

الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا
المسالك المهنية
الدورة الاستدراكية 2019
- عناصر الإجابة -

RR233A

ⵜⴰⴳⴷⴰⵏⵜ ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ
ⵜⴰⴳⴷⴰⵏⵜ ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ
ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ
ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵓⵙ



المملكة المغربية
وزارة التربية الوطنية
والتكوين المهني
والتعليم العالي والبحث العلمي

المركز الوطني للتقويم والامتحانات والتوجيه

4	مدة الانجاز	الاختبار التوليقي 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	<p>Hard discounter : Circuit de distribution qui désigne des surfaces de ventes appliquant des prix généralement plus bas que ceux observés en Super Marché ou Hyper Marché liés notamment à des frais de gestion réduits (assortiment, service, personnel...).</p> <p>Marques du distributeur : Désigne les marques propres à une enseigne de distribution. Exemple : Carrefour, Marque repère, ... Elle peut être Premier Prix, Standard ou Premium.</p> <p>Assortiment : l'ensemble des produits ou références proposés à la vente dans un magasin ou sur un catalogue.</p>	0.83 pts 0.83 pts 0.83 pts
2	<p>Quatre facteurs de développement de l'enseigne BIM au Maroc sont : (1.25pt / facteur juste)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prix cassés et promotions tout au long de l'année ; • Un foncier moins coûteux : Présence sur les passages secondaires et les quartiers moyens standing ; • Publicité limitée ; • Un personnel multitâche et très restreint (à la fois caissier, manutention, chef de rayon...) • Approvisionnement local. <p>NB : Retenir quatre facteurs justes.</p>	5 pts
3	Voir annexe n°1.	5 pts
4	<p>Commentaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La place de l'enseigne BIM dans le secteur de la grande distribution : ✓ Présenter la grande distribution au Maroc ✓ Comparer BIM avec les autres enseignes (Points de vente, Part de marché et Stratégies) ; • L'impact du développement de l'enseigne BIM sur la distribution traditionnelle au Maroc : la concurrence du Hard discounter BIM pour le commerce de proximité (les petits détaillants et les épiceries) 	5 pts 5 pts

Dossier 2 : Gestion des approvisionnements & gestion des moyens de paiement (35 pts)

