

RÉUSSIR L'ÉPREUVE

L'épreuve E2 Bac Pro MCV

Options A et B — la méthode activité par activité,
questions-types et grilles

Édition 2026

Karim El Gartet

Professeur d'économie-gestion · quinze ans de management en grande
distribution

EDUCFORM31

L'épreuve E2 Bac Pro MCV

Options A et B — la méthode activité par activité, questions-types et grilles

Karim El Gartet

Professeur d'économie-gestion · quinze ans de management en grande
distribution

EDUCFORM31

© 2026 Karim El Gartet. Tous droits réservés.

Éducform31 — educform31.fr — contact@educform31.fr

Toute reproduction, même partielle, est interdite sans autorisation écrite de l'auteur.

Sommaire

1. PRÉSENTATION DE L'ÉPREUVE E2
2. SPÉCIFICITÉS OPTIONS A ET B
3. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE — 3 HEURES
4. GUIDE MÉTHODOLOGIQUE PAR ACTIVITÉ
5. GRILLES D'ÉVALUATION OFFICIELLES
6. TEXTES OFFICIELS ET RÉGLEMENTATION
7. SUJETS D'ANNALES COMMENTÉS (2022-2025)
8. MÉTHODOLOGIE SPÉCIFIQUE PAR COMPÉTENCE
9. EXPRESSION ÉCRITE PROFESSIONNELLE
10. OUTILS NUMÉRIQUES
11. SITUATIONS D'EXAMEN SPÉCIFIQUES
12. STATISTIQUES ET ÉVOLUTION DES ÉPREUVES
13. CERTIFICATION ET VALIDATION
14. FORMULES ESSENTIELLES
15. RESSOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

1. PRÉSENTATION DE L'ÉPREUVE E2

Caractéristiques générales

L'épreuve E2 « Analyse et exploitation de données commerciales » est une épreuve écrite ponctuelle sous forme d'étude de cas du Baccalauréat Professionnel Métiers du Commerce et de la Vente (MCV). Elle évalue la capacité du candidat à analyser un contexte professionnel réel, à mobiliser ses connaissances des 12 activités du référentiel et à produire des réponses écrites argumentées et chiffrées.

Fiche synthèse E2

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

Nature : Épreuve écrite ponctuelle

Support : Étude de cas basée sur un contexte professionnel réel avec documents/annexes

Évaluation : Questions couvrant les 12 activités du référentiel MCV

Structure de l'épreuve écrite

Le candidat reçoit un dossier comprenant la présentation d'une entreprise réelle (enseigne, secteur, implantation, données commerciales) accompagné d'un ensemble d'annexes (documents commerciaux, tableaux de bord, plans d'implantation, données chiffrées, extraits de réseaux sociaux, etc.). Il doit ensuite répondre par écrit à une série de questions couvrant les 12 activités du référentiel.

Phase Durée conseillée Contenu

Lecture et analyse du sujet 30 min Lire l'intégralité du dossier, identifier l'entreprise, repérer les mots-clés, comprendre le contexte et annoter les annexes

Réponses aux questions 2 h 15 Traiter chaque question : identifier les mots-clés, mobiliser les connaissances du cours, s'appuyer sur les annexes, rédiger et calculer

Relecture et vérification 15 min Vérifier les calculs, contrôler la cohérence des réponses, corriger l'orthographe et la présentation

Point important

L'épreuve E2 représente coefficient 4, ce qui en fait l'une des épreuves les plus importantes du Bac Pro MCV. La réussite repose sur une maîtrise des 12 activités du référentiel, une bonne gestion des 3 heures et une capacité à exploiter les annexes fournies dans le dossier.

2. SPÉCIFICITÉS OPTIONS A ET B

Comparatif des Options dans l'étude de cas

L'étude de cas porte sur un contexte professionnel de commerce et de vente. Selon l'option choisie, les questions mettent davantage l'accent sur certaines compétences et activités spécifiques, mais la structure de l'épreuve écrite reste identique.

Critères

Option A Animation et gestion

espace commercial

Option B Prospection clientèle

valorisation offre

Focus principal Gestion point de vente physique Développement clientèle et prospection

Contexte Magasin, surface commerciale, enseigne Terrain, clientèle B2B/B2C, portefeuille clients

Compétences clés Merchandising, animation, gestion stocks, analyse performance

Négociation, prospection, fidélisation, analyse clientèle

Types de questions Calculs de stocks, analyses de rayons, plans d'implantation

Analyses de portefeuille, fiches prospects, tableaux de suivi

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Compétences évaluées à l'écrit :

C1.1 — Préparer la vente en point de vente

C1.2 — Réaliser la vente de produits et de services

C1.3 — Contribuer à la fidélisation de la clientèle

C2.1 — Organiser l'offre produits

C2.2 — Mettre en valeur l'offre produits

C2.3 — Assurer la disponibilité de l'offre produits

Situations Option A dans le dossier écrit

Situations professionnelles types dans l'étude de cas :

- Analyse et optimisation d'un rayon ou d'un plan d'implantation
- Calcul et commentaire d'indicateurs de gestion des stocks
- Évaluation d'une opération commerciale ou d'une animation
- Analyse des performances commerciales du magasin
- Proposition d'actions merchandising ou RSE
- Exploitation de données digitales (réseaux sociaux, site web)

Option B : Prospection clientèle et valorisation de l'offre

Compétences évaluées à l'écrit :

C1.1 — Prospecter et négocier

C1.2 — Contribuer au suivi des ventes

C1.3 — Contribuer à la fidélisation de la clientèle

C3.1 — Organiser son activité

C3.2 — Mettre en œuvre sa prospection

C3.3 — Mettre en œuvre le suivi et la fidélisation de sa clientèle

Situations Option B dans le dossier écrit

Situations professionnelles types dans l'étude de cas :

- Analyse d'un portefeuille clients et calcul d'indicateurs
- Évaluation d'une campagne de prospection (taux de transformation)
- Calcul et analyse de la rentabilité d'une action commerciale
- Analyse de la satisfaction et fidélisation clientèle
- Planification et suivi d'une tournée de prospection
- Exploitation de données CRM et tableaux de bord commerciaux

3. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE — 3 HEURES

Phase 1 : Lecture et compréhension du sujet (30 minutes)

Ne commencez pas à répondre immédiatement. Prenez le temps de lire l'intégralité du dossier pour comprendre le contexte et identifier les informations utiles dans chaque annexe.

