

|                  |  |   |
|------------------|--|---|
| الصفحة<br>1<br>7 | <p><b>الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا</b><br/><b>المسالك المهنية</b><br/>الدورة الاستدراكية 2018<br/>-عناصر الإجابة-</p> | <p>المملكة المغربية<br/>وزارة التربية الوطنية<br/>والتكوين المهني<br/>والتعليم العالي والبحث العلمي</p> <p>المركز الوطني للتقويم والامتحانات<br/>والتوجيه</p> |
| ★★★★             | RR233A   |   |

|    |             |   |                  |
|----|-------------|---|------------------|
| 4  | مدة الإنجاز | الاختبار التوليفي في المواد المهنية – الجزء الأول (الفترة الصباحية) | المادة           |
| 10 | المعامل     | شعبة الخدمات : مسلك التجارة   | الشعبة أو المسلك |

### Corrigé indicatif

#### Dossier 1 : Univers de la distribution (22.5 pts)

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 1 | Le type du magasin Décathlon au Maroc : Magasin spécialisé   | (2.5 pts) |
| 2 | Trois caractéristiques de ce type de magasin : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Assortiment étroit et profond ;</li> <li>• Axé sur le conseil et l'assistance du client ;</li> <li>• Offre spécialisée.</li> </ul>   | (5 pts)   |
| 3 | Trois éléments qui renforcent la cohérence du concept de l'enseigne Décathlon au Maroc : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Couverture géographique large ;</li> <li>• Assortiments de qualité ;</li> <li>• Prix bas.</li> </ul>   | (5 pts)   |
| 4 | L'impact de la production locale de Décathlon sur les perspectives de développement de la grande distribution au Maroc. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser des économies sur les coûts d'approvisionnement et logistique ;</li> <li>• Réduction des délais d'approvisionnement ;</li> <li>• Bénéficier d'un avantage concurrentiel pour préserver et développer les parts de marché.</li> </ul> | (10 pts)  |

Dossier 2 : Gestion des approvisionnements et gestion des moyens de paiement

(35 pts)

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 1 | Annexe 1.  | (7.5 pts) |
| 2 | Cadencier en annexe 2.   | (5 pts)   |
| 3 | la fiche de stock des chaussures de randonnée réf. 578 selon la méthode FIFO. (annexe 3)   | (10 pts)  |
| 4 | La quantité économique des paires de chaussures de randonnée réf .578 selon le modèle de WILSON :<br>$q = \sqrt{12\,000 \times 450 / 38.4} = 374.80$ arrondir à 375 paires de chaussures | (7.5 pts) |
| 5 | Deux anomalies du chèque N°79856412564 reçu du client MIFTAH :<br>Non correspondance entre le montant en chiffre et en lettre ;<br>Absence de signature.                                 | (5 pts)   |

Dossier 3 : Merchandising (40 pts)

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
| 1 | Comparer entre la courbe isochrone et la courbe isométrique :<br><b>la courbe isochrone</b> : elle relie des points situés à des temps de trajets identiques. <i>Exemple</i> courbe à 5, à 10 ou à 20 mn du magasin à pieds ou en voiture.<br><b>la courbe isométrique</b> : elle relie des points situés à la même distance par rapport au point de vente. <i>Exemple</i> courbe à 1 ou à 5 km du point de vente.<br><i>N.B. : Accepter toute réponse juste.</i> | (2.5 pts)              |
| 2 | Le chiffre d'affaires prévisionnel du futur point de vente sur l'annexe 4   | (17.5pts)              |
| 3 | a) Ce nouveau point de vente sera implanté.<br>b) Justification : le chiffre d'affaires prévisionnel dépasse le chiffre d'affaires moyen sur la zone ( $1\,200\,000 > 1\,000\,000$ ) donc on peut ouvrir le point de vente.   | (2.5 pts)<br>(2.5 pts) |
| 4 | Les principaux niveaux de présentation dans une gondole : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveau du sol ;</li> <li>• Niveau des mains ;</li> <li>• Niveau des yeux ;</li> <li>• Niveau casquette ou niveau supérieur.</li> </ul>   | (2.5 pts)              |
| 5 | Annexe 5  | (12.5pts)              |

Dossier 4 : Promotion des ventes (25 pts)

