Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Management et Gestion des Unités Commerciales

SESSION 2009
PROPOSITION DE CORRIGE
ELECTRO DEPOT

DOSSIER 1 : L'IMPACT D'UN INCIDENT GRAVE SUR LA GESTION ET LE MANAGEMENT DE L'UNITE COMMERCIALE

L'étude des performances commerciales de l'unité commerciale.

1.1 Déterminez l'impact du mois de fermeture sur la réalisation des objectifs de chiffre d'affaires et de marge. Commentez vos résultats.

- **La réalisation des objectifs (avec un CA effectif sur 11 mois) :**

EN K€	2007	2008 (11 mois)	**EVOLUTION**	OBJ 2008 (12 mois)	**ECART /OBJECTIF**
CA	9 150	9 800	**+7,1%**	10 220	**-420 (-4,1%)**
Taux de marque en %	20,6	20,5	**-0,1 pt**	20,4	**+0,1 pt**
MARGE	1 885	2 009	**+6,6%**	2 085	**-76 (-3,6%)**

- Globalement, on constate une progression des performances en termes de chiffre d'affaires et dans une moindre mesure, en termes de marge. Cette différence d'évolution s'explique par la diminution du taux de marque.
- Le magasin n'atteint pourtant pas ses objectifs (sauf pour le taux de marque) mais l'incidence de l'incendie affecte les performances. En effet, une projection du CA sur 12 mois permet d'envisager un CA de 10 488 K€[(1)]. Dans ce cas, cette tendance permet d'atteindre et de réaliser les objectifs.

(1) = (9 800 * 1,006) / 0,94 (pour prendre en compte la saisonnalité)
Remarque : accepter une extrapolation linéaire du CA sans prise en compte des coefficients saisonniers. (9 800 * 12)/11 = 10 690 K€.

- **La réalisation des objectifs (avec un CA extrapolé à 12 mois) :**

EN K€	2007	2008 (12 mois)	**EVOLUTION**	OBJ 2008 (12 mois)	**ECART /OBJECTIF**
CA	9 150	10 488[(1)]	**+14,6%**	10 220	**268 (2,6%)**
MARGE	1 885	2 150[(2)]	**+14,06%**	2 085	**65 (3,1%)**

(1) = (9 800 * 1,006) / 0,94 (pour prendre en compte la saisonnalité)
(2) = 10 488 * 0,205

- **L'impact de la fermeture du magasin :**
  - sur le CA

L'objectif de chiffre d'affaires à réaliser en janvier était de 6% de l'objectif annuel 2008 soit :
10 220 * 6% = 613,2 K€ de CA non réalisé à cause de la fermeture.
L'objectif annuel hors mois de janvier était donc de :
10 220 - 613,2 = 9 606,8 K€.
Le magasin a réalisé un chiffre d'affaires de 9 800 K€ en 2008.

  - sur la marge

L'objectif de marge à réaliser en janvier était de 6% de l'objectif annuel 2008 soit :
2 085 * 6% = 125,1 K€
L'objectif annuel hors mois de janvier était donc de :

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

2 085 – 125,1 = 1 959,9 K€.
Le magasin a réalisé une marge de 2 009 K€ en 2008.

- **Commentaires :**
  - sur le CA

Le magasin a atteint l'objectif fixé pour la période février-décembre 2008.
Son retard était de 10 220-9 800 = 420 K€
Il l'a compensé partiellement en réduisant le manque à gagner :
613,20 K€ - 420 K€ = 193,2 K€

  - sur la marge

Le magasin a atteint l'objectif fixé pour la période février-décembre 2008.
Son retard était de 2 085 – 2 009 = 76 K€
Il l'a compensé partiellement en réduisant le manque à gagner :
125,1 K€ - 76 K€ = 49,1 K€

1.2 Analysez pour 2008 le rendement, le chiffre d'affaires, le nombre de tickets, le trafic annuel, le panier moyen et le taux de transformation du magasin en les comparant aux performances moyennes du réseau. L'impact de la fermeture doit apparaître dans votre analyse. Concluez.

