

**Corrigé examen de PASSAGE
Session juin 2018**

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Corrigé : Synthèse 2

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Consignes au correcteur :

- Ce corrigé est élaboré à titre indicatif,
- Eviter de sanctionner doublement le stagiaire sur les questions liées,
- Pour les questions théoriques, apprécier toute réponse cohérente du stagiaire,
- Le stagiaire n'est pas tenu de fournir des réponses aussi détaillées que celles mentionnées dans le corrigé,

THEORIE :

(40 points)

Dossier 1 : L'entreprise et son environnement (20 points)

1- Définir les termes soulignés en gras (3 points)

- **Coopérative** : Entreprise dont les associés contribuent volontairement à part égale en droits et en obligations. Elle est fondée sur le principe de la coopération et de la solidarité. (1 point)
- **Opportunités** : Occasions et / ou conditions favorables offertes par l'environnement. (1 point)
- **L'entreprise** : Unité économique de production de biens ou de services à but commercial. (1 point)

2- Préciser le secteur et la branche d'activité d'« Arganette ». Justifier (2 points)

« Arganette » est une entreprise du **secteur secondaire** car elle dispose d'un atelier de production (1 point)

Elle opère sur la branche de **l'industrie cosmétique** (1 point)

3- Quelle est la taille de cette entreprise ? Identifier le critère utilisé (2 points)

« Arganette » est une petite entreprise (PME) (1 point)

Le critère utilisé est l'effectif du personnel qui ne compte que 30 salariés. (1 point)

4- De quelle structure s'agit-il? (1 point) Citer et expliquer ses deux caractéristiques (2 points)

Il s'agit d'une structure hiérarchique. (1 point)

Ses caractéristiques sont : (2 points)

- **L'unité de commandement** : les rapports hiérarchiques sont clairs et simples et chaque responsable est chargé de diriger uniquement les salariés qui lui sont subordonnés.
- **La responsabilité** : chaque subordonné a l'obligation d'effectuer les tâches qui lui sont données et justifier tout échec

5- Détailler les tâches des fonctions citées au tableau ci-dessous (4 points)

-Reprendre le tableau sur votre copie-

Fonction Technique (2 points)	Fonction Administration (2 points)
-Responsabilité de la production, - Maintien du prix de revient annoncé et délais de livraison, - Recherche et développement...	- Direction et Administration générale: défini les objectifs, prévoit les actions à accomplir, contrôle et prend des mesures correctives. - Ressources humaines: Elle recrute le personnel nécessaire au fonctionnement de l'entreprise.

6- Quelle est la différence entre une coopérative et une SARL ? (3 points)

Il existe plusieurs différences entre une coopérative et une SARL dont :

- Le **caractère non lucratif** de la coopérative (Les bénéfices ne peuvent être en aucun cas redistribués aux coopérateurs).
- Le **statut juridique** : Non déclarée (pas de personnalité morale), déclarée : capacité juridique réduite ou reconnue d'utilité publique : la capacité juridique est plus large.
- Le **fonctionnement** de la coopérative est libre. Le plus souvent, elle est gérée par un conseil d'administration dont les dirigeants peuvent être rémunérés / travailler à titre bénévole...

7-Citer et détailler 03 éléments de l'environnement socioculturel ayant favorisé le développement des ventes des produits cosmétiques à base d'Argan ? (3 points)

- Changement des habitudes de consommation,
- L'intérêt croissant au bien-être,
- Le retour vers les produits naturels...