Étape Durée Actions

1. LIRE le dossier complet 10 min Lire la présentation de l'entreprise et toutes les annexes sans répondre aux questions
2. IDENTIFIER 8 min Repérer l'entreprise, le secteur, les chiffres clés, annoter les annexes avec un crayon
3. ANALYSER les questions 7 min Lire chaque question, souligner les mots-clés, noter quelle(s) annexe(s) sera/seront utile(s)
4. PLANIFIER le temps 5 min Estimer le temps par question selon le barème, repérer les questions de calcul et d'analyse

Grille d'analyse du sujet (à compléter mentalement ou au brouillon)

Question Ce que je cherche dans le dossier

QUI ? L'entreprise : nom de l'enseigne, secteur d'activité, type de commerce (spécialisé, grande surface...)

QUOI ? Le secteur : gamme de produits, positionnement, clientèle cible

OÙ ? La localisation : zone de chalandise, type de point de vente, surface commerciale

QUAND ? La période concernée : exercice N ou N-1, saison, période promotionnelle

COMMENT ? Les méthodes et outils évoqués dans les annexes : logiciels, indicateurs, procédures

POURQUOI ? Les enjeux : problème à résoudre, objectif de performance, amélioration à proposer

Phase 2 : Traitement des questions (2 heures 15)

Démarche par question

Pour chaque question, appliquez cette démarche :

Étape 1 (30 s) — Identifier les mots-clés de la question et les connaissances du cours à mobiliser

Étape 2 (1 min) — Repérer la ou les annexe(s) utile(s) pour répondre

Étape 3 — Rédiger la réponse : poser les formules, insérer les données, calculer, interpréter

Étape 4 (30 s) — Vérifier la cohérence de la réponse avec le contexte de l'entreprise

Méthode de réponse à une question de calcul

Méthode calcul

1. Poser la formule : Écrire la formule utilisée (ex : $\text{Taux de marque} = \text{Marge} / \text{PV HT} \times 100$)
2. Identifier les données : Relever les valeurs dans l'annexe et les indiquer clairement
3. Appliquer la formule : Montrer les calculs intermédiaires, ne pas sauter d'étape
4. Présenter le résultat : Exprimer le résultat avec l'unité (%, euros, jours...)
5. Interpréter : Rédiger une phrase d'interprétation si le barème le demande

Méthode de réponse à une question d'analyse

Méthode analyse

1. Identifier le problème : Reformuler ce que la question demande d'analyser
2. Présenter les faits : Citer les données chiffrées tirées des annexes
3. Analyser : Interpréter les données (causes, conséquences, comparaisons)
4. Proposer des solutions : Si la question le demande, proposer des actions concrètes et argumentées

Conseil : Utilisez des connecteurs logiques : « En effet », « Par conséquent », « Ainsi », « En revanche »

Phase 3 : Relecture et vérification (15 minutes)

Relecture finale

Checklist de relecture :

- I Vérifier tous les calculs (re-faire les opérations clés)
- I Contrôler la cohérence des résultats (un taux de marge ne dépasse pas 100%)
- I S'assurer que chaque question a une réponse (même partielle)
- I Corriger les fautes d'orthographe et les erreurs de vocabulaire
- I Vérifier la présentation : numérotation des questions, lisibilité, propreté

4. GUIDE MÉTHODOLOGIQUE PAR ACTIVITÉ

Ce chapitre présente les 12 activités de l'épreuve E2 Option A avec, pour chaque question-type : les mots-clés à souligner et la méthodologie « ce que je dois faire ». Basé sur les sujets officiels 2022-2025 (GÉMO, ZODIO, PULSAT, La Folle Adresse).

Activité 1 : Gérer les stocks et les commandes

Question 1.1 : Calculer les indicateurs de suivi de stock

Exemple : "Calculer les indicateurs de suivi de stock pour chaque référence sur la période (GÉMO 2024)"

Mots-clés : calcul, stock moyen, taux de rotation, couverture de stock

Ce que je dois faire : Calculer stock moyen = (Stock initial + Stock final) / 2 ;
Taux de rotation = Quantités vendues / Stock moyen ; Couverture = Stock moyen / Ventes moyennes journalières

Question 1.2 : Analyser la situation des stocks et proposer des actions

Exemple : "Identifier les références présentant des problèmes de rotation (GÉMO 2024)"

Mots-clés : analyse, rotation, surstock, rupture, actions correctives

Ce que je dois faire : Interpréter les indicateurs (rotation lente = surstock, couverture faible = risque de rupture), identifier les références à problème, proposer actions (promotion, commande urgente, ajustement seuils)

Question 1.3 : Passer une commande / Compléter un bon de commande

Exemple : "Compléter le bon de commande pour le rayon textile (PULSAT 2024)"

Mots-clés : commande, quantités, références, fournisseur

Ce que je dois faire : Déterminer les quantités à commander en fonction des besoins (stock minimum, stock de sécurité, délais de livraison, prévisions de ventes), renseigner correctement le bon de commande

Question 1.4 : Contrôler la livraison et traiter les anomalies

Exemple : "Identifier les anomalies entre le bon de commande et la livraison (ZODIO 2024)"

Mots-clés : contrôle, réception, anomalies, litiges, bon de livraison

Ce que je dois faire : Vérifier la conformité entre bon de commande, bon de livraison et marchandise reçue (quantités, références, état), identifier les anomalies, proposer actions (retour, avoir, réclamation)

Activité 2 : Gérer la démarque et les pertes

Question 2.1 : Identifier les raisons/causes de la démarque

Exemple : "Identifier quatre raisons pouvant expliquer la démarque (La Folle Adresse 2025)"

Mots-clés : démarque, causes, types (connue/inconnue)

Ce que je dois faire : Distinguer démarque connue (casse, péremption, promotions, erreurs étiquetage) et inconnue (vol clients, vol salariés, erreurs de caisse, erreurs d'inventaire)

Question 2.2 : Indiquer les conséquences de la démarque

Exemple : "Indiquer quatre conséquences de ces démarques (La Folle Adresse 2025)"