- **Les performances globales du magasin et comparaison avec les performances nationales :**

	MAGASIN (11 mois)	Moyenne nationale du réseau (12 mois)
Surface (m²)	1 150	1 500
Ca/m²(€)	8 521[(1)]	8 200
CA HT (€)	9 800 000	12 300 000[(2)]
Nombre de tickets	128 947[(3)]	164 000[(4)]
Fréquentation annuelle	340 800 visiteurs [(5)]	512 500[(6)]
Panier moyen (€)	76	75
Taux de transformation	37,8[(7)]	32%

(1) 9 800 000/1 150
(2) 1 500*8 200
(3) 9 800 000/76
(4) 12 300 000/75
(5) Nb jours ouvertures * nb entrées = (310-26)*1 200
avec 26 jours de fermeture (30 jours – 4 dimanche)
(6) Nb de tickets / taux de transformation = 164 000/32%
(7) Nb de tickets / Nb de visiteurs =128 947/340 800

A surface de vente inférieure à la moyenne, le magasin réalise des performances très intéressantes en ce qui concerne le rendement au m², le taux de transformation et le panier moyen.
En revanche, sa surface de vente, sa zone de chalandise peut-être, la présence de concurrents (Auchan Englos, Carrefour Lomme au moins…) expliquent en partie au moins les performances moindres concernant le volume d'activité (CA, fréquentation, nombre de

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

tickets). Le candidat doit faire remarquer que pour ces indicateurs l'impact du mois de fermeture intervient également.

CA/m² avec CA sur 12 mois : **9 120 €**	Encore plus supérieur à la moyenne du réseau
Nombre de tickets avec CA sur 12 mois : **138 000 €**	Demeure encore inférieur à la moyenne du réseau
Fréquentation annuelle sur 12 mois : **372 000 visiteurs**	Demeure encore inférieure à la moyenne du réseau
Taux de transformation sur 12 mois : **37,09%**	Encore supérieur à la moyenne du réseau

Que l'activité se réalise sur 11 ou 12 mois ne modifie pas le niveau de performance du magasin vis-à-vis de la moyenne du réseau.

La mise en œuvre d'actions de prévention.

1.3 Proposez trois actions de management à entreprendre par Catherine pour mettre en œuvre les obligations des ERP (Établissements Recevant du Public) en matière de prévention des risques électriques et incendie.

Catherine doit favoriser dans l'unité commerciale un état d'esprit permanent : sensibiliser son équipe aux risques encourus, accroître sa vigilance, la motiver, développer les automatismes dans toutes leurs tâches.
Pour cela, elle peut par exemple :

- S'assurer de la participation à tous les niveaux hiérarchiques à la prévention et à la sécurité (exemple : une personne formée aux premiers soins dans chaque équipe) ;
- Sensibiliser l'ensemble du personnel à l'impact des risques pour les personnes (sécurité physique des clients, des salariés), pour l'unité commerciale (pérennité).
- Organiser une formation permanente du personnel à la prévention des risques (encombrement des issues de secours, ne pas masquer la signalétique incendie par des affiches, produits… ; ne pas bloquer l'accessibilité aux extincteurs…, sécurisation des prises...).
- Responsabiliser un salarié en le nommant « Monsieur ou Madame sécurité ».

Accepter toutes les propositions pertinentes visant à une appropriation et à une mise en œuvre des obligations par l'équipe.

