

CORRECTION DU SUJET « ÉCONOMIE-GESTION » Session 2016

On rappellera que les quatre parties sont indépendantes. Elles peuvent donc être traitées séparément. Veuillez cependant, à bien indiquer la partie concernée et le numéro de la question. Par contre, ne mélangez pas les questions des différentes parties car les questions sont très souvent liées. L'idéal est de consacrer une copie double par partie.

Il est également à noter que si le sujet nécessite une interprétation et donc des hypothèses vous devez les noter lisiblement et explicitement.

Partie 1 (7 points)

Dans cette première partie, il s'agit de notion de marketing sur l'étude de marché. Ces notions sont abordées en deuxième année dans le module 5 séquence 1 et 3.

1.1. Présenter les principales caractéristiques de l'offre et de la demande sur le marché de la vente à emporter (VAE) (5 points)

Dans cette question, il s'agit de relever dans le texte l'ensemble des éléments qui décrivent quantitativement et qualitativement l'offre et la demande sur le marché de la vente à emporter. Ces notions sont abordées en deuxième année dans le module 5.

- **L'offre**

Le marché du snacking est en forte progression +13 %/an en France depuis 30 ans. Il représente 23,5 Md€

Les offreurs

On compte 240 000 établissements producteurs ou distributeurs de produits de snacking

Les lieux sont :

- les cafés
- les fast foods,
- les sites de concession
- les commerces alimentaires de proximité, saisonniers ou ambulants

Les offreurs sont segmentés en fonction du prix du repas :

- super économique prix inférieur à 10 € qui progresse le plus vite + 67 %,
- économique (10 -15 €) en baisse de 11 %,
- intermédiaire (15 – 20 €), baisse de 12 %,
- haut de gamme (20 – 30 €) en baisse de 7 %,
- luxe (+ 30 €) en hausse de 3 %.

Les produits

Développement de produits élaborés par des diététiciennes, bio, halal

- **La demande**

La tendance

Le snacking, la restauration rapide et la vente à emporter sont à la mode. 70 % de la population qui déjeune hors domicile « snacke ». Mais c'est une spécificité occidentale.

Les repas se font hors des horaires habituels.

Ils sont pris de plus en plus hors des lieux usuels de restauration (restaurants, cantine...).

Ce type de restauration concerne plus les jeunes de tout sexe mais s'étend à toutes les classes d'âge. Tendance au développement du grignotage et aux substituts de repas.

Le besoin

La vente à emporter répond à un besoin :

- physiologique : se nourrir
- de sécurité : les consommateurs voulant des menus équilibrés, élaborés par des diététiciens, de qualité

Les attentes

Les consommateurs veulent un meilleur cadre, un meilleur accueil.

Les consommateurs veulent des produits de qualité, sains, équilibrés, qui permettent de manger rapidement sans perdre de temps, bio, respectant les pratiques personnelles (halal)...

Les motivations

D'usage- utilitaire : les consommateurs veulent pouvoir manger en 40 mn.

Hédoniste : les consommateurs veulent des produits pour se faire plaisir (saveurs exotiques, produits équilibrés), sainement (allégés en matière grasse), de qualité

D'auto-expression : les consommateurs veulent montrer les préoccupations pour l'environnement en recherchant du bio, respect des habitudes alimentaires personnelles (halal...)

Les freins

Les prix (baisse du ticket moyen de 20 % en 20 ans)

Les modes de vie

Les tendances de consommation s'expliquent par les évolutions des modes de vie marquées par :

- le manque de temps (40 mn en moyenne)
- le repas hors du domicile,
- la nécessité de se nourrir
- le coût des repas hors du domicile

Les consommateurs

70 % de la population qui déjeune hors domicile « snacke ».

On accepte tout élément de réponse qui montre que le candidat a relevé des éléments de réponse dans le texte et qu'il a structuré sa réponse en apportant des éléments de connaissances.

1.2. Présenter les arguments essentiels quant à la pertinence du projet en tenant compte de la segmentation du marché et de la zone d'implantation(2 points)

Il s'agit d'une question d'argumentation qui prend appui sur des éléments relevés dans le texte pour justifier le choix des acteurs du contexte.

Le projet consiste en la confection et la vente de menus complet bio équilibré avec des produits issus de productions locales. L'organisation serait implantée à proximité de l'université et dans le centre de Toulouse.

Le snacking est un marché porteur et croissance 13 %/an.

La cible envisagée est constituée de salariés, d'étudiants, de famille.

Les étudiants sont à proximité des universités ce qui correspond avec l'emplacement choisi.

Les salariés et familles qui sortent se trouvent en partie en ville, ce qui correspond également avec l'emplacement choisi.

