

Ne rien écrire

dans la partie barrée

N° 06 – 238 Folio 5 / 8

CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE

Votre meilleur ami Monsieur Rémy souhaite créer une entreprise de boulangerie spécialisée. Il a déjà choisi l'enseigne de son commerce : "Au Pain d'Antan" 2, rue de Lillers Valenciennes.

1. ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

DOCUMENT 1

Le personnel de l'entreprise se compose ainsi :

- Monsieur Leroy chef boulanger, a sous ses ordre :

- Pascal VION qui s'occupe de la boulangerie traditionnelle
- Paul CHAVENAT qui s'occupe de la boulangerie spécialisée et, est maître d'apprentissage de Jean CARON.

- Monsieur Henri LEMAIRE, Chef pâtissier, a sous ses ordres

- Marie LEGRAND ouvrière
- Henri est maître d'apprentissage de Pierre LAMBOIS

- Madame Louise REMY est responsable de la vente des produits fabriqués. Elle est aidée dans ses tâches par Annie DUPARCQ, vendeuse.

Ne rien écrire

dans la partie barrée

N° 06 – 238 Folio 7 / 8

2. ASPECT COMMERCIAL DE LA PROFESSION ET DES LIEUX DE VENTE

Monsieur REMY vous remet un article concernant la consommation de pain des français (document 2) Son objectif est de répondre aux attentes des clients pour dégager des bénéfices qui serviront à l'achat d'un nouveau four.

DOCUMENT 2

Soutenir la consommation de pain des Français

Jérôme Fourquet de l'IFOP, indique une forte demande des consommateurs d'être davantage informés sur la composition du pain et ses apports nutritionnels. Anne Frémaux du Gira, souligne que pour la moitié des consommateurs, l'achat de pain se fait par habitude. Pour accroître les performances en volume et en résultat, l'objectif est de coupler l'achat de la baguette avec d'autres achats. Pour cela, il faut proposer des pains variés, provoquer l'achat d'impulsion grâce à des vitrines plus attractives. Autre thème développé : "Comment séduire et étonner les clients en jouant la carte de créativité ?" Vincent Brouty, boulanger près de Lyon, y parvient parfaitement en proposant de nombreuses variétés de pains. " S'atteler à son métier et le faire avec passion" est pour lui le principal secret de la réussite. Pour clore cette première partie, Hervé Pisson (CNBF) félicite les boulangers pour leur mobilisation remarquable à la Fête du pain même si "les opérations hors boulangerie mériteraient d'être plus nombreuses".

Extrait de l'IFOP

2.1. A l'aide du document 2 et de vos connaissances, vous répondez aux questions suivantes :

ANNEXE 2

La politique commerciale d'une boulangerie

Questions	Réponses
D'après l'IFOP, quelle est la demande des consommateurs de pain ?	
Comment peut-on provoquer "l'achat d'impulsion" ?	
Citer deux opérations commerciales permettant d'augmenter la vente de pains.	
Citer deux lieux de vente de pains	

Ne rien écrire

dans la partie barrée

N° 06 – 238 Folio 8 / 8

3. L'ETUDE D'UN PRIX

La nouvelle boulangerie vient d'être créée, votre mission est de développer le rayon "pains spéciaux", plus particulièrement les "pains de campagne". Monsieur Rémy vous communique la recette des pains de campagne.



Le pain de campagne

ANNEXE 2

Ingrédients	Coût/kg en euros
10 kg de farine type 55	0,40
2 kg de farine de seigle 170 sp	0,60
7,1 l d'eau	Négligeable
200 g de levure	1,50
180 g de sel	1,00
2 kg de pâte fermentée	0,50

Chaque jour, il conviendra de préparer des pains de campagne à partir de la recette. Calculer les coûts des matières premières pour une préparation à partir de 30 kg de farine type 55

3.1. Compléter le tableau ci-dessous :

Ingrédients	Quantités	Prix au kg	Prix total
Coût total			