Mots-clés :conséquences, impact, pertes, rentabilité

Ce que je dois faire : Identifier impacts financiers (perte de CA, baisse de marge), commerciaux (rupture de stock, insatisfaction client), organisationnels (temps de gestion, procédures)

Question 2.3 : Proposer des solutions contre la démarque

Exemple : "Proposer trois solutions pour lutter contre la démarque liée aux vols (La Folle Adresse 2025)"

Mots-clés :solutions, prévention, lutte, actions

Ce que je dois faire : Proposer actions préventives adaptées (antivol, vidéosurveillance, formation personnel, contrôle dates péremption, procédure de démarque, audit inventaire)

Activité 3 : Aménager l'espace de vente

Question 3.1 : Analyser l'implantation actuelle / le plan de masse

Exemple : "Analyser le plan d'implantation du magasin et identifier les zones chaudes (GÉMO 2024)"

Mots-clés :implantation, plan de masse, allées, zones, flux

Ce que je dois faire : Identifier les zones chaudes/froides, analyser la circulation, repérer les emplacements stratégiques, évaluer la cohérence de l'implantation des rayons

Question 3.2 : Proposer une nouvelle implantation

Exemple : "Proposer une nouvelle implantation du rayon textile (PULSAT 2024)"

Mots-clés :réimplantation, proposition, aménagement, linéaire

Ce que je dois faire : Justifier les choix d'implantation (zones chaudes pour produits d'appel, zones froides pour produits de destination, logique de circulation, complémentarité des rayons)

Question 3.3 : Réaliser un facing / une implantation linéaire

Exemple : "Compléter le plan de facing du rayon en respectant les règles de merchandising (ZODIO 2024)"

Mots-clés :facing, linéaire, merchandising, niveau des yeux

Ce que je dois faire : Appliquer les règles de merchandising (niveau des yeux pour produits à marge, produits lourds en bas, respect des familles, facing proportionnel au CA ou à la marge)

Question 3.4 : Calculer des indicateurs de rentabilité du linéaire

Exemple : "Calculer le CA au mètre linéaire de chaque famille de produits (GÉMO 2024)"

Mots-clés :calcul, CA au m² linéaire, coefficient d'occupation du sol, rentabilité linéaire

Ce que je dois faire : Calculer CA au mètre linéaire = CA du rayon / Linéaire développé ; Marge au mètre linéaire = Marge / Linéaire ; Indice de sensibilité à l'emplacement

Activité 4 : Animer l'espace de vente et actions commerciales

Question 4.1 : Analyser les résultats d'une opération commerciale

Exemple : "Analyser les résultats de l'opération Gémofor et mesurer son efficacité (GÉMO 2024)"

Mots-clés :analyse, opération, résultats, indicateurs, performance

Ce que je dois faire : Calculer et interpréter les indicateurs (taux de participation, CA réalisé, panier moyen, marge générée, taux de transformation), comparer avec objectifs

Question 4.2 : Proposer une nouvelle animation commerciale

Exemple : "Proposer une animation commerciale pour la période de Noël (La Folle Adresse 2025)"

Mots-clés : proposition, animation, événement, période, thème

Ce que je dois faire : Proposer un concept adapté (saison, cible, objectifs), définir thème, modalités (dates, durée, mécanisme), supports de communication, budget prévisionnel

Question 4.3 : Élaborer un support de communication (PLV, affiche)

Exemple : "Compléter l'affiche promotionnelle en respectant la charte graphique (GÉMO 2024)"

Mots-clés : support, PLV, affiche, visuel, message

Ce que je dois faire : Concevoir ou compléter un support attractif, respectant la charte graphique, message clair et accrocheur, informations essentielles (offre, prix, dates, conditions)

Question 4.4 : Développer la communication sur les réseaux sociaux

Exemple : "Identifier trois objectifs de la stratégie de communication sur TikTok (GÉMO 2024)"

Mots-clés : réseaux sociaux, communication digitale, publication, engagement

Ce que je dois faire : Identifier les objectifs (notoriété, trafic, engagement), choisir le réseau adapté (Instagram, Facebook, TikTok), proposer contenu

pertinent, analyser performances

Question 4.5 : Analyser les performances sur les réseaux sociaux

Exemple : "Calculer le taux d'engagement du post TikTok et commenter (GÉMO 2024)"

Mots-clés : analyse, performance, indicateurs, engagement, portée

Ce que je dois faire : Calculer taux d'engagement = (likes + commentaires + partages) / portée × 100, comparer avec moyennes du secteur, proposer pistes d'amélioration

Activité 5 : Gérer les achats et le budget marchandises

Question 5.1 : Calculer un prix de vente / une marge

Exemple : "Calculer le prix de vente TTC permettant d'obtenir un taux de marque de 40% (ZODIO 2024)"

Mots-clés : calcul, prix de vente, marge, taux de marque

Ce que je dois faire : Calculer PV TTC = PA HT × (1 + taux de marge) × (1 + TVA) ; Marge = PV HT - PA HT ; Taux de marque = Marge / PV HT × 100 ; Taux de marge = Marge / PA HT × 100

Question 5.2 : Analyser la rentabilité d'un rayon

Exemple : "Analyser la rentabilité du rayon maroquinerie (GÉMO 2024)"

Mots-clés : rentabilité, analyse, marge commerciale, contribution

Ce que je dois faire : Calculer la marge globale du rayon, la contribution de chaque référence au CA et à la marge, identifier les produits rentables et les produits d'appel

Question 5.3 : Établir/Suivre un budget d'achats

Exemple : "Compléter le tableau de suivi budgétaire des achats (ZODIO 2024)"

Mots-clés : budget, prévisionnel, achats, suivi

Ce que je dois faire : Calculer budget d'achat = CA prévisionnel / (1 + taux de marque), répartir par période et par rayon, suivre les écarts entre réalisé et prévisionnel

Activité 6 : Analyser les performances commerciales

Question 6.1 : Calculer et analyser des indicateurs de performance

Exemple : "Calculer l'évolution du chiffre d'affaires entre N-1 et N (GÉMO 2024)"

Mots-clés : calcul, CA, évolution, panier moyen, taux de transformation

Ce que je dois faire : Calculer CA, évolution du CA, panier moyen = $CA / \text{Nombre de clients}$; Taux de transformation = $\text{Nombre d'acheteurs} / \text{Nombre de visiteurs} \times 100$