1.4 Concevez une fiche de suivi garantissant la bonne application, par l'équipe de chaque univers, des mesures de prévention des risques électriques dans l'unité commerciale.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel Réseau Canopé

Proposition de fiche :

FICHE DE SUIVI DE PREVENTION DES RISQUES ELECTRIQUES						
Univers concerné :						
Semaine N°						
Points à vérifier	**Lu**	**Ma**	**Me**	**Je**	**Ve**	**Sa**
Prises non surchargées						
Cordons adaptés						
Branchements hors portée clients						
Pas d'installations précaires						
Pas de produits défectueux exposés						
…						
Vérifié par (nom + signature pour chaque jour)						

Remarque : toute fiche pertinente (prise en compte des points à vérifier, implication d'une équipe, opérationnalité…) doit être valorisée.

DOSSIER 2 : LE MANAGEMENT DE L'EQUIPE DE L'UNIVERS PAM (PETITS APPAREILS MENAGERS)

La constitution de l'équipe commerciale.

2.1 Calculez le volume hebdomadaire d'heures de travail nécessaires pour assurer le fonctionnement de l'univers PAM.

Calcul du volume hebdomadaire horaire nécessaire
Sur la surface de vente :

- du lundi au vendredi :

. matin : 9h30-12h30 = 3 heures : lundi-jeudi : 4 jours x 3 heures x 1 équipier = 12 heures
vendredi : 1 jour x 3 heures x 2 équipiers = 6 heures

. après-midi : 14h00-19h30 = 5 heures 30
lundi-mardi-jeudi : 3 jours x 5h30 x 2 équipiers = 33 heures
mercredi-vendredi : 2 jours x 5h30 x 3 équipiers = 33 heures

- le samedi : 9h30-19h30 = 10 heures 10 heures x 3 équipiers = 30 heures

Pour la réception des livraisons :
lundi et jeudi 7h00 à 11h00 : 2 jours x 4 heures x 1 équipier = 8 heures

Pour la tenue de la caisse :
2 heures le samedi : 2 heures x 1 équipier = 2 heures

Pour la présence hors ouverture magasin :
9h00-9h30 + 19h30-20h00 = 1 heure x 6 jours x 1 équipier = 6 heures

TOTAL **= 130 heures**

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Remarques:
Certains candidats peuvent avoir retiré les 8 heures pour la réception des livraisons des 130 heures car l'équipier mis à disposition de la réception est ôté de la surface de vente.
Idem pour la tenue de caisse.
Or, il s'agit de calculer le volume horaire global nécessaire pour assurer le fonctionnement de l'univers PAM. Donc l'ensemble des heures doit être intégré dans les calculs.

2.2 Déterminez si l'équipe actuelle, compte tenu des informations dont vous disposez, est en mesure d'assurer correctement les missions qui lui sont confiées. Proposez éventuellement des solutions.

Calcul du volume horaire disponible
2 équipiers x 35 heures = 70 heures
2 équipiers x 20 heures = 40 heures
Total = 110 heures

Conclusion : il manque 130-110 = 20 heures.
L'équipe n'est pas en mesure d'assurer correctement les missions qui lui sont confiés.

Les solutions possibles :

- allonger la durée du travail hebdomadaire des 2 équipiers à temps partiel (10 heures chacun en plus par exemple) mais cela paraît difficile dans la mesure où Romain est sportif de haut niveau (donc très pris par ses entraînements et ses compétitions) et où Justine est étudiante.
- envisager de faire collaborer un ou des équipiers d'autres rayons (si excédent de volume horaire).
- transformer le poste de Justine (qui va partir) en poste à 35 H. Il manquera alors quelques heures que le reste de l'équipe pourra absorber.
- embaucher un nouvel équipier pour un contrat à temps partiel de 20 heures, c'est a priori la solution à privilégier, compte tenu des contraintes inhérentes à la solution précédente. Il faudra étudier la faisabilité budgétaire d'un tel recrutement. Le temps de travail de ce nouveau salarié pourra évoluer dans l'éventualité d'un départ de Justine (en dernière année d'études).

L'amélioration des compétences de l'équipe.

2.3 Appréciez les points forts et les axes d'amélioration des compétences de l'équipe en général et de chacun de ses membres.