1	<p>a) Analyse des stocks de fruits selon la méthode Pareto 20/80 ;</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;"></th> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%; text-align: center;">(1,25pt)</th> <th style="width: 10%; text-align: center;">(1,25pt)</th> <th style="width: 10%; text-align: center;">(1,25pt)</th> <th style="width: 10%; text-align: center;">(1,25pt)</th> <th style="width: 10%;"></th> </tr> <tr> <th>Assortiment de fruits</th> <th>Quantité en Kg</th> <th>% Quantité</th> <th>Cumulé croissant</th> <th>% Fruits</th> <th>Cumulé croissant</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pomme</td> <td>188</td> <td>43,72</td> <td>43,72</td> <td>10</td> <td>10</td> <td rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;">} 20%</td> </tr> <tr> <td>Banane</td> <td>156</td> <td>36,28</td> <td>80,00</td> <td>10</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Poire</td> <td>20</td> <td>4,65</td> <td>84,65</td> <td>10</td> <td>30</td> <td rowspan="8" style="text-align: center; vertical-align: middle;">} 80%</td> </tr> <tr> <td>Kiwi</td> <td>17</td> <td>3,95</td> <td>88,60</td> <td>10</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Clémentine</td> <td>13</td> <td>3,02</td> <td>91,63</td> <td>10</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Fraise</td> <td>10</td> <td>2,33</td> <td>93,95</td> <td>10</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Orange</td> <td>9</td> <td>2,09</td> <td>96,05</td> <td>10</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Framboise</td> <td>8</td> <td>1,86</td> <td>97,91</td> <td>10</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>Ananas</td> <td>5</td> <td>1,16</td> <td>99,07</td> <td>10</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Mangue</td> <td>4</td> <td>0,93</td> <td>100,00</td> <td>10</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>430</td> <td>100,00</td> <td></td> <td>100</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Interprétation : La loi 20/80 est vérifiée puisque seul 20 % des fruits (pomme et Banane) détiennent 80% des stocks en volume.</p>			(1,25pt)	(1,25pt)	(1,25pt)	(1,25pt)		Assortiment de fruits	Quantité en Kg	% Quantité	Cumulé croissant	% Fruits	Cumulé croissant		Pomme	188	43,72	43,72	10	10	} 20%	Banane	156	36,28	80,00	10	20	Poire	20	4,65	84,65	10	30	} 80%	Kiwi	17	3,95	88,60	10	40	Clémentine	13	3,02	91,63	10	50	Fraise	10	2,33	93,95	10	60	Orange	9	2,09	96,05	10	70	Framboise	8	1,86	97,91	10	80	Ananas	5	1,16	99,07	10	90	Mangue	4	0,93	100,00	10	100	Total	430	100,00		100			5 pts
		(1,25pt)	(1,25pt)	(1,25pt)	(1,25pt)																																																																																
Assortiment de fruits	Quantité en Kg	% Quantité	Cumulé croissant	% Fruits	Cumulé croissant																																																																																
Pomme	188	43,72	43,72	10	10	} 20%																																																																															
Banane	156	36,28	80,00	10	20																																																																																
Poire	20	4,65	84,65	10	30	} 80%																																																																															
Kiwi	17	3,95	88,60	10	40																																																																																
Clémentine	13	3,02	91,63	10	50																																																																																
Fraise	10	2,33	93,95	10	60																																																																																
Orange	9	2,09	96,05	10	70																																																																																
Framboise	8	1,86	97,91	10	80																																																																																
Ananas	5	1,16	99,07	10	90																																																																																
Mangue	4	0,93	100,00	10	100																																																																																
Total	430	100,00		100																																																																																	
2	<p>a) Annexe 2 b) Annexe 3</p>	7.5 pts 2.5 pts																																																																																			
3	<p>a) Vérifications de la livraison :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erreur sur la référence du produit O25 au lieu d'O75 ; • Erreur sur quantité commandée du produit 500 au lieu de 450 ; <p>b) Annexe 4.</p>	5 pts 5 pts																																																																																			
4	<p>a) Annexe 5 ; b) Deux éléments de comparaison entre la lettre de change et le chèque. (1.875/éléments justes)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Chèque</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Lettre de change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Moyen de paiement au comptant ;</td> <td>- Moyen de paiement à crédit</td> </tr> <tr> <td>- Emis par le client ;</td> <td>- Emis par le fournisseur ;</td> </tr> <tr> <td>- La provision doit exister à la création du titre ; ...</td> <td>- La provision peut ne pas exister à la création du titre.</td> </tr> </tbody> </table> <p>N.B. : Accepter deux réponses justes.</p>	Chèque	Lettre de change	- Moyen de paiement au comptant ;	- Moyen de paiement à crédit	- Emis par le client ;	- Emis par le fournisseur ;	- La provision doit exister à la création du titre ; ...	- La provision peut ne pas exister à la création du titre.	3.75 pts 3.75 pts																																																																											
Chèque	Lettre de change																																																																																				
- Moyen de paiement au comptant ;	- Moyen de paiement à crédit																																																																																				
- Emis par le client ;	- Emis par le fournisseur ;																																																																																				
- La provision doit exister à la création du titre ; ...	- La provision peut ne pas exister à la création du titre.																																																																																				

Dossier 3 : Merchandising (40 pts)

1	L'utilité de l'étude de la zone de chalandise : Permet d'évaluer le CA prévisionnel du magasin et d'en déduire par la suite sa rentabilité et la faisabilité d'implanter le magasin dans cette zone.	2.5 pts
2	a- Annexe n° 6. b- Justification : La décision d'implantation est pertinente puisque le CA prévisionnel de BIM est de 18 000 000 DH alors que le CA moyen des autres magasins est de 15 000 000 DH.	17.5pt 2.5 pts
3	Annexe n° 7.	15 pts
4	Deux contraintes liées à l'organisation de la surface de vente : <ul style="list-style-type: none"> • Forme et volume des produits ; • Taille du magasin et sa forme ; • Emplacement des stocks et réserves ; ... N.B. : Accepter deux réponses justes	2.5 pts

Dossier 4 : Promotion des ventes (25 pts)