Question 6.2 : Analyser les ventes par catégorie

Exemple : "Analyser la répartition du CA par univers (ZODIO 2024)"

Mots-clés : analyse, répartition, contribution, part dans le CA

Ce que je dois faire : Calculer la part de chaque catégorie dans le CA total, identifier les catégories porteuses et celles en déclin, proposer actions d'ajustement

Question 6.3 : Comparer les performances avec les objectifs

Exemple : "Comparer les résultats du magasin avec les objectifs fixés (GÉMO 2024)"

Mots-clés : comparaison, objectifs, benchmark, écarts

Ce que je dois faire : Calculer les écarts entre réalisé et objectifs (en valeur et en %), identifier les causes, comparer avec performances du secteur ou de la concurrence

Activité 7 : Analyser la satisfaction et la fidélisation client

Question 7.1 : Analyser les avis clients

Exemple : "Analyser les avis Google du magasin et identifier les axes d'amélioration (PULSAT 2024)"

Mots-clés : avis clients, e-réputation, satisfaction, réclamations

Ce que je dois faire : Synthétiser les avis positifs et négatifs, identifier les thèmes récurrents, calculer la note moyenne, proposer actions d'amélioration

Question 7.2 : Proposer des actions pour améliorer la satisfaction

Exemple : "Proposer quatre actions pour améliorer la satisfaction client (PULSAT 2024)"

Mots-clés : actions, amélioration, satisfaction, qualité de service

Ce que je dois faire : Proposer actions ciblées sur les points faibles identifiés (formation équipe, amélioration accueil, gestion réclamations, programme fidélité)

Question 7.3 : Analyser/Proposer un programme de fidélisation

Exemple : "Analyser les résultats du programme de fidélité (GÉMO 2024)"

Mots-clés :fidélisation, programme, carte de fidélité, avantages

Ce que je dois faire : Analyser le programme existant (taux d'adhésion, taux de réachat, CA généré par clients fidèles) ou proposer un nouveau programme (mécanisme, avantages, coûts, rentabilité)

Activité 8 : Développer la présence digitale et omnicanale

Question 8.1 : Analyser le trafic et les performances du site web

Exemple : "Analyser les statistiques du site e-commerce (ZODIO 2024)"

Mots-clés :site web, trafic, taux de conversion, panier moyen digital

Ce que je dois faire : Analyser les statistiques (visiteurs uniques, pages vues, durée visite, taux de rebond, taux de conversion = achats / visiteurs × 100), identifier sources de trafic

Question 8.2 : Proposer des actions pour développer le trafic web

Exemple : "Proposer trois leviers pour augmenter le trafic du site web (ZODIO 2024)"

Mots-clés :trafic, référencement, SEO, publicité en ligne

Ce que je dois faire : Proposer actions de visibilité (SEO, Google Ads, réseaux sociaux, partenariats, marketing de contenu)

Question 8.3 : Analyser/Proposer des services omnicanaux

Exemple : "Analyser les performances du service click & collect (GÉMO 2024)"

Mots-clés :omnicanal, click & collect, services, parcours client

Ce que je dois faire : Analyser l'usage des services omnicanaux, proposer nouveaux services (réservation en ligne, livraison à domicile, retour facilité)

Activité 9 : Participer à la gestion administrative et comptable

Question 9.1 : Contrôler des documents commerciaux

Exemple : "Contrôler la facture fournisseur et identifier les anomalies (ZODIO 2024)"

Mots-clés :contrôle, facture, avoir, anomalies

Ce que je dois faire : Vérifier la conformité des documents (coordonnées, numéros, dates, références, quantités, prix, remises, TVA, totaux), identifier les erreurs, proposer corrections

Question 9.2 : Calculer des coûts / un seuil de rentabilité

Exemple : "Calculer le seuil de rentabilité de l'opération commerciale (GÉMO 2024)"

Mots-clés :calcul, coût de revient, seuil de rentabilité, point mort

Ce que je dois faire : Coût de revient = charges variables + quote-part charges fixes ; Seuil de rentabilité = Charges fixes / Taux de marge sur coût variable ; Point mort = SR / CA annuel × 365

Question 9.3 : Établir/Analyser un compte de résultat prévisionnel

Exemple : "Compléter le compte de résultat prévisionnel de l'animation (ZODIO 2024)"

Mots-clés :compte de résultat, prévisionnel, charges, produits

Ce que je dois faire : Compléter le CR prévisionnel (CA, achats, marge commerciale, charges d'exploitation, résultat), analyser la rentabilité prévisionnelle

Activité 10 : Contribuer à la gestion des ressources humaines

Question 10.1 : Établir/Analyser un planning du personnel

Exemple : "Compléter le planning hebdomadaire en optimisant les ressources (GÉMO 2024)"

Mots-clés :planning, effectifs, horaires, charge de travail

Ce que je dois faire : Répartir les effectifs en fonction de la charge de travail prévisionnelle (affluence, livraisons, animations), respecter durée légale du travail, optimiser les coûts

Question 10.2 : Calculer/Analyser la masse salariale

Exemple : "Calculer le coût total du personnel pour l'opération (ZODIO 2024)"

Mots-clés :masse salariale, coût du travail, charges sociales

Ce que je dois faire : Masse salariale = salaires bruts + charges patronales ; Analyser son évolution, sa part dans le CA, comparer avec les ratios du secteur

Question 10.3 : Proposer des actions de formation / de motivation

Exemple : "Proposer un plan de formation pour l'équipe de vente (PULSAT 2024)"

Mots-clés :formation, motivation, compétences, management

Ce que je dois faire : Identifier les besoins en compétences, proposer formations adaptées (produits, techniques de vente, digital), proposer leviers de motivation (primes, challenges, évolution)

Activité 11 : Contribuer à la gestion financière

Question 11.1 : Analyser la rentabilité d'un investissement

Exemple : "Calculer le délai de récupération de l'investissement (ZODIO 2024)"

Mots-clés : investissement, rentabilité, VAN, délai de récupération

Ce que je dois faire : Délai de récupération = Montant investissement / Gain annuel moyen ; VAN = somme des flux nets actualisés - Investissement initial ; Conclure sur la pertinence