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
| 1 | <b>Annexe 6.</b>  | (5 pts)                |
| 2 | Analyse du slogan de l'enseigne selon l'axe :<br>a) Rationnel : Prix bas ;<br>b) Emotionnel : Etablir la confiance.<br><b>N.B. : Accepter toute réponse juste.</b>  | (2.5 pts)<br>(2.5 pts) |
| 3 | Publipostage : envoi groupé, différé et personnalisé d'une offre commerciale par courrier postal ou électronique.<br>Bon de réduction : Titre donnant droit à une réduction sur le prix normal du produit.<br><b>N.B. : Accepter toute réponse juste.</b>   | (5 pts)                |
| 4 | Deux inconvénients de la promotion des ventes :<br>Irritation du consommateur ;<br>Détérioration de l'image de marque.<br><b>N.B. : Accepter toute réponse juste.</b>   | (5 pts)                |
| 5 | Calculer le coût global du publipostage : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coût fichier = <math>15\ 000/1\ 000 \times 800 = 12\ 000</math> DH</li> <li>• Frais d'impression = <math>800 \times 8 = 6\ 400</math> DH</li> <li>• Frais d'envoi = <math>800 \times 5 = 4\ 000</math> DH</li> </ul> Coût global de l'opération = 22 400 DH. | (5 pts)                |

Annexe 1 : Lettre d'appel d'offres (7.5 pts)

**DECATHLON**

Casablanca 20250  
Maroc

**SPROTWEAR MAROC  
Z.I. AIN SEBAA  
CASABLANCA**

Objet : (0.5 pts)  
Appel d'offres

Casablanca, (0.5 pts)  
Le 25/05/2018 (0.25 pts)

Messieurs, (0.5 pts)

Nous lançons un appel d'offre pour des paires de chaussures sportives, taille de 38 à 44.  
(1.5 pt)

Veillez nous faire parvenir vos propositions précises : Références, prix, volume des commandes, modalités de livraison et de paiement. (1.5 pt)

Nous vous demandons de bien vouloir nous retourner votre réponse avant le 30 mai 2018.  
(1.5 pt)

Veillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées. (1 pt)

Signature (0.25 pts)

*N.B. : Accepter toute rédaction juste*

**Annexe 2 : Cadencier des paires de chaussures de randonnée réf .578 (5 pts)**

| R<br>é<br>f | Stock<br>minim<br>um | Mars      |    |    |    |           |    |    |    |           |    |    |    |           |    |    |    | Quantité<br>à<br>comman<br>der |                      |
|-------------|----------------------|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|--------------------------------|----------------------|
|             |                      | Semaine 1 |    |    |    | Semaine 2 |    |    |    | Semaine 3 |    |    |    | Semaine 4 |    |    |    |                                | Stock<br>resta<br>nt |
|             |                      | S*        | C* | L* | V* | S         | C  | L  | V  | S         | C  | L  | V  | S         | C  | L  | V  |                                |                      |
| A           | 50                   | 30        | 30 | 0  | 20 | 10        | 20 | 20 | 10 | 20        | 40 | 35 | 15 | 40        | 15 | 15 | 20 | 35                             | 15                   |

S : Stock ; C : Commande ; L : Livraison ; V : Vente

**Annexe 3 : Fiche de stock des chaussures de randonnée réf. 578 selon la méthode FIFO (10 pts)**

| Désignation produit : chaussures de randonnées (0.5 pt) |        |        |      |         |        |      |         |       |      |         |
|---|--------|--------|------|---------|--------|------|---------|-------|------|---------|
| Réf. produit : 578 (0.5 pt)                             |        |        |      |         |        |      |         |       |      |         |
| Date  | BON N° | Entrée |      |         | Sortie |      |         | Stock |      |         |
|   |        | Qté    | P.U. | Montant | Qté    | P.U. | Montant | Qté   | P.U. | Montant |
| 01/04<br>(1.5 pt)                                       |        |        |      |         |        |      |         | 14    | 350  | 4 900   |
| 03/04<br>(1 pts)  | N°110  | 17     | 340  | 5 780   |        |      |         | 14    | 350  | 4900    |
| 04/04<br>(1.5 pt)                                       | N°0001 |        |      |         | 14     | 350  | 4 900   | 10    | 340  | 3 400   |
| 06/04<br>(1 pts)  | N°111  | 18     | 380  | 6 840   |        |      |         | 18    | 380  | 6 840   |
| 11/04<br>(1.5 pt)                                       | N°0002 |        |      |         | 10     | 340  | 3 400   | 18    | 380  | 6 840   |
| 16/04<br>(1 pts)  | N°112  | 20     | 390  | 7 800   |        |      |         | 20    | 390  | 7 800   |
| 20/04<br>(1.5 pt)                                       | N°0003 |        |      |         | 18     | 380  | 6 840   | 8     | 390  | 3 120   |