Dossier 2 : Marketing Fondamental (20 points)

1- Définir les termes gras soulignés (3 points)

Marque gamme : marque utilisée par une société pour désigner différents produits appartenant à la même famille de produits ; (1 point)

Notoriété : Caractère de ce qui est notoire, connu d'un grand nombre de personnes ;(1 point)

Marketing: ensembles des études et techniques (marketing stratégique) et d'actions (marketing opérationnel) visant à mieux satisfaire les besoins du client afin de réaliser un profit. (1 point)

2- Quelle est la position concurrentielle d'« Arganette » sur le marché marocain? Justifier (2 points)

« Arganette » est un **Suiveur** sur le marché marocain (1 point)

Justification : Les parts de marché d' « Arganette » ne sont que de 6%, elle reste très éloignée du Leader et ne fait que s'adapter aux tendances du marché (1 point)

3- Quel est le segment auquel « Arganette shampooing antichute » est destiné ? (2 points)

« Arganette shampooing antichute » est destiné aux consommateurs souffrant de chute de cheveux occasionnelle

4- Afin de lancer le nouveau « Shampooing antichute » sur le marché, le responsable Marketing a effectué une étude quantitative dans le but de déterminer le prix d'acceptabilité (psychologique)

a- En quoi consiste une étude quantitative. (2 points)

Elle consiste à décrire un phénomène. C'est une étude primaire menée par questionnaire.

b- Qu'est-ce qu'un prix d'acceptabilité ? (1 point)

C'est le prix que les consommateurs sont prêts à payer pour acheter un produit.

c- Quelles sont les questions à poser pour le déterminer ? (2 points)

Q1 : Au-dessus de quel prix jugeriez-vous ce produit trop cher ?

Q2 : Au-dessous de quel prix jugeriez-vous ce produit de qualité insuffisante ?

6- A partir du texte, quelle a été finalement la politique de prix adoptée par « Arganette » pour son nouveau Shampoing ? Justifier la réponse (2 points)

« Arganette » adopte une politique de **Pénétration** (1 point)

Justification : Le prix proposé est **inférieur** de 28% à celui de la concurrence (1 point)

7- Quelle est la politique de distribution poursuivie ? (1 point) Justifier (1 point) Quels sont ses avantages? (1 point)

La politique de distribution choisie est : La distribution **Sélective**. Justification : **commercialisé dans** des points de vente sélectionnés et connus pour la qualité du conseil client

Ses avantages sont :

- Réaliser des économies par rapport à la distribution intensive ;
- Possibilité de coordonner les actions de marketing entre différents points de vente ;
- Concentration des efforts sur moins d'enseignes...

8- Afin d'accompagner le lancement du nouveau shampoing, proposer 3 techniques de communication que pourrait utiliser l'entreprise. (3 points) **Apprécier la réponse des stagiaires.** Publicité, sponsoring, marketing direct,...

PRATIQUE : (80 points)

Dossier 3 : Techniques de vente et négociation (15 points)

1 - La qualité des cheveux est devenue un signe de bonne santé. En vous basant sur la fiche produit, compléter l'argumentaire de vente (ci-dessous) en utilisant la méthode C.A.P. (7,5 points)

Mobiles d'achat	Caractéristiques	Avantages	Preuves
- Nouveauté	- Nouvelle formule (0,5 points)	(0,5 points)	(0,5 points)
- Confort	- Confort du cuir chevelu (0,5 points)	(0,5 points)	(0,5 points)
- Sécurité	- Sans additifs chimiques (0,5 points)	(0,5 points)	(0,5 points)
- Argent	- Produit en promotion (0,5 points)	(0,5 points)	(0,5 points)
- Sympathie	- Favorise la croissance (0,5 points)	(0,5 points)	(0,5 points)

ACCEPTER TOUTE REPONSE COHERENTE DU STAGIAIRE

2- En vous basant sur les caractéristiques du produit « Arganette – Anti chute », préciser la nature des objections. (2 points)

Réponse du client	Type d'objection
« Ce shampoing convient à mon budget mensuel, mais la bouteille de 200 ml reste petite »	Sincère
« Tous ces shampoing ne servent à rien. Ce n'est que de la pub ! »	Prétexte

3-Quand un client décide d'acheter, il émet des signaux d'achat. Renseigner le tableau ci-dessous en citant 2 signaux de chaque catégorie. **(4 points)**

Signaux d'achat verbaux (2 points)	Signaux d'achat non verbaux (2 points)
- Le prospect demande le prix ou les détails de la livraison - Le prospect fait des calculs - Le prospect commence à parler plus vite - Le prospect demande au sujet de la disponibilité du produit - Le prospect court-circuite la discussion pour arriver à la conclusion	- Toutes modifications dans la posture, les gestes, les mimiques qui traduisent l'ouverture ou la détente - Prise en main du produit, des documents de vente (contrat, bon de commande...)