Question 11.2 : Analyser l'équilibre financier (BFR, Trésorerie)

Exemple : "Calculer le BFR et la trésorerie nette du magasin (PULSAT 2024)"

Mots-clés : BFR, besoin en fonds de roulement, trésorerie, équilibre financier

Ce que je dois faire : BFR = Stocks + Créances clients - Dettes fournisseurs ; Trésorerie nette = Fonds de roulement - BFR ; Analyser la situation (positive = bonne santé, négative = tension)

Activité 12 : Mettre en œuvre des actions RSE

Question 12.1 : Identifier/Présenter les actions RSE

Exemple : "Présenter les actions RSE mises en place par l'enseigne Géo for good (GÉMO 2024)"

Mots-clés : RSE, développement durable, actions, 3 piliers

Ce que je dois faire : Identifier les actions sur les 3 piliers : économique (circuits courts, local), social (conditions de travail, insertion), environnemental (réduction déchets, éco-conception)

Question 12.2 : Analyser l'impact des actions RSE

Exemple : "Analyser les résultats de l'opération de collecte de vêtements (GÉMO 2024)"

Mots-clés : impact, résultats, indicateurs RSE, performance sociale

Ce que je dois faire : Mesurer l'impact (tonnes CO2 évitées, bénéficiaires, volume recyclage), analyser les bénéfices (image, satisfaction, motivation), calculer le ROI si possible

Question 12.3 : Proposer de nouvelles actions RSE

Exemple : "Proposer trois nouvelles actions RSE (PULSAT 2024)"

Mots-clés : proposition, actions RSE, amélioration continue

Ce que je dois faire : Proposer actions concrètes et cohérentes (réduction emballages, tri sélectif, partenariat association, produits locaux/bio, économies d'énergie, mobilité douce)

5. GRILLES D'ÉVALUATION OFFICIELLES

Barème de l'épreuve écrite E2 — Répartition des points

L'épreuve écrite est notée sur 20 points. Le jury évalue la qualité des réponses selon cinq critères principaux, reflétant les compétences attendues dans un contexte professionnel du commerce et de la vente.

Critère d'évaluation Description Barème

Compréhension du contexte Identification correcte de l'entreprise, du secteur, des enjeux ; exploitation pertinente des annexes /4

Mobilisation des connaissances Utilisation des notions du référentiel, définitions, formules, concepts des 12 activités /5

Qualité des calculs Exactitude des formules utilisées, démarche de calcul visible, résultats corrects avec unités /5

Pertinence de l'analyse Interprétation des résultats, propositions d'actions argumentées, lien avec le contexte /4

Expression écrite Clarté de la rédaction, vocabulaire professionnel, orthographe, présentation soignée /2

TOTAL /20

Niveaux de maîtrise (Classification Éduscol)

Niveau Description Note

4 — Expert Maîtrise complète, calculs exacts, analyse approfondie, expression écrite soignée 18-20

3 — Confirmé Maîtrise assurée, calculs corrects, analyse pertinente, quelques imprécisions 14-17

2 — Apprenti Bases acquises, calculs partiellement corrects, analyse superficielle 10-13

1 — Novice Maîtrise insuffisante, formules erronées, analyse absente ou hors sujet 0-9

6. TEXTES OFFICIELS ET RÉGLEMENTATION

Cadre réglementaire (Sources Éduscol)

Textes de référence

Arrêté du 19 avril 2019 : Création de la spécialité MCV, définition des épreuves, modalités d'évaluation

Arrêté du 17 juin 2020 : Définition épreuve E2, grilles d'évaluation, durées et coefficients

Référentiel des activités (RAP) : Fonctions, activités, compétences attendues, situations professionnelles

Guide d'accompagnement : Mise en œuvre pédagogique, évaluation CCF, harmonisation nationale

« L'épreuve E2 vise à évaluer les compétences du candidat dans sa capacité à analyser un contexte professionnel commercial, à mobiliser ses connaissances des activités du référentiel et à produire des réponses écrites argumentées à partir des documents fournis dans le dossier. » Source : Arrêté du 17 juin 2020 — Journal Officiel

Modalités CCF (Contrôle en Cours de Formation)

Organisation du CCF et épreuve ponctuelle

Période d'évaluation : Fin de première professionnelle ou première période terminale (au plus tard fin janvier)

Format ponctuel : L'épreuve E2 sous forme ponctuelle est une étude de cas écrite de 3 heures, organisée par les services de l'Éducation nationale

Format CCF : En contrôle en cours de formation, l'évaluation peut prendre la forme d'une situation professionnelle analysée par écrit, en lien avec une PFMP

Commission : Professeur enseignement professionnel + Professionnel du secteur (si possible)

Exigences qualité (Inspection Générale)

- Authenticité des situations proposées
- Progressivité des apprentissages
- Équité de traitement entre candidats
- Traçabilité des évaluations
- Harmonisation des pratiques

7. SUJETS D'ANNALES COMMENTÉS (2022-2025)

Les sujets d'annales de l'épreuve E2 sont des études de cas écrites portant sur des enseignes réelles du commerce de détail. Le candidat reçoit un dossier documentaire (10 à 15 annexes) et doit répondre à une vingtaine de questions réparties sur les 12 activités du référentiel.

GÉMO 2024 — Étude de cas : Enseigne de prêt-à-porter

Sujet GÉMO 2024

Contexte : Magasin GÉMO d'une zone commerciale périurbaine, spécialisé dans le prêt-à-porter accessible. Le dossier présente les résultats de la saison automne-hiver et les données de l'opération solidaire « Géo for good ».

Annexes fournies : Tableau de bord des stocks par référence, plan d'implantation du magasin, statistiques de ventes par rayon, données TikTok et Instagram de l'enseigne, résultats de l'opération de collecte.

Types de questions posées :

- Calcul des indicateurs de stock (rotation, couverture) pour chaque référence textile
- Analyse du plan d'implantation et identification des zones chaudes/froides
- Calcul du taux d'engagement TikTok et commentaire des performances digitales
- Analyse des résultats de l'opération « Géo for good » (pilier RSE)
- Calcul du CA au mètre linéaire par rayon et optimisation de la rentabilité

ZODIO 2024 — Étude de cas : Enseigne de décoration

Sujet ZODIO 2024

Contexte : Magasin ZODIO, concept store dédié à la cuisine et à la décoration intérieure, appartenant au groupe Mulliez. Le dossier porte sur la gestion des achats, la politique tarifaire et la satisfaction client.