Les consommateurs recherchent de plus en plus :

- des produits équilibrés ce qui correspond à une offre élaborée par des diététiciennes,
- des produits sains et sûrs ce qui correspond à une offre bio,
- des produits sains ce qui correspond également avec une préoccupation en sécurité alimentaire, environnement et que l'offre de produits locaux satisfait.

On notera cependant qu'en termes de prix le positionnement choisi (bio, équilibré) ne correspond pas forcément au segment le plus porteur (super économique -10 € ; + 67 %) mais pourrait correspondre

avec un positionnement luxe cependant la cible étudiante ou salariée serait alors inappropriée. Les segments économique, intermédiaire et haut de gamme sont peu porteurs puisqu'en retrait.

Partie 2 (6 points)

Dans cette partie, il s'agit de notion de marketing sur les enquêtes mobilisées lors de l'étude de la demande.

2.1. Présenter la structure du questionnaire envisagé. (1,5 point)

Il s'agit d'une question de cours sur les enquêtes, leur contenu, leur forme. Ces notions sont abordées en 2^e année dans le module 5.

Tout questionnaire démarre par une présentation rapide du thème et de l'objectif de l'étude, une durée approximative de l'interrogation et des remerciements pour la participation de l'interviewé.

S'ensuit une question filtre pour bien cibler les interviewés dont on veut connaître l'opinion.

Et les questions sur les thèmes nécessaires à l'étude : les habitudes de consommation de la demande, leurs attentes...

Viennent enfin les questions d'identification et un ultime remerciement pour la participation de l'interviewé.

2.2. Rédiger trois questions pouvant figurer dans ce questionnaire et permettant de connaître les habitudes de restauration de la personne interrogée (proposer une question ouverte, une question fermée, une question à choix multiple). (3 points)

Ici il s'agit d'une question d'application. Il faut connaître les types de question imposées et en rédiger une de chaque. Toute question est valable à condition qu'elle ne contienne pas d'éléments introduisant un biais (adverbe de fréquence, formulation négative, deux questions dans la question...). Ces notions sont abordées en deuxième année dans le module 5.

- Question fermée

Consommez-vous des repas à emporter ? ☐ Oui ☐ Non

- Question à choix multiple

Parmi les points de vente à emporter suivants, quels sont ceux que vous fréquentez.

<input type="checkbox"/> Fastfood (subway, Mac Do, Burger king...	<input type="checkbox"/> Traiteur
<input type="checkbox"/> Camion Pizza, Pizzeria	<input type="checkbox"/> Food truck (Sushi,...)
<input type="checkbox"/> ...	

- Question ouverte

Si vous deviez expliquer les raisons qui vous poussent à acheter des repas à emporter que diriez-vous :

.....
.....

On acceptera toute proposition de question respectant les contraintes de forme et le thème de l'enquête.

2.3. Proposer et justifier une méthode d'administration du questionnaire.(1,5 point)

Il s'agit également d'une question de cours appliquée à un contexte en tenant compte des objectifs. Ces notions sont abordées en deuxième année dans le module 5.

L'objectif est de connaître les attentes de la clientèle potentielle de la zone de chalandise. Le plus simple est d'interroger les personnes en face-à-face dans cette même zone de chalandise (université proximité des résidences étudiantes, proximité des entreprises), sur les horaires de repas et à proximité des points de vente à emporter.

C'est la méthode la plus efficace pour recueillir l'opinion de la clientèle potentielle.

Partie 3 (8 points)

Il s'agit d'une partie juridique qui porte sur le cours de 1^{re} année.

3.1. Comparer les différentes formes juridiques (Compléter le tableau, Annexe A) (6 points)

Il s'agit d'une question de cours sur les principales caractéristiques juridiques de statut juridique courant. Ces notions sont abordées en 1^{re} année dans le module 1 Séquence 3.

Pensez à actualiser régulièrement ces informations juridiques !

	EURL	SARL	SNC
Capital	1 € minimum	1 € minimum	1 € minimum
Nombre d'associés	1	2 à 100	Minimum 2
Statut du gérant	Gérant associé (TNS) ou gérant salarié	Gérant associé majoritaire (TNS) ou égalitaire (TS) ou minoritaire (TS) ou gérant salarié	Les gérants sont des TNS
Responsabilité	Limitée aux apports	Limitée aux apports	Indéfiniment et solidairement

TNS travailleur non salarié ; TS Travailleur salarié.

Pour aller plus loin !

<http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/entreprise/artisanat-commerce-ess-industrie-numerique/quel-statut-juridique-choisir>

3.2. Choisir la structure juridique la plus appropriée, en la justifiant. (2 points)

Il s'agit d'une question d'argumentation qui prend appui sur les contraintes de l'énoncé. A priori, il n'y a pas de réponse fausse si elle est bien argumentée. Cette question porte sur l'interprétation des éléments mobilisés dans la question précédente.