1	Deux objectifs de la promotion des ventes visés par BIM : <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la rotation des stocks ; • Augmenter le CA du magasin, ... N.B. : Accepter deux réponses justes	2.5 pts
2	La cible de la promotion du téléviseur : <ul style="list-style-type: none"> • Les passionnés du football et qui suivent les matchs à la télévision ; • Les cafés qui diffusent les matchs pour leurs clients,... N.B. : Accepter deux réponses justes	2.5 pts
3	Proposition : a) Un message publicitaire : « BIM vous emmène en Egypte » ; « Des Téléviseurs à des prix imbattables »,... b) Un support de communication adéquat : Media (Affichage, Radio, Télévision, ...) ou hors Média N.B. : Accepter toute proposition juste	5 pts 2.5 pts
4	a- Le prix de vente promotionnel : $5500 \times 0.9 = 4\,950$ DH ; b- Le chiffre d'affaires promotionnel : $4\,950 \times 2\,000 = 9\,900\,000$ DH ; c- La marge bénéficiaire globale : $9\,900\,000 \times 0.2 = 1\,980\,000$ DH ; d- Interprétation : Avec un prix de vente promotionnel des Téléviseurs de 4 950 DH, durant la période de promotion, l'enseigne BIM prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de 9 900 000 DH et dégager une marge globale de 1 980 000 DH.	2.5 pts 2.5 pts 2.5 pts 5 pts

Annexe n° 1 : La grande distribution au Maroc (5 pts)

Eléments	Freins au développement	Perspectives de développement
Secteur informel	✓ (1 pt)	
Convivialité dans l'acte d'achat		✓ (1 pt)
Forte demande		✓ (1 pt)
Rassemblement des achats en un même lieu		✓ (1 pt)
Baisse du pouvoir d'achat	✓ (1 pt)	

Annexe n° 2 : Cadencier des bananes label Souss Réf. B15 (7.50 pts)

Nombre de commandes	Quantité commandé (1 pt) (0.16 pt/élément)	Coût de passation (1.5 pt) (0.25 pt/élément)	Stock moyen annuel (1 pt)	Coût de possession (1.5 pt) (0.25 pt/élément)	Coût total (1.5 pt) (0.25pt/élément)
1	12 000	300	$12\ 000/2 = 6\ 000$	$(6000 \times 5) \times 0.1 = 3\ 000$ dh	3 300 dh
2	6 000	$300 \times 2 = 600$ dh	$6\ 000/2 = 3\ 000$	$(3\ 000 \times 5) \times 0.1 = 1\ 500$ dh	2 100 dh
3	4 000	$300 \times 3 = 900$ dh	$4\ 000/2 = 2\ 000$	$(2\ 000 \times 5) \times 0.1 = 1\ 000$ dh	1 900 dh
4	3 000	$300 \times 4 = 1\ 200$ dh	$3\ 000/2 = 1\ 500$	$(1\ 500 \times 5) \times 0.1 = 750$ dh	1 950 dh
5	2 400	$300 \times 5 = 1\ 500$ dh	$2\ 400/2 = 1\ 200$	$(1\ 200 \times 5) \times 0.1 = 600$ dh	2 100 dh
6	2 000	$300 \times 6 = 1\ 800$ dh	$2\ 000/2 = 1\ 000$	$(1\ 000 \times 5) \times 0.1 = 500$ dh	2 300 dh

Nombre optimal de commande : 3 commandes (0.5 pt)
Quantité optimale à commander : 4 000 kg (0.5 pt)

Annexe n° 3 : Bon de commande (2.5 pts)



Quartier industriel, parc Logistica, bloc C9, C12
20630 Aïn Harrouda
Maroc

BON DE COMMANDE N°A21

Date : **08 juin 2019 (0.25 pt)**

**A : FRUITS DE SOUSS
ZI Agadir
(0.25 pt)**

Réf.	Description	Quantité	Prix unitaire HT	Montant
B 15 (0.25 pt)	Banane label souss (0.25 pt)	4 000 (0.5 pt)	8 (0.25 pt)	32 000 DH (0.25 pt)

Conditions de livraison : **10 jours, routier, franco de port (0.25 pt)**

Conditions de règlement : **lettre de change ; 30 jours fin de mois. (0.25 pt)**

Signature

RC : 8663(Casablanca), Capital : 250 000 000 MAD, Fax : +212 5 22 67 48 70, Site web : http://www.bim.com.tr

Annexe n° 4 : Lettre de réclamation (5 pts)



Quartier industriel, parc Logistica, bloc C9, C12
20630 Ain Harrouda
Maroc

FRUITS DE SOUSS
ZI Agadir
(0.25 pt)

Vos réf. :

BL/191 (0.25 pt)

Nos réf. :

BC/A08 (0.25 pt)

Objet :

Non-conformité de la commande (0.25 pt)

Ain Harrouda,

Le **18 juin 2019** (0.25 pt)

Monsieur le Directeur,

(1 pt)

Votre livraison du 18 juin relative à notre commande d'orange Navel Réf O25 nous est bien parvenue.

