

Prof : Nacer Gazzah Niveau : 3ème EG www.22.tn	<i>Devoir de contrôle n°2</i>  <i>Gestion</i>	Date : mars 2021 Durée 2 heures
--	---	------------------------------------

**Première Partie :** (15 points)**Exercice n°1 :** (2,5 points)

La société « **Cosmética** » est spécialisée dans la fabrication d'un produit cosmétique commercialisé sous l'appellation « NEW LOOK ». Ce produit est conditionné dans des pots de 85 grammes. La distribution du produit est assurée par les grossistes qui vendent à leur tour aux détaillants.

Vous disposez des renseignements suivants relatifs au produit cosmétique « NEW LOOK » :

- Prix de vente public TTC (TVA 19%) : 29,988 D.
- Coût de revient unitaire de « Cosmética »: 14,300 D.
- Taux de marque des grossistes : 15%.
- Taux de marge des détaillants :20 %.

**Travail à faire :**

1. Quel est le canal utilisé par la société « Cosmética »
2. Calculez le taux de rentabilité de l'entreprise « Cosmética »(Marge bénéficiaire /PV)

**Exercice n°2 :** (2,5 points)

L'entreprise « Alpha » fabrique des produits de nettoyage. Elle a lancé un nouveau produit « Savon antibactérien » au prix unitaire de 2 D. Pour stimuler les ventes de son nouveau produit et augmenter sa notoriété elle envisage de faire une action promotionnelle sur 2 mois . Elle hésite entre 3 actions :

- Action 1 : Diminution du prix de vente de 20 %.
- Action 2 : Offrir une quantité gratuite lors des achats (6 savons au prix de 4 savons le premier mois et 5 savons au prix de 4 savons le deuxième mois)
- Action 3 : Organiser un jeu permettant à certains clients de gagner des cadeaux.

Pour choisir entre ces actions, la société « **Alpha** » a réalisé une étude sur ses différentes actions. Elle vous fournit les moyennes calculées à partir des évaluations sur une échelle d'importance allant de 1 à 10 résumées dans le tableau ci-après :

Critères	Score d'importance (Coefficients)	Actions commerciales		
		Action 1	Action 2	Action 3
Quantité	5	6	9	5
Notoriété	8	7	6	7
Bénéfice global	6	3	5	4

**Travail à faire**

1. Selon la méthode de l'importance des critères, quelle est l'action à choisir ? Justifiez.
2. Calculez le score de chaque action et dites laquelle choisir.
3. Finalement l'entreprise « Alpha » a choisi l'action 2. Calculez son chiffre d'affaires sachant que les ventes du premier mois sont égales à 12 000 unités et celles du deuxième mois sont égales à 10 000 unités.

## Deuxième Partie : (15 points)

La société « **LBF** » est une entreprise industrielle sise à Jemmal. Elle est spécialisée dans la fabrication des produits de nettoyage. L'entreprise souhaite élargir progressivement sa gamme et s'engager dans une politique de réduction des coûts pour faire face à la concurrence.

### Dossier n°1 : Etude de la situation actuelle

Les ventes annuelles de l'entreprise « **LBF** » et celles de ses concurrents en 2019 ont été les suivantes pour ses trois produits :

- Savon : « Lessive savon liquide »
- Machine : « Lessive en poudre pour machine »
- Main : « Lessive en poudre à la main »

	Quantité 2018	Quantité 2019	CA en 2019	Résultat unitaire en 2019	Taux de rentabilité du secteur	CA des concurrents en 2019	Taux de croissance des quantités du secteur
Savon	22 000	23 000	207000	2,500	20 %	1350 000	4,5 %
Machine	24 000	19 000	228000	0,500	10%	1260 000	-6%
Main	30 000	30 100	210700	2,000	28%	1000 000	5%
Totaux			645700			3610 000	

(Montants en dinars)

### Tableau d'analyse de la situation actuelle

	Bénéfice global 2019	Part dans le bénéfice	Part dans le chiffre d'affaires	Taux de rentabilité	Taux de croissance des quantités	Prix de vente unitaire	Part de marché
Savon	57500	45,20 %	32,06 %	27,78 %	4,55%	9	13,29%
Machine*							
Main							
Total *	127200	100 %	100 %				

### Travail à faire :

1. Complétez le tableau ci-dessus. Tous les calculs relatifs au produit « Machine » et au total doivent figurer sur votre copie.
2. Quel est le produit le plus important ? Justifiez
3. Commentez la rentabilité de chaque produit.
4. Commentez l'évolution du volume des ventes de chaque produit et faites la comparaison avec les concurrents.
5. Quels conseils donnez-vous à cette entreprise pour ses produits ?

