	15 435	329 758		
BD D'HUMOUR	-8,55%	-9,45%	-25,17%	-25,17%	10,00%	19,17%	33,06%	43,29%	5 600	65 362		
TOTAL DES VENTES	-2,34%	-5,73%	5,96%	7,24%	-6,91%	17,50%	13,01%	5,10%	71 255	1 102 640		

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2		Page 21 sur 27

**ANNEXE 2 (à rendre avec la copie)**

**RÉSULTATS DES VENTES DE MANGA D'ACTION POUR LE MOIS DE MAI\***

Références	Désignations	PA HT en euros	PV HT en euros*	PV TTC en euros	Quantités vendues	Chiffre d'affaires TTC*	% CA TTC*	Marge commerciale unitaire*	Marge commerciale totale*	Taux de marque*
9782351426043	BD SOUL EATER tome 17	4,18		6,50						
9782351426616	KEN-ICHI tome 23	4,26		6,50						
9782351426814	VINLAND SAGA tome 10	5,00		7,50						
9782820302151	LA LÉGENDE DE TOKI tome 3	5,10		7,50						
9782355923180	TRIPEACE tome 9	4,20		6,50						
<b>Total</b>										

\* Arrondir à deux chiffres après la virgule

<b>Détail des calculs :</b>	
PV HT :	% CA :
Marge commerciale unitaire :	Marge commerciale totale:
Taux de marque :	

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 22 sur 27

### ANNEXE 3

(à rendre avec la copie)

#### ANALYSE DE L'ASSORTIMENT « MANGA D'ACTION »

ÉLÉMENTS D'ANALYSE	RÉPONSES	JUSTIFICATIONS
Les trois titres les plus vendus		
Les trois produits qui dégagent une forte marge		
Le ou les titres à supprimer		
L'action promotionnelle 5% de remise pour l'achat de TRIPEACE Tome 9 sur mai a-t-elle été efficace et peut-on la renouveler chaque année ?		

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 23 sur 27

**ANNEXE 4**  
(à rendre avec la copie)

**CATÉGORIES DE PRODUITS**

<b>Catégories de produits</b>	<b>Produits</b>	<b>Objectif</b>
Produit permanent		
Produit saisonnier		
Produit promotionnel		
Produit nouveau		
Produit d'appel		

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET	
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 24 sur 27	



## ANNEXE 5 (à rendre avec la copie)

### GRILLE D'ANALYSE DE MARCHANDISAGE DES SEGMENTS NOUVEAUTÉS

	Désignation	Nbre de frontales	Linéaire développé en mètre <sup>1</sup>	% Linéaire <sup>2</sup>	Marge brute totale <sup>2</sup>	% Marge brute <sup>2</sup>	Indice de sensibilité à la marge <sup>1</sup>	Conclusion	Calcul du nouveau linéaire <sub>1</sub>
<b>Comics</b>	<b>KICK-ASS</b> Millar/Romita JR								
	<b>ULTIMATUM</b> Loeb/Madureira/Finch								
	<b>X-Men Genèse mutante</b> Claremont/Lee								
<b>Manga</b>	<b>NEGIMA Tome 33</b> Akamatsu								
	<b>BAKUMAN Tome 8</b> Ohba/Obata								
	<b>CAT STREET Tome 8</b> Kamio								
	<b>SKETCHTRAVEL</b> Collectif								
<b>B.D.</b>	<b>SPIROU ET FANTASIO</b> Tome 52 Vehlmann/Yoann								
	<b>CATHARES T2</b> Falba et Bono								
	<b>ANTARES Tome 4</b> Leo								
	<b>Total</b>								

<sup>1</sup> – Arrondir à trois chiffres après la virgule

<sup>2</sup> - Arrondir à deux chiffres après la virgule

Détail des calculs de la référence Kick Ass :

Linéaire développé en mètre :

% CA :

Indice de sensibilité au CA :

% Linéaire :

Marge brute totale :

Indice de sensibilité à la marge :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 25 sur 27

**ANNEXE 6**  
(à rendre avec la copie)

**DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS**

	<b>Avant l'implantation</b>	<b>Après l'implantation</b>
Indice de passage		
Indice d'achat		
Indice d'attractivité		
Commentaires :		

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2	Page 26 sur 27

**ANNEXE 7a** (à rendre avec la copie)**ANALYSE DES ENCAISSEMENTS 2011 ET COMMENTAIRES**

<b>Données magasin</b>	<b>Détails des calculs</b>	<b>Résultats</b>
Panier moyen d'un client sans carte (en €) en 2011		
Panier moyen d'un client avec carte (en €) en 2011		
Évolution du CA 2010/2011		
Pourcentage de CA des clients porteurs de carte en 2011		
Pourcentage d'évolution du CA des clients porteurs de carte entre 2010 et 2011		
Commentaires :		

**ANNEXE 7b**

(à rendre avec la copie)

**ÉTATS DES OUVERTURES DE CARTES DE FIDÉLITÉ  
POUR LE MAGASIN D'ANNECY**

	<b>1<sup>er</sup> Semestre</b>	<b>2<sup>ème</sup> Semestre</b>	<b>Année</b>	<b>Résultats moyens des autres boutiques BD FUGUE</b>
<b>2010</b>	65	58		
<b>2011</b>	113	75		
<b>Évolution en % sur les 2 ans</b>				+ 32 %
<b>Détails des calculs</b>				

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2012
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E2		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
Repère de l'épreuve : 1206 CO 2		Page 27 sur 27