Cependant, lors de la vérification, nous avons constaté les erreurs suivantes :

- Erreur sur les références O75 au lieu de O25.
- Erreur sur la quantité livrée 450 au lieu de 500.

(1 pt)

A cet effet, nous vous retournons la marchandise livrée et vous prions de bien vouloir procéder à la livraison conforme de notre commande dans les plus brefs délais.

Veuillez agréer, Monsieur le Directeur, nos salutations distinguées.


(1 pt)

Responsable Approvisionnement

RC : 8663(Casablanca), Capital : 250 000 000 MAD, Fax : +212 5 22 67 48 70, Site web : <http://www.bim.com.tr>

N.B. : Accepter toute rédaction juste.

Annexe n°5 : Lettre de change n° LC34567 (3.75 pts)

Fruits de Souss 8 rue de la roseraie Agadir	Contre cette LETTRE DE CHANGE stipulée sans frais veuillez payer la somme indiquée ci-dessous à l'ordre de : Entreprise <i>fruits de Souss</i>		
Lettre de change n° LC34567			
Montant pour contrôle 1764 DH	Date de création 04 juin 2019	Echéance 31 juillet 2019	Montant en DH 1764 dh
Nom et adresse du tiré <i>(1.25 pt)</i> BIM Quartier industriel Parc logistica, bloc C9 C12 20630 Ain Harrouda		Domiciliation ...BMCI Agence ANZI AGADIR	
Date et signature pour acceptation Accepté le 7 juin 2018 <i>(1.25 pt)</i> BIM <i>(1.25 pt)</i> 		Droit de timbre et signature <i>Fruits de Souss</i>	

Annexe n°6 : Chiffre d'affaires prévisionnel (17.5 pts)

	Détail des calculs (12 pts)	Résultat (5.5 pts)
Nombre de ménages	30 000 /3 (2 pts)	10 000 (0.5 pt)
Dépense commercialisable total de la zone de chalandise (annuelle)	10 000 × 12 × 1 500 (2 pts)	180 000 000 (1 pt)
Evasion commercial (Attraction commerciale = 0)	180 000 000 × 50% (2 pts)	90 000 000 (1 pt)
Dépenses réelles (marché réel)	180 000 000 - 90 000 000 (2 pts)	90 000 000 (1 pt)
Chiffre d'affaires de la concurrence	90 000 000 × 80% (2 pts)	72 000 000 (1 pt)
Chiffre d'affaires prévisionnel	90 000 000 - 72 000 000 (2 pts)	18 000 000 (1 pt)

Annexe n° 7 : Indicateurs de contrôle linéaires café (10 pts)

Marques	Linéaire Développé (mètre)	Linéaire développé (%) (0.8 pt)×5	Marge Brute (%)	Indice de sensibilité Marge Brute (*) (0.75 pt)×4	Nouveau linéaire (**) (0.75 pt)×4	Décisions (1.25 pts × 4)
Carte Noire	0,8	40	44	1.1	0.88	Augmenter le linéaire car le produit est sous-représenté.
ASTA	0,5	25	40	1.6	0.8	Augmenter le linéaire car le produit est sous-représenté.
LAVAZZA	0,3	15	9	0.6	0.18	Diminuer le linéaire accordé car le produit est sur-représenté.
Nescafé	0,4	20	7	0.35	0.14	Diminuer le linéaire accordé car le produit est sur-représenté.
Total	2	100	100		2	
(*) <i>Indice de sensibilité Marge Brute</i> = $\frac{\text{marge brute en \%}}{\text{linéaire développé en \%}}$				(**) <i>Nouveau linéaire</i> = $\text{linéaire initial} \times \text{indice de sensibilité à la marge}$		

2.5 Points pour la présentation de la copie