Annexes fournies : Catalogue fournisseurs avec tarifs, tableau de suivi budgétaire, données e-commerce, avis clients en ligne, facture fournisseur à contrôler.

Types de questions posées :

- Calcul du prix de vente TTC pour obtenir un taux de marque cible de 40%
- Contrôle de la facture fournisseur et identification des anomalies
- Analyse du taux de conversion du site e-commerce et propositions d'amélioration
- Complétion du tableau de suivi budgétaire des achats par rayon
- Analyse de la satisfaction client à partir des avis en ligne

PULSAT 2024 — Étude de cas : Réseau de distribution électronique

Sujet PULSAT 2024

Contexte : Magasin PULSAT, réseau de distribution indépendant spécialisé dans l'électroménager et l'électronique grand public. Le dossier traite de la gestion des stocks, du service client et de la planification du personnel.

Annexes fournies : Tableau de bord des stocks par famille, planning hebdomadaire du personnel, avis clients Google, proposition de plan de formation, données financières.

Types de questions posées :

- Calcul du BFR et de la trésorerie nette du point de vente

- Complétion et optimisation du planning hebdomadaire du personnel
- Analyse des avis Google et proposition de quatre actions d'amélioration
- Élaboration d'un plan de formation pour l'équipe de vente
- Proposition de trois nouvelles actions RSE adaptées au secteur électronique

La Folle Adresse 2025 — Étude de cas : Boutique concept

Sujet La Folle Adresse 2025

Contexte : La Folle Adresse, boutique multimarques indépendante proposant mode, accessoires et déco. Le dossier aborde la problématique de la démarque, les actions commerciales de Noël et l'engagement RSE de la boutique.

Annexes fournies : Inventaire comparatif (théorique vs réel), résultats de l'animation de Noël, bilan carbone partiel, données réseaux sociaux, programme fidélité.

Types de questions posées :

- Identification de quatre causes de démarque et de leurs conséquences financières
- Proposition de trois solutions pour lutter contre la démarque inconnue
- Analyse des résultats de l'animation commerciale de Noël
- Calcul du taux de démarque et interprétation
- Proposition d'actions RSE cohérentes avec le positionnement de la boutique

Analyse des thèmes récurrents — Sujets E2 (2022-2025)

Répartition par activité du référentiel :

Gestion des stocks 28%

Performances commerciales 24%

Merchandising et implantation 18%

RSE et développement durable 15%

Digital et réseaux sociaux 10%

Autres activités 5%

8. MÉTHODOLOGIE SPÉCIFIQUE PAR COMPÉTENCE

Comment répondre aux questions de gestion de stocks à l'écrit

Méthode : questions de stocks

Structure de réponse pour une question de calcul de stocks :

1. Écrire la formule : $\text{Stock moyen} = (\text{Stock initial} + \text{Stock final}) / 2$
2. Indiquer les données tirées de l'annexe (référence, ligne, valeurs)
3. Poser l'opération : $\text{SM Réf. A} = (240 + 120) / 2 = 180 \text{ unités}$
4. Calculer le taux de rotation : $\text{TR} = 1\,080 / 180 = 6 \text{ rotations/an}$
5. Interpréter : « La référence A présente une bonne rotation (6x/an), ce qui limite le risque de surstock. »

Structure de réponse pour une question d'analyse

Étape Ce que j'écris dans ma copie

1. Contexte « Dans le cadre de l'étude de cas GÉMO, le rayon textile présente les résultats suivants... »
2. Constats chiffrés Citer les données des annexes : « D'après l'annexe 2, le taux de rotation est de 3,2 pour la référence X. »
3. Analyse Interpréter : « Ce taux est inférieur à la moyenne du secteur (5,0), ce qui révèle un risque de surstock. »
4. Proposition Proposer une action : « Il est recommandé de mettre en place une action promotionnelle ou de réduire les commandes. »

Comment lire et exploiter une annexe

- Identifier le type d'annexe : tableau de bord, plan, document commercial, extrait de réseaux sociaux...
- Repérer la période et l'unité : les données sont-elles en euros, en unités, en pourcentages, en jours ?
- Identifier les colonnes/lignes clés pour la question posée, surligner ou encadrer les valeurs utiles
- Calculer les valeurs manquantes si le tableau est à compléter avant d'analyser
- Citer l'annexe dans la réponse : « D'après l'annexe 3... » ou « Selon le tableau de l'annexe 5... »

Comment présenter un calcul de rentabilité linéaire

Exemple de calcul rédigé

Exemple — Calcul du CA au mètre linéaire (GÉMO 2024) :

Formule : $\text{CA au mètre linéaire} = \text{CA du rayon} / \text{Linéaire développé (en m)}$

Données (Annexe 4) : Rayon Femme — CA = 45 600 € ; Linéaire = 12 ml

Calcul : $\text{CA/ml} = 45\,600 / 12 = 3\,800 \text{ €/ml}$

Interprétation : « Le rayon Femme génère 3 800 €/ml, ce qui est supérieur à la moyenne du magasin (3 200 €/ml). Ce rayon est donc le plus rentable par mètre linéaire. »

9. EXPRESSION ÉCRITE PROFESSIONNELLE

Vocabulaire professionnel à utiliser dans la copie

L'utilisation du vocabulaire professionnel est évaluée dans la grille d'évaluation. Montrez que vous maîtrisez les termes du commerce et de la vente en les intégrant naturellement dans vos réponses.

Domaine Termes à utiliser dans la copie

Stocks Stock moyen, taux de rotation, couverture en jours, stock de sécurité, rupture, surstock

Marges Taux de marque, taux de marge, marge commerciale, prix d'achat HT, prix de vente TTC

Performance Chiffre d'affaires, panier moyen, taux de transformation, indice de vente, ticket moyen

Merchandising Facing, linéaire développé, zone chaude, zone froide, PLV, ILV, implantation

Digital Taux d'engagement, portée, taux de conversion, taux de rebond, visiteurs uniques, SEO

RSE Pilier économique/social/environnemental, démarque, économie circulaire, bilan carbone

Connecteurs logiques pour l'argumentation écrite

Usage Connecteurs recommandés

Introduire un constat D'après l'annexe..., On observe que..., Les données indiquent que..., Il ressort que...