Points forts :

- La partie logistique et sécurité est bien « maitrisée » par l'équipe
- L'aspect « ponctualité et assiduité » des équipiers des PAM est très satisfaisant. On peut compter sur toute l'équipe « en temps et en heure » !!
- De même, l'aspect « plein propre et prix » est globalement satisfaisant (sauf encore Romain qui « occupe ») de même que l'optimisation du rangement.
- Karima apparait comme une équipière expérimentée qui « domine » pratiquement tous les domaines sauf l'aspect « extension de garantie » et aussi le déchargement. Elle peut aider les autres équipiers en difficulté et les former…
- Les deux contrats de 35 H (Karima et Samir) semblent performants.

Tout autre constat pertinent doit être accepté.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Axes d'amélioration :

- Les deux groupes de compétences les moins maîtrisés sont « acteur du commerce » et « relation clients ».
- Les aspects les plus flagrants sont « l'utilisation des outils d'aide à la vente », « développer la part de marché extension de garantie » et « connait et propose les offres de financement » : il s'agit de compétences à développer par l'ensemble de l'équipe.
- Les compétences liées à l'autonomie et à l'efficacité « fait vite et bien fait du premier coup » sont également perfectibles. Seule Karima « domine » ce point, ce qui est insuffisant pour l'équipe
- La compétence « Participe à la dynamique commerciale du magasin » est à mieux maîtriser.

Le manque de maîtrise de ces compétences commerciales explique probablement les contre-performances de cet univers et justifie les inquiétudes de Catherine.

2.4 Composez le plan de formation de chaque membre de l'équipe pour l'année 2009 en tenant compte des contraintes.

Formation impérative :
Pour développer les compétences relevant des pôles « acteur du commerce » et « relation clients », il faut inscrire Romain et Samir au module 4 « Vendre » (soit 2*3 jours et 2*500 €).
Compte-tenu des contraintes, il reste un budget de 500 € et 1 jour de formation.

Formation fortement conseillée :
Le niveau de compétences de Karima doit inciter à l'inscrire au module 6 « Connaître le produit » afin de renforcer sa maîtrise du métier et de pouvoir développer encore son rôle de formatrice au sein de l'équipe.
Cette formation coûte 300 € et 2 jours.
Sur le budget, il reste alors 200 € alors que le crédit temps est dépassé d'un jour.
Il est possible de négocier la transformation du solde du budget en une journée de formation supplémentaire.

Formation utile mais non indispensable :
Il est possible d'inscrire tout ou partie de l'équipe aux modules 3 et 5 puisqu'il s'agit de modules d'auto-formation (aucun coût). En revanche, l'organisation de l'équipe devra tenir compte des plages horaires nécessaires à ces formations.

N.B. : Le niveau de maîtrise des compétences de Justine est convenable pour une étudiante qui va probablement partir dans les mois à venir. Elle ne doit pas figurer dans le plan de formation.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

DOSSIER 3 : LA PREPARATION D'UNE OPERATION PROMOTIONNELLE

L'étude des performances des secteurs du magasin.

3.1 Analysez les résultats du magasin par secteur. Commentez vos résultats.

Secteurs	CA 2008 en K€	Contribution par secteur	Objectif CA 2008 en K€	Poids secteur /obj	Écart contribution	Écart valeur sur objectif	Écart sur objectif
ELECTROMENAGER dont :	4 494	*45,86%*	5 110	*50,00%*[1]	*-4,14%*[2]	*-616*[3]	*-12,05%*[4]
• Univers GAM	2 940	*30,00%*	3 066	*30,00%*	*0,00%*	*-126*	*-4,11%*
• Univers PAM	1 407	*14,36%*	1 840	*18,00%*	*-3,65%*	*-433*	*-23,53%*
• Univers ARTS DE LA TABLE	147	*1,50%*	204	*2,00%*	*-0,50%*	*-57*	*-27,94%*
IMAGE	1 336	*13,63%*	1 226	*12,00%*	*1,64%*	*110*	*8,97%*
INFORMATIQUE	1 862	*19,00%*	1 840	*18,00%*	*1,00%*	*22*	*1,20%*
MULTIMEDIA	1 373	*14,01%*	1 329	*13,00%*	*1,01%*	*44*	*3,31%*
SON HIFI	735	*7,50%*	715	*7,00%*	*0,50%*	*20*	*2,80%*
TOTAL	*9 800*	*100,00%*	*10 220*	*100,00%*		*-420*	*-4,11%*