ACCEPTER TOUTE REPONSE COHERENTE DU STAGIAIRE (Se limiter à deux signaux par catégorie)

4- La vente classique peut être accompagnée d'une vente additionnelle.

a- Qu'est-ce qu'une vente additionnelle **(0,5 point)**

Il s'agit d'une technique de vente par laquelle un vendeur profite du moment de la conclusion de la vente pour proposer et vendre un produit complémentaire ou un deuxième produit.

b- Que peut-on proposer dans le cas du shampoing « Arganette antichute » ? **(1 point)**

Proposer un sérum, un masque, un démêleur, un soin pour cheveux... **(Accepter toute réponse cohérente du stagiaire)**

Dossier 4 : Approvisionnement (10 points)

Les produits « Arganette » sont vendus en grande surface. Le chef de rayon « cosmétiques » vous remet le récapitulatif des opérations de stock du mois de décembre 2017 pour le produit « Arganette anti-chutes » et vous demande d'effectuer les travaux suivants :

1. En quoi consiste la méthode du CMP après chaque entrée? **(1 point)**

C'est une technique de gestion de stocks qui consiste à valoriser les sorties à un coût unitaire qui est la moyenne des coûts unitaires des entrées et du stock initial

2. Etablir la fiche de stock selon la méthode du CMP. **(4 points)**

		Entrées			Sorties			Stock		
Date	Libellé	Qté	PU	Montant	Qté	PU	Montant	Qté	PU	Montant
01/12/2017	S.I							108	18	1944
05/12/2017	Sortie				85	18	1530	23	18	414
15/12/2017	Entrée	120	17	2040				143	17,16	2454
19/12/2017	Sortie				112	17,16	1921,92	31	17,16	531,96
22/12/2017	Entrée	30	15	450				61	16,10	981,96
30/12/2017	Sortie				52	16,1	837,2	9	16,10	144,9
31/12/2017	S.F							9	16,10	144,9

3. On vous présente un extrait du cadencier du shampoing et sérum pour cheveux « Arganette » :

a- A quoi sert un cadencier ? (1 point)

Le cadencier : sert à enregistrer les informations se rapportant à une marchandise, depuis la commande au fournisseur jusqu'à la vente au client.

b- A partir des données du cadencier, calculer les livraisons reçues chaque semaine (4 points)

Produit	Semaine du 04/09/2017 au 10/09/2017				Semaine du 11/09/2017 au 17/09/2017				Semaine du 18/09/2017 au 24/09/2017				Semaine du 25/09/2017 au 30/09/2017				S*
	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	
Shampooing	6	15	12	10	8	14	10	13	5	17	16	17	4	17	15	16	3
Sérum	4	14	14	12	6	17	9	10	5	14	14	14	5	11	10	14	1

* Stock au début de la semaine 01/10/2017

(S : S.I., C : Qté commandée, L : Qté livrée, V : Ventes)

$$L = V - S.I + S.F \text{ (S.I. de la semaine suivante)}$$

Dossier 5 : Techniques du Merchandising (20 points)

I/

- 1- En utilisant les données ci-dessus, calculer le « facing » de chaque référence. **NB :** Les coffrets sont empilables (3 points)

	Capacité (H)	Capacité (L)	Facing
Arganette	4	8	32
Natur'Elle	3	6	18
Tilleul	2	7	21

Facing = (longueur gondole / longueur article) * (hauteur gondole / hauteur article)