## Annexe 4 : Chiffre d'affaires prévisionnel (17.5pts)

|  | Détail des calculs<br>(11.5 pts)                                     | Résultat<br>(6 pts)       |
|--|--|---------------------------|
| Nombre de ménages  | $20\ 000 / 4$<br>ou<br>$(10\ 000 + 6\ 000 + 4\ 000) / 4$<br>(1.5 pt) | 5 000 ménages<br>(0.5 pt) |
| Dépenses commercialisables<br>annuelle de la zone de<br>chalandise | $5\ 000 \times 12 \times 2\ 000$<br>(2 pts)                          | 120 000 000 DH<br>(1 pt)  |
| Dépenses consacrées aux<br>produits de sport 5 %                   | $120\ 000\ 000 \times 5\ %$<br>(1.5 pt)                              | 6 000 000 DH<br>(0.5 pt)  |
| *Evasion commerciale<br><br>*Attraction                            | $6\ 000\ 000 \times 60\ %$<br>Pas d'attraction<br>(1.5 pt)           | 3 600 000 DH<br>(1 pt)    |
| Dépenses réelles (marché réel)                                     | $6\ 000\ 000 - 3\ 600\ 000 + 0$<br>(2 pts)                           | 2 400 000 DH<br>(1 pt)    |
| Chiffre d'affaires de la<br>concurrence                            | $2\ 400\ 000 \times 50\ %$<br>(1.5 pt)                               | 1 200 000 DH<br>(1 pt)    |
| Chiffre d'affaires prévisionnel                                    | $2\ 400\ 000 - 1\ 200\ 000$<br>(1.5 pt)                              | 1 200 000 DH<br>(1 pt)    |

**Annexe 5 : Analyse du linéaire (12.5 pts)**

| Réf.  | Marge     | %<br>marge<br>(0.6 pt)*4 | Linéaire<br>de départ<br>en mètre | %<br>linéaire<br>(0.6 pt)*4 | Indice de<br>sensibilité à<br>la marge<br>(0.6 pt)*4 | Décision<br>(0.6 pt)*4 | Nouveau<br>linéaire<br>(0.6 pt)*4 |
|-------|-----------|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--|------------------------|-----------------------------------|
| A     | 50        | 23,80                    | 0,8                               | 20                          | 1,19   | Augmenter              | 0,95                              |
| B     | 70        | 33,33                    | 1,2                               | 30                          | 1,11   | Augmenter              | 1,33                              |
| C     | 60        | 28,57                    | 0,6                               | 15                          | 1,90   | Augmenter              | 1,14                              |
| D     | 30        | 14,30                    | 1,4                               | 35                          | 0,40   | Réduire                | 0,56                              |
| Total | 210       | 100                      | 4                                 | 100                         |  |                        |                                   |
|       | (0.25 pt) |                          | (0.25 pt)                         |                             |  |                        |                                   |

(\*) *Nouveau linéaire* [linéaire initial × indice de sensibilité à la marge]

(\*\*) *Indice de sensibilité Marge Brute* [marge brute en % / linéaire développé en %]

**Annexe 6 : Promotion 2018 (5 pts)**

|                                 | Clientèle ciblée<br>(1 pts× 2) | Techniques<br>promotionnelles<br>utilisées<br>(1 pts× 2) | Utilité de la technique<br>(1 pt)  |
|---------------------------------|--------------------------------|--|--|
| Pack de 8 yaourts Jnane Chergui | Grand public                   | Gratuité, vente par lot                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liquidation de stock</li> </ul>   |
| Pack de détergent Matic Ariel   | Ménage                         | Vente jumelée, gratuité                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraction de nouveaux clients</li> </ul> <p><b><i>N.B. : Accepter toute réponse juste.</i></b></p> |

***N.B. : Retenir une technique promotionnelle juste.***

**2.5 Points pour la présentation de la copie**