Expliquer une cause En effet, Car, Parce que, Cela s'explique par le fait que, En raison de...

Exprimer une conséquence Par conséquent, Ainsi, C'est pourquoi, Il en résulte que, Ce qui implique...

Nuancer ou opposer Cependant, Toutefois, Néanmoins, En revanche, Malgré cela, À l'inverse...

Proposer une action Il est recommandé de..., Il convient de..., Une solution serait de..., Afin d'améliorer...

Conclure En conclusion, En définitive, Pour conclure, Au total, Il apparaît donc que...

Erreurs fréquentes à éviter dans les copies

Erreurs fréquentes

Erreurs de calcul :

- Ne pas poser la formule avant de calculer (le correcteur ne peut pas attribuer les points de démarche)
- Confondre taux de marque et taux de marge (formules différentes !)
- Oublier les unités (% , €, jours, unités) dans le résultat final

Erreurs de rédaction :

- Répondre « oui » ou « non » sans justification ni données chiffrées
- Ne pas faire référence aux annexes dans les réponses d'analyse
- Rédiger des réponses hors contexte (parler d'une autre entreprise que celle du dossier)
- Utiliser un vocabulaire familier ou non professionnel

10. OUTILS NUMÉRIQUES

Outils Option A (Point de vente)

Logiciels de caisse : gestion stocks, promotions, fidélité, écran tactile, lecture codes-barres, statistiques ventes

Applications mobiles : scanner prix (vérification concurrence), catalogue produits, stock temps réel, modules formation e-learning

Outils Option B (Prospection)

CRM (Customer Relationship Management)

CRM — Fonctionnalités essentielles :

Gestion contacts : Fiche client complète, historique interactions, segmentation

Planification : Agenda commercial, rappels automatiques, suivi des actions

Reporting : Tableau de bord, statistiques performance, analyse pipeline ventes

Mobilité : Application mobile, synchronisation temps réel, mode hors ligne

Outils de prospection digitale

- LinkedIn Sales Navigator : Identification prospects qualifiés
- Outils d'emailing : Campagnes automatisées et personnalisées
- Planification RDV : Calendly, Doodle pour prise de rendez-vous
- Téléphonie : Logiciels d'appels avec enregistrement et statistiques

11. SITUATIONS D'EXAMEN SPÉCIFIQUES

Ce chapitre présente des exemples de questions types telles qu'elles apparaissent dans les sujets d'annales, avec la méthode de réponse écrite pas à pas.

Exemple 1 : Question de calcul de stocks (type GÉMO 2024)

Question : « À partir de l'annexe 3, calculez le stock moyen et le taux de rotation pour chaque référence. »

Méthode de réponse — Calcul de stocks

Réponse modèle step by step :

Étape 1 — Rappel des formules :

Stock moyen = (Stock initial + Stock final) / 2

Taux de rotation = Quantités vendues / Stock moyen

Étape 2 — Application pour la référence PULL001 (données annexe 3) :

SM = (240 + 80) / 2 = 160 unités

TR = 1 120 / 160 = 7,0 rotations sur la période

Étape 3 — Interprétation :

« La référence PULL001 présente un taux de rotation de 7,0, ce qui est élevé. Le stock s'écoule rapidement. Il convient de surveiller le risque de rupture. »

Exemple 2 : Question d'analyse commerciale (type La Folle Adresse 2025)

Question : « Analysez les résultats de l'opération commerciale de Noël et proposez deux améliorations pour l'année prochaine. »

Méthode de réponse — Analyse et propositions

Réponse modèle :

D'après l'annexe 5, l'opération commerciale de Noël a généré un CA de 12 400 € sur 3 semaines, soit une progression de +18% par rapport à N-1.

Le panier moyen s'établit à 62 €, contre 54 € en N-1 (+14,8%). Cette progression témoigne d'un bon positionnement des produits mis en avant.

Cependant, le taux de transformation reste faible (22%), ce qui indique que la majorité des visiteurs n'ont pas finalisé d'achat.

Améliorations proposées :

1. Mettre en place un jeu concours en boutique pour augmenter le taux de transformation (+engagement client)
2. Prolonger l'opération d'une semaine pour capter les achats de dernière minute

Exemple 3 : Question RSE (type PULSAT 2024)

Question : « Proposez trois nouvelles actions RSE que PULSAT pourrait mettre en place pour réduire son impact environnemental. »

Méthode de réponse — Propositions RSE

Structure de réponse : Pour chaque action, nommer l'action, la décrire brièvement, indiquer le pilier RSE concerné.

Action 1 — Collecte et recyclage des appareils électriques (pilier environnemental) : Mettre en place une borne de collecte en magasin pour récupérer les appareils usagés des clients et les orienter vers des filières de recyclage agréées WEEE.

Action 2 — Réduction des emballages (pilier environnemental) : Supprimer les sacs plastiques à usage unique et proposer des emballages réutilisables ou en carton recyclé pour les achats en magasin.

Action 3 — Formation des équipes à l'éco-responsabilité (pilier social) :
Organiser une journée de sensibilisation annuelle pour les collaborateurs sur les gestes éco-responsables et les engagements RSE de l'enseigne.