NB : Ne retenir que les nombres entiers des rapports ci-dessus sans arrondir

- 2- Compte tenu de leur bénéfice brut (BB), ces références doivent-elles disposer du même linéaire développé ? Justifier par le calcul (6 points)

	PV HT (1,5 points)	Qté vendue	CA HT (1,5 points)	BB (1,5 points)	Linéaire	%BB	%LD	IS (1,5 points)
Arganette	130,83	32	4186,67	837,33	200	23%	33%	0,70
Natur'Elle	155	49	7595	1898,75	300	53%	50%	1,05
Tilleul	120,83	40	4833,33	870,00	100	24%	17%	1,45
Total			16615	3606,08	600			

- 3- En utilisant les données figurant sur le tableau 1, calculer la capacité de stockage de chaque étagère. **NB** : Les coffrets sont empilables (4 points)

	Capacité (H)	Capacité (L)	Capacité (P)	CS = H*L*P
Arganette	4	8	2	64
Natur'Elle	3	6	2	36
Tilleul	2	7	3	63

II/

- Définir les mots soulignés (2 points)
 - Assortiment : ensemble des produits proposés au niveau d'un magasin
 - Géomarketing : est la branche du marketing qui consiste à analyser le comportement des individus économiques en tenant compte des notions d'espace
- Quelles sont les caractéristiques de l'assortiment d'un hypermarché (en longueur et profondeur)? (1 point)
 - Un hypermarché dispose d'un assortiment large et profond
- Citer les critères de choix de l'emplacement d'un magasin ? (2 points)

La nature des biens distribués, la situation géographique, la concurrence, la clientèle
- Comment procède-t-on à l'étude du potentiel de la zone de chalandise ? (2 points)

L'établissement de la carte de la zone (courbes isochrones/isométriques)
L'évaluation du potentiel de la zone (calcul du CA prévisionnel)

DOSSIER 6 : CALCULS COMMERCIAUX / STATISTIQUES / 20 POINTS

PARTIE 1 : CALCULS COMMERCIAUX (10 POINTS)

- Quelle est la différence entre une ristourne et un rabais ?
La ristourne est une réduction accordée sur le montant global des ventes faites avec un même client pendant une période déterminée. (1 point)
Le rabais est une réduction commerciale exceptionnelle accordée au client pour un défaut de qualité des produits ou d'un retard de livraison. (1 point)
- Calculer le prix de vente HT sachant que le taux de la TVA est de 20% (1 point)

$$PV_{HT} = PV_{TTC} / (1 + \text{Taux TVA}) = 11\,100 / (1,2) = 9\,250$$
- Calculer le prix de revient d'achat (2 points)

$$PRA = PV - BB = 9\,250 - (9\,250 * 21\%) = 9\,250 - 1\,942,5 = 7\,307,5 \text{ DH}$$
- Calculer le prix d'achat net (1 point)

$$PA_{Net} = PRA - \text{Frais} = PRA - 8\% \text{ PA}_{Net}$$

$$\Leftrightarrow PA_{Net} = PRA / (1 + 8\%) = 7\,307,5 / 1,08 = 6\,766,204 \text{ DH}$$
- Calculer le prix d'achat brut (1 point)

$$PA_{Brut} = PA_{Net} + \text{remise} = PA_{Net} + 2,5\% \text{ PA}_{Brut} = PA_{Net} / (1 - 2,5\%)$$

$$= 6\,766,204 / 0,975 = 6\,939,70 \text{ DH}$$

6- Calculer l'intérêt (simple) acquis au taux de 5,5%Capital placé = $80\,000 \times 0,65 = 52\,000,00$ DH**(0,5 point)** $I = C \times t \times n / 1\,200 = 52\,000 \times 5,5 \times 20 / 1\,200 = 4\,766,67$ DH**(1 point)****7- Avec le même taux d'intérêt le reste de son capital lui a rapporté 283,10 DH. Quelle est sa durée de placement ?****(1,5 points)**Capital restant = $80\,000 - 52\,000 = 28\,000$ DH $n = 36\,000 \times I / (C \times t) = 36\,000 \times 283,10 / (28\,000 \times 5,5) \approx 66$ jours**PARTIE 2 : STATISTIQUE (10 POINTS)**