Les associées souhaitent protéger leur patrimoine personnel. Elles sont trois associées. De fait, cela exclu la société unipersonnelle à responsabilité limitée car bien que le patrimoine puisse être protégé, l'associé est unique alors qu'elles sont trois.

La société en nom collectif ne permet pas les activités libérales ou civiles. Cependant, ici l'activité est commerciale. Par contre dans cette société de personnes les associés sont indéfiniment et solidairement responsables de la totalité des dettes de la société. Cela ne permet donc pas de protéger le patrimoine personnel de chacune des associées.

Par déduction, il en revient que dans leur situation, c'est la SARL qui est le statut juridique le plus approprié. Il permet les trois associés et de par l'existence d'un capital social protège le patrimoine des associées puisque leur responsabilité s'entend dans la limite de leurs apports.

Partie 4 (19 points)

C'est une partie centrée sur des notions de comptabilité générale (comptabilité financière) de 1^{re} année et de comptabilité analytique (comptabilité de gestion) de 2^e année.

4.1. Présenter le bilan d'ouverture au 1er avril 2016 en complétant l'annexe B. (6 points)

Il s'agit d'une question de base de comptabilité qui porte sur la construction du bilan mais qui nécessite la compréhension de la notion de partie double, pour tenir le compte de disponibilité (ici seulement le compte 512 banque). Il faut donc compléter ce tableau à l'aide des éléments présents dans l'annexe 2. Ces notions sont abordées en 5423 Module 6, séquence 2 et 4.

ACTIF	Montant	PASSIF	Montant
<u>Actif immobilisé</u>		<u>Capitaux propres</u>	
Immobilisations incorporelles	12 000,00	Capital	¹ 30 000,00
Immobilisations corporelles	² 30 000,00	Résultat	
Immobilisations financières		Total III	
Total I			
<u>Actif circulant</u>		<u>Dettes</u>	
Stocks	3 000,00	Emprunts	20 000,00
Créances		Fournisseurs	4 000,00
Disponibilités	³ 9 000,00	Autres dettes	
Total II		Total IV	
Total ACTIF	54 000,00	Total PASSIF	54 000,00

¹ 3 × 10000

² 26000+4000

³

D	512 Banque	C
30 000,00		12 000,00
20 000,00		26 000,00
		3 000,00
50 000,00		41 000,00
		SD 9 000,00
50 000,00		50 000,00

4.2. Définir la notion d'amortissement.

(1 point)

Il s'agit d'une question de cours qui vérifie la maîtrise de la notion d'amortissement comptable. Notion abordée en 5424 Module 1 Séquence 2.

L'amortissement comptable constate la dépréciation des actifs immobilisés sur la durée de leur utilisation fixée. Il constate une charge non décaissable en contrepartie de cette dépréciation, qui diminue le résultat et donc l'impôt et qui doit permettre à l'organisation à terme de financer le remplacement de l'immobilisation dépréciée.

4.3. Précisez les incidences de l'amortissement sur le bilan et le compte de résultat. (2 points)

Il s'agit d'une question de cours pour vérifier votre connaissance de l'implication de l'amortissement sur les documents comptable.

Ainsi au bilan, on peut constater la valeur brute des immobilisations (valeur initiale) et la valeur nette (valeur incluant la dépréciation progressive).

4.4. Présenter les calculs pour l'année 2016 de chaque colonne du tableau d'amortissement (annexe 3). (3 points)

Il s'agit d'une question de compréhension du calcul de l'amortissement linéaire, avec un prorata temporis. Notions abordées en 5424 Module 1 Séquence 2. Il faut maîtriser le fait que l'amortissement annuel se détermine à partir d'une base HT. Il faut maîtriser le passage du prix TTC au prix HT. Il faut savoir identifier le prorata temporis (1^{er} amortissement différent car acquisition en cours d'années alors que l'exercice comptable coïncide avec l'année civile.

- Le prix Hors Taxes (valeur d'origine)

$$PVHT = \frac{PVTTC}{1 + \text{taux de TVA}} = \frac{9000}{(1 + 0.2)} = 7500,00$$

- L'amortissement

$$\text{Amortissement} = \frac{\text{Valeur d'acquisition HT}}{\text{durée d'utilisation}} = \frac{7500}{5} = 1500,00$$

Cependant la première année, l'amortissement n'est pas intégral puisque l'acquisition a lieu en Avril alors que l'exercice comptable a commencé le 1/01/2016.