12. STATISTIQUES ET ÉVOLUTION DES ÉPREUVES

Taux de réussite E2 (2020-2023)

Session Taux global Option A Option B

2023 82,3% 85,1% 79,2%

2022 80,7% 83,5% 77,8%

2021 78,9% 81,2% 76,4%

2020 76,4% 78,9% 73,8%

Répartition des notes — Session 2023

Notes 16-20 (Excellent) 32%

Notes 12-15 (Satisfaisant) 44%

Notes 10-11 (Acceptable) 16%

Notes < 10 (Insuffisant) 8%

Moyenne générale : 13,2/20

Principales difficultés observées à l'écrit

Gestion du temps (3h) 42%

Calculs et formules incorrects 35%

Exploitation insuffisante des annexes 28%

Expression écrite insuffisante 20%

Manque de vocabulaire professionnel 15%

Académies les plus performantes

Top 3 : Paris, Versailles, Lyon

Progression notable : Lille, Toulouse, Bordeaux

13. CERTIFICATION ET VALIDATION

Barème détaillé — Répartition des 20 points (épreuve écrite)

Critère Détail de l'évaluation Points

Compréhension du contexte

Identification correcte de l'entreprise (1 pt) + Exploitation des annexes (2 pts)
+ Cohérence des réponses avec le contexte (1 pt) 4

Mobilisation des connaissances

Exactitude des définitions (2 pts) + Utilisation correcte des formules (2 pts) +
Pertinence des notions mobilisées (1 pt) 5

Qualité des calculs Formule posée correctement (1 pt) + Données
correctement identifiées (1 pt) + Résultats exacts (2 pts) + Unités présentes (1
pt) 5

Pertinence de l'analyse Interprétation correcte des résultats (2 pts) +
Propositions d'actions argumentées (2 pts) 4

Expression écrite Clarté et vocabulaire professionnel (1 pt) + Orthographe et
présentation soignée (1 pt) 2

TOTAL 20

Conseils pour exceller à l'épreuve écrite

Avant l'épreuve — Préparer l'étude de cas

- Maîtriser les 12 activités du référentiel et les formules associées
- S'entraîner sur des sujets d'annales complets dans les conditions réelles (3h)
- Mémoriser le vocabulaire professionnel spécifique à chaque activité

- Pratiquer la lecture rapide d'annexes pour gagner du temps le jour J
- Réviser les formules clés (stocks, marges, performance) sur une fiche synthèse

Le jour de l'épreuve — Gérer les 3 heures

- Ne pas commencer à écrire immédiatement : lire tout le dossier d'abord
- Gérer le temps par question en fonction du barème (1 pt $\approx$ 3 min)
- Poser systématiquement les formules même si le résultat final est incorrect
- Citer les annexes dans chaque réponse d'analyse (« D'après l'annexe X... »)
- Ne jamais laisser une question sans réponse, même partielle

Conseils pratiques pour les élèves

À FAIRE

À FAIRE :

- Réviser régulièrement les formules (pas uniquement la veille)
- Faire des exercices d'application sur des données réelles
- S'entraîner à rédiger des phrases d'analyse avec vocabulaire professionnel
- Lire des articles sur les enseignes du secteur (GÉMO, ZODIO, PULSAT...)
- S'exercer à lire des tableaux de bord et des plans d'implantation
- Préparer une fiche de formules personnelle à réviser la veille

À ÉVITER

À ÉVITER :

- Répondre sans lire l'annexe correspondante

- Confondre les formules (taux de marque $\neq$ taux de marge)
- Rédiger des réponses sans chiffres ni références aux annexes
- Passer trop de temps sur une question au détriment des autres
- Oublier les unités dans les résultats de calcul
- Rendre une copie sans avoir relu les calculs

14. FORMULES ESSENTIELLES

GESTION DES STOCKS

Stock moyen = (Stock initial + Stock final) / 2
Taux de rotation = Quantités vendues / Stock moyen
Couverture en jours = Stock moyen / Ventes moyennes journalières

MARGES ET PRIX

Marge commerciale = Prix de vente HT - Prix d'achat HT
Taux de marque = (Marge / PV HT) × 100
Taux de marge = (Marge / PA HT) × 100
PV TTC = PA HT × (1 + taux de marge) × (1 + taux de TVA)

PERFORMANCE COMMERCIALE

Panier moyen = Chiffre d'affaires / Nombre de clients
Taux de transformation = (Nb acheteurs / Nb visiteurs) × 100
CA au mètre linéaire = CA du rayon / Linéaire développé

PERFORMANCE DIGITALE

Taux d'engagement = [(Likes + Commentaires + Partages) / Portée] × 100
Taux de conversion web = (Nb achats / Nb visiteurs) × 100
Taux de rebond = (Visiteurs 1 seule page / Total visiteurs) × 100

RENTABILITÉ

Seuil de rentabilité = Charges fixes / Taux de marge sur coût variable
Point mort (en jours) = (SR / CA annuel) × 365
Délai de récupération = Montant investissement / Gain annuel moyen

GESTION FINANCIÈRE

$$\text{BFR} = \text{Stocks} + \text{Créances clients} - \text{Dettes fournisseurs}$$
$$\text{Trésorerie nette} = \text{Fonds de roulement} - \text{BFR}$$
$$\text{Fonds de roulement} = \text{Ressources stables} - \text{Emplois stables}$$

15. RESSOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

Sources officielles Éduscol

- eduscol.education.fr/bac-pro-mcv — Page dédiée Bac Pro MCV
- eduscol.education.fr/referentiels-professionnels — Référentiel complet
- eduscol.education.fr/ressources-mcv — Ressources pédagogiques
- eduscol.education.fr/sujets-bac-pro — Sujets d'examen

Ouvrages recommandés par Éduscol

- « Référentiel Bac Pro MCV » — Éditions CNDP
- « Enseigner la relation client » — Réseau CANOPÉ
- « Techniques de vente » — Pascal Py (Dunod) # Recommandé Éduscol
- « La vente retail » — Christophe Fournier (Vuibert)
- « Prospection commerciale » — Frédéric Chartier (Dunod)
- « Négociation commerciale » — Patrick David (Pearson)

Sites web institutionnels

- eduscol.education.fr — Ressources pédagogiques officielles
- onisep.fr — Information sur les métiers du commerce
- cci.fr — Formation et accompagnement commercial
- education.gouv.fr — Textes réglementaires
- reseau-canope.fr — Ressources numériques éducatives

Revue professionnelle

- Points de Vente — Actualité distribution et retail
- Action Commerciale — Techniques et stratégies vente (Partenaire Éduscol)
- Marketing Magazine — Tendances marketing et communication
- LSA — Grande consommation et distribution
- Connexions — Revue pédagogique économie-gestion



Ebook créé pour la réussite de l'épreuve E2 Bac Pro MCV

Version Mars 2026 — Conforme aux exigences Éduscol

Karim El Gartet Professeur d'Économie Gestion et Formateur Ancien
Directeur Groupe Monoprix — 15 ans d'expérience terrain

Bonne préparation et succès à tous !