Quantités vendues (Xi) (en milliers)	Budgets de communication (Yi) (en Milliers de DH)	(xi - $\bar{X}$)	(yi - $\bar{y}$)	(xi - $\bar{X}$)(yi - $\bar{y}$)	(xi - $\bar{X}$) ²	(yi - $\bar{y}$) ²
125	135	-35,33	-97,33	3439,11	1248,44	9473,78
137	178	-23,33	-54,33	1267,78	544,44	2952,11
148	214	-12,33	-18,33	226,11	152,11	336,11
177	266	16,67	33,67	561,11	277,78	1133,44
180	290	19,67	57,67	1134,11	386,78	3325,44
195	311	34,67	78,67	2727,11	1201,78	6188,44
962	1394	0,000	0,000	9355,33	3811,33	23409,33

1) Quelle est la nature des deux caractères étudiés ?**(1 point)**

Il s'agit de caractères quantitatifs discontinus : Les quantités vendues et les Budgets de communication

2) Calculer la moyenne arithmétique de chacun des deux caractères étudiés**(2 points)**

- $\bar{X} = 962 / 6 = 160,33$
- $\bar{y} = 1394 / 6 = 232,33$

3) Existe-t-il une corrélation entre les quantités vendues et le budget de communication ?**(2,5 points)**

- Il faut calculer le coefficient de corrélation, r
- $a = \Sigma(xi - \bar{X})(yi - \bar{y}) / (xi - \bar{X})^2 = 2,45$
- $a' = \Sigma(xi - \bar{X})(yi - \bar{y}) / (yi - \bar{y})^2 = 0,39$
- $r = \sqrt{a \times a'} = \sqrt{2,45 \times 0,39} = 0,97$: corrélation très forte

OU BIEN

- $a = \Sigma((xi \cdot Yi) - N(\bar{X} \cdot \bar{y})) / (\Sigma(yi)^2 - N(\bar{y})^2) = 2,45$
- $a' = \Sigma((xi \cdot Yi) - N(\bar{X} \cdot \bar{y})) / (\Sigma(yi)^2 - N(\bar{y})^2) = 0,39$
- $r = \sqrt{a \times a'} = \sqrt{2,45 \times 0,39} = 0,97$: corrélation très forte

4) Déterminer l'équation de la droite permettant d'obtenir les quantités vendues (X) en fonction du budget de communication (Y)**(2,5 points)**

- Il faut calculer la droite $x = a'y + b'$
- $a' = \Sigma(xi - \bar{X})(yi - \bar{y}) / (yi - \bar{y})^2 = 0,39$
- $b' = \bar{X} - a' \cdot \bar{y} = 67,48$
- Donc : $x = 0,39 y + 67,48$

OU BIEN

- $a' = \frac{\sum(x_i \cdot Y_i) - N(\bar{X} \cdot \bar{Y})}{\sum(y_i)^2 - N(\bar{Y})^2} = 0,39$
- $b' = \bar{X} - a' \cdot \bar{Y} = 67,48$
- Donc : $x = 0,39 y + 67,48$

5) Quelles seraient les quantités vendues à prévoir dans les cas suivants :

a) Si le budget de communication est de 325 DH

(1 point)

$$x = (0,39 \times 325) + 67,48 = 197,36 \text{ dh}$$

b) Si le budget de communication est de 400 DH

(1 point)

$$x = (0,39 \times 400) + 67,48 = 227,33 \text{ dh}$$

DOSSIER 7 : COMPTABILITE GENERALE (15 POINTS)