[1] = objectif CA secteur / objectif total magasin
[2] = poids sect obj- contribution par secteur
[3] = Objectif CA – CA
[4] = écart valeur / objectif CA

Commentaires :

On constate un net retard sur objectif pour le secteur Électroménager (-12,05%) dans son ensemble. Il s'agit du secteur phare du magasin (45,86 % des ventes) et c'est pourtant le seul à ne pas atteindre ses objectifs.

Cette contre-performance est due surtout à l'univers PAM (-23,53% sur l'objectif) qui représente 14,36% des ventes et 1 407/4 494 = un peu moins du 1/3 des ventes en valeur de l'univers. Le retard de l'univers « arts de la table » est conséquent mais cet univers représente un faible poids des ventes du secteur électroménager et donc du magasin.

L'étude des performances de l'univers PAM.

3.2 Comparez les données de l'univers PAM du magasin par rapport aux résultats fournis par la tête de réseau.

RAYON	Écart contribution au CA	Écart contribution à la marge	Écart CA/ML	Écart Taux de marque
Petit déjeuner	-2,68 %	0,28%	-2,56 %	9,99%
Soin du linge	0,79 %	-0,38%	2,39 %	-2,59%
Beauté	-1,42 %	-0,26%	-1,95 %	2,88%
Traitement de l'air et des sols	2,88 %	-0,82%	4,70 %	-4,21%
Préparation culinaire, petite cuisson, accessoires	-4,18 %	-0,43%	-1,36 %	4,79%
Cuisson	4,61 %	1,60%	5,58 %	-3,51%
Total			**1,17 %**	**-0,04%**

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

3.3 Analysez le résultat obtenu et proposez des actions de gestion et de management.

On note des disparités entre les 6 rayons composant le PAM. Deux groupes se dégagent nettement :

- 3 rayons (« soin du linge, traitement de l'air et des sols, cuisson ») ont un écart contribution au CA positif et un écart CA/ML positif : ils apportent du chiffre d'affaires à l'univers et ont un bon rendement CA au Mètre Linéaire. On remarque que ces rayons ont un taux de marque inférieur à la moyenne de l'enseigne : les produits les moins margés sont privilégiés (volonté du magasin ou choix des consommateurs, ou les deux ?).
- 3 rayons (« petit déjeuner, beauté, préparation culinaire et petite cuisson ») ont un écart contribution au CA négatif et un écart CA/ML négatif : ils pénalisent le PAM en général. Ces rayons ont un taux de marque supérieur à la moyenne du réseau, mais ces taux de marque supérieurs ne génèrent pas de contribution significativement efficace à la marge du PAM.

Des actions de gestion s'imposent donc sur ces 3 rayons dont la marge est importante :

- calculer les indices de sensibilité au CA et à la marge pour préciser davantage les produits à valoriser (en leur attribuant davantage de linéaire), réimplanter certains produits ;
- établir des tableaux de bord quotidiens et/ou hebdomadaires pour suivre plus régulièrement les ventes et la réalisation des objectifs ;

Des actions de management s'imposent donc sur ces 3 rayons dont la marge est importante :

- informer l'équipe des résultats pour réfléchir ensemble à des actions ;
- améliorer la formation technique et commerciale des équipiers concernant les produits de ces rayons ;
- mettre en place des actions de stimulation (challenge individuel ou collectif).