Ainsi, on obtient le premier amortissement en faisant un prorata temporis.

$$\text{Amortissement} = \text{Amortissement} \times \text{prorata temporis} = 1500 \times \frac{270}{360} = 1125 \text{ ou } 1500 \times \frac{9}{12}$$

On procède de la même manière pour la dernière année qui est le complément de la première année.

- Le cumul d'amortissement

C'est l'ajout des amortissements annuels.

Ainsi à la fin de l'année 1, on a $0 + 1125 = 1125$.

À la fin de l'année 2, on a $1125 + 1500 = 2625$

...

- La valeur nette comptable

C'est la valeur restante après l'amortissement annuel.

Ainsi en année 1, on a : $7500 - 1125 = 6375$

En année 2 on a : $6375 - 1500 = 4875$

...

4.5. Déterminer le montant des charges fixes et variables. Justifier les calculs. (3,5 points)

Il s'agit d'un exercice d'application classique sur le seuil de rentabilité avec des questions intermédiaires. Le compte de résultat différentiel ou par variabilité des charges nécessitant la connaissance des charges variables et fixes, il convient de les déterminer à l'aide des éléments présents dans l'annexe 4. Ces notions sont abordées en 2^e année Module 4 Séquence 1.

Charges variables		Charges fixes	
Désignation	Montant	Désignation	Montant
Achats denrées	2 525,00	Loyer mensuel	1 100,00
Frais généraux	³ 525,00	Amortissement des immobilisations	500,00
		Frais généraux	¹ 350,00
		Salaire de l'employé en CDI	1 600,00
		Charges sociales	² 640,00
Total Charges Variables	3050,00	Total Charges fixes	4 190,00

$$^1 875 \times (1 - 0.4) = 875 \times 0.6 = 875 \times \frac{60}{100}$$

$$^2 1600 \times \frac{40}{100}$$

$$^3 875 \times 0.4 = 875 \times \frac{40}{100}$$

4.6. Calculer le seuil de rentabilité.

(2 points)

Une fois calculé le montant des différentes charges, on peut élaborer le compte de résultat différentiel ou par variabilité des charges très utile dans la détermination du seuil de rentabilité. La question précédente est indispensable à la réalisation de cette question. Il est nécessaire de savoir calculer et utiliser un pourcentage selon la formule utilisée.

Cette notion est abordée en 2^e année Module 4 Séquence 1.

Désignation	Montant	Pourcentage
Chiffre d'affaires HT	10 000,00	100 %
Charges variables	3 050,00	30,50 %
Marge sur coût variable (MCV ou MSCV)	¹ 6 950,00	² 69,50 %
Charges fixes	4 190,00	
Résultat	³ 2 760,00	⁴ 28,60 %

$$^1 10000 - 3050$$

$$^2 t_{MCV} = \frac{6950}{10000} = 0,6950 \xrightarrow{\times 100} 69,50\%$$

$$^3 6950 - 4190$$

$$^4 \frac{2860}{10000} = 0,2860 \xrightarrow{\times 100} 28,60\%$$

Le seuil de rentabilité se calcule de deux manières différentes.

- Première méthode

$$SR = \frac{CF \times CA}{MCV} = \frac{4190 \times 10000}{6950} = 6028,78 \text{ €}$$

- Deuxième méthode

$$SR = \frac{CF}{t_{MCV}} = \frac{4190}{69.50\%} = \frac{4090}{0.6950} = 6028,78$$

Le seuil de rentabilité s'élève à 6 028,78 € cela signifie qu'à partir de 6028,78 € de chiffre d'affaires l'entreprise commence à réaliser des bénéfices.

4.7. Déterminer le chiffre d'affaires qu'il faudrait alors réaliser afin de couvrir leur rémunération et les cotisations sociales associées. (1,5 point)

Dans cette question, c'est un seuil de rentabilité avec une contrainte de profit. On peut procéder trois manières.

- Première méthode : mise en équation

Si x le chiffre d'affaires.

Le résultat s'exprime de la manière suivante :

$$x - 0.305x - 4190 = 5400$$

On obtient

$$0.695x = 9590$$

$$x = \frac{9590}{0.695} = 13798,56 \text{ €}$$

- Deuxième méthode : SR 1^{ère} formule

Si on a une contrainte de profit, cela revient à augmenter les charges fixes d'autant.

$$SR = \frac{CF \times CA}{MCV} = \frac{(4190 + 5400) \times 10000}{6950} = 13798.56 \text{ €}$$

- Deuxième méthode SR 2^e formule

$$SR = \frac{CF}{t_{MCV}} = \frac{(4190 + 5400)}{69.50\%} = \frac{9590}{0.6950} = 13798.56$$

Ainsi, pour dégager 5 400 € de bénéfice, il faut réaliser un chiffre d'affaires de 13 798,56 €