1) Compléter et reproduire le bilan au 1^{er} Janvier. **3 points**

BILAN DE LA SOCIETE 01/06/2017

Actif	Montant	Passif	Montant
Actif Immobilisé	4 095 000	Financement Permanent	4 750 000
Frais de Constitution	15 000	Capital Social	3 000 000
Fonds Commercial	1 300 000	Emp auprès des Ets de crédits	1 750 000
Terrains nus	1 000 000		
Matériel de transport	1 200 000		
Mobilier de bureau	200 000		
Matériel de bureau	260 000		
Matériel Informatique	120 000		
Actif Circulant Hors Trésor	155 000	Passif circulant Hors Trésor	
Marchandises	155 000		
Trésorerie - actif	500 000	Trésorerie - Passif	
Banques	250 000		
Caisses	250 000		
Total	4 750 000	Total	4 750 000

2) Enregistrer toutes les opérations au journal. **11points**

0/1

2111	Frais de Constitution	15 000		
2230	Fonds Commercial	1 300 000		
2311	Terrains nus	1 000 000		
2340	Matériel de transport	1 200 000		
2351	Mobilier de bureau	200 000		
2352	Matériel de bureau	260 000		
2355	Matériel Informatique	120 000		
311	Marchandises	155 000		
5141	Banques	250 000		
5161	Caisses	250 000		
1111	Capital Social		3 000 000	

1pt

	1481	Emp auprès des Ets de crédits Selon bilan d'ouverture 3/1		1 750 000	
6111		Achats de marchandises	160 000		
	5161	Caisses		30 000	1pt
	5141	Banques		60 000	
	44111	Fournisseurs Saadi Fact 951; Chè 850 7/1		70 000	
2340		Matériel de transport	500 000		
	5161	Caisses		50000	1pt
	5141	Banques		150000	
	1486	Fournisseurs d'immobilisations Fact 369; Chè 851 8/1		300 000	
5141		Banques	20000		
	71272	Commissions et courtages reçus Chè 364 D°		20 000	0,5pt
5161		Caisses	6 000		
	6134	Primes d'assurance Reçu n°3200 12/6		6 000	0,5pt
5161		Caisses	60000		
5141		Banques	100000		1pt
34211		Clients Haddad	160 000		
	7111	Ventes de marchandises Chè 665, Fact 258 16/1		320 000	
3501		Actions, partie libérée	24 000		
	5141	Banques Chè 852, 200 actions à 120dh 22/1		24 000	0,5pt
7111		Ventes de marchandises	26 000		
	34211	Clients Haddad Avoir 961 23/1		26 000	0,5pt
6131		Locations et charges locatives	8 000		
	5161	Caisses Reçu n°954 D°		8 000	0,5pt
44111		Fournisseurs Saadi	10 000		
	5161	Caisses		10 000	0,5pt

		Règlement du fournisseur 24/1			
61455		Frais de téléphone	4500		
61251		Achats de fournitures non stockables	6 500		1pt
	5161	Caisses		11 000	
		Fct 654 ety 247 25/1			
6133		Entretien et réparations	3 000		
	5141	Banques		3 000	0,5pt
		Fat 622, Chè 854 28/1			
5141		Banques	134 000		
	34211	Clients Haddad		134 000	0,5pt
		Chè 947 pour solde 29/1			
6171		Rémunération du personnel	25000		
6174		Charges sociales	5 000		1pt
	5161	Caisses		30 000	
		Selon livres de paie D°			
6583		Pénalités et amendes fiscales ou pénales	9 000		
	5141	Banques		9 000	1pt
		Chè 855			
Totaux			6 011 000	6 011 000	

3) Sachant qu'au 31/01 le stock de marchandises s'élève à 90 000dh (1point)

6114		Variation des stocks de marchandises	155 000		
	3111	Marchandises		155 000	0,5pt
		Pour solde du stock initial 31/1			
3111		Marchandises	120 000		
	6114	Variation des stocks de marchandises		120 000	0,5pt
		Constatation du stock final			
Totaux			245 000	245 000	1pt