La prévision des ventes de l'opération promotionnelle.

3.4 Déterminez le nombre de cafetières à vendre durant l'opération promotionnelle :

- **Situation 1 : pour réaliser l'objectif de chiffre d'affaires**

Objectif de chiffre d'affaires HT : 32 165 € :
Prix de vente unitaire HT : 29,06/1,196 = 24,30 €.
Quantités à vendre : 32 165/24,3 = **1 324 cafetières.**

- **Situation 2 : pour réaliser l'objectif de marge : + 15 % par rapport à l'année précédente**

Calcul de la marge réalisée durant la promotion en 2008 :
Prix de vente unitaire HT : 35,76/1,196 = 29,90 €.
Chiffre d'affaires HT : 950 x 29,9 = 28 405 €.
Coût d'achat des marchandises vendues : CAHT/ (1+tm) = 28 405/1,25 = 22 724 €.
Marge totale : 28 405 – 22 724 = 5 681 €.

Objectif de marge à réaliser durant la promotion en 2009 : 5 681 x 1,15 = 6 533,15 €.
Coût d'achat des marchandises vendues : marge/ tm = 6 533,15/0,27 = 24 196,85 €.
Chiffre d'affaires HT : 24 196,85 + 6 533,15 = 30 730 €.
Quantités à vendre : 30 730/24,3 = **1 265 cafetières.**

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

- **Conclusion**

Pour atteindre l'objectif de chiffre d'affaires, il faut vendre 1 324 cafetières.
Pour atteindre l'objectif d'une marge globale de +15% par rapport à 2008, il faut vendre 1 265 cafetières.
La réalisation de l'objectif de chiffre d'affaires permet d'atteindre et de dépasser l'objectif de marge.
Le nombre de cafetières à vendre durant l'opération promotionnelle est donc de 1 324.

L'approvisionnement.

3.5 Chiffrez les ventes quotidiennes prévisionnelles de cafetières pour la durée de l'opération promotionnelle.

L'objectif est de 1 350 cafetières vendues pour les 15 jours de l'opération.

- 20% des ventes sont réalisées le premier jour, soit 270 produits le jeudi 21 mai.
- 60% des ventes sont réalisées les 6 premiers jours ouvrables, jusqu'au mercredi 27 mai, soit
  - 810 produits sur les 6 premiers jours calculés de la façon suivante : 1 350 x 60% = 810
  - 270 produits le premier jour et 108 produits les jours ouvrables suivants.
- 40% des ventes sont réalisées sur le reste de la période de promotion
  soit 540 produits pour 9 jours, soit 60 produits par jour.

3.6 Présentez le programme d'approvisionnement de la cafetière MOULINEX du jeudi 21 mai au jeudi 28 mai 2009 inclus.

	Jeudi	Vendredi	Samedi	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi
Date	21	22	23	25	26	27	28
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7
Stock initial	30	335	227	119	241	133	25
Ventes	270	108	108	108	108	108	60
Besoin en livraison	472			205			155
Nombre de palettes	4,10			1,78			1,35
Quantité livrée	575			230			230
Stock après livraison	605			349			255
Stock final	335	227	119	241	133	25	195
Date de commande	Mardi			Vendredi			Mardi

Détails des calculs :

Besoin en livraison J1 = ventes J1 + ventes J2 + ventes J3 – Stock initial J1+ 16(*)
(*) *correspond à la quantité nécessaire pour que le stock final en J3 soit supérieur à 20*
Nombre de palettes J1 = besoin en livraison / 115
Quantité livrée = arrondi supérieur du nombre de palettes * 115
Stock après livraison = stock initial + quantité livrée
Stock final J1 = stock initial + quantité livrée – ventes

Stock final autres J = stock initial – ventes
Date de commande = date du jour – 2 jours ouvrables

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.