## **Dossier 2 : Etude prévisionnelle pour « lessive en poudre pour machine »**

Depuis des années ce produit subi une forte concurrence au niveau prix. Actuellement cette entreprise ne peut plus abaisser son prix de vente.

**Pour l'année 2020**, les dirigeants prévoient encore une diminution des quantités à vendre de 10 % par rapport à 2019 ce qui entrainera une augmentation du cout de revient unitaire de 5 %.

### **Travail à faire :**

- 1) Calculez le volume des ventes en 2020.
- 2) Calculez le cout de revient unitaire en 2019. En déduire le cout de revient unitaire de 2020.
- 3) Déterminez le résultat global annuel prévisionnel pour le produit « lessive en poudre pour machine » ?
- 4) Quel conseil préconisez-vous à l'entreprise pour ce produit ?

## **Dossier 3 : Campagne publicitaire**

Pour améliorer les ventes de son produit « Lessive en poudre à la main », le responsable de l'entreprise « **LBF** » décide de réaliser une campagne publicitaire à la télévision nationale, aux radios régionales et par affichage. Les frais de conception et d'élaboration des messages sont de 20 000 D.

Vous disposez des informations suivantes relatives aux supports publicitaires utilisées :

- Télévision nationale : Diffusion à la télévision : 20 jours à raison de 90 secondes par jour à 1800 D la minute.
- Radios régionales : 30 jours à raison de 5 fois par jour pendant 30 secondes à 200 D par jour.
- Affichage : 100 panneaux publicitaires dans les grandes agglomérations pendant 30 jours à 5 D le panneau par jour.

### **Travail à faire :**

- 1) Déterminez le coût de chaque support de communication.
- 2) Déterminez le coût de la campagne publicitaire et promotionnelle.
- 3) Quel est l'impact de cette campagne publicitaire sur les ventes prévisionnelles de l'entreprise ?

## **Dossier n°4 : Lancement d'un nouveau produit**

Pour l'année 2020, l'entreprise projette lancer son nouveau produit « **lessive écologique** » à base de savon de Marseille sous forme de paquets. L'entreprise espère que ce nouveau produit lui permet d'augmenter sa part de marché et sa rentabilité.

On vous communique les informations suivantes relatives au cout par unité.

Matière première et fournitures diverses consommées	2,200 D
Temps de main d'œuvre directe	9 minutes à 3 D l'heure
Temps sur machines dans l'atelier de production	6 minutes à 9 D l'heure
Autres frais	2.500 D
Frais de distribution	1,600 D

**Travail à faire :**

- 1) Calculez le coût de revient unitaire « Lessive écologique » ;
- 2) A quel prix cette entreprise doit vendre son produit pour réaliser un taux de rentabilité de 30 %.
- 3) Sachant que le prix psychologique TTC est égal à 14,875 D (TVA 19 %) , déterminez le prix psychologique **hors taxe**.
- 4) Sachant que ce produit passe par les détaillants, quel est le canal choisi par la société « **EI Amir** » ?
- 5) L'entreprise « **LBF** » hésite entre deux politiques de prix.

Les prévisions de ventes annuelles sont les suivantes :

	Politique 1	Politique 2
Prix unitaire	10,930 D	10 D
Quantité	30 000 unités	42 000 unités

- a- Quelle politique choisir si l'objectif de l'entreprise est d'augmenter sa part de marché.
- b- Quelle politique choisir si l'objectif de l'entreprise est d'augmenter résultat.

Dossier 4 : réponses

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5) a –

b-

www.22.tn

www.22.tn

## Corrigé du devoir de contrôle n 2

**Première partie****Exercice 1**

1. Canal long car il y a deux intermédiaires (grossistes et détaillants).

2.

Cosmética (taux de rentabilité ?)		Grossistes (taux marque :15%)		Détaillants (taux marge 20%)		Consommateurs
Coût de production	Prix de vente	Prix d'achat	Prix de vente	Prix d'achat	Prix de vente HT	Prix public
14,300		85 %	100 %	100%	120 %	29,888 TTC

- Prix de vente HT détaillant =  $29,888/1,19 = 25,200 \text{ D}$
- Prix d'achat détaillant =  $(25,200/120)*100 = 21 \text{ D}$  = (Prix de vente des grossistes)
- Prix d'achat des grossistes =  $21*0,85 = 16,800 \text{ D}$  = (Prix de vente de Cosmética)
- Taux de rentabilité Cosmética =  $(16,800-14,300)/16,800 = 14,88\%$

**Exercice 2**

1- Méthode de l'importance des critères: le critère le plus important est la « **notoriété** » car elle a le coefficient le plus important « 8 ». En se basant sur ce critère on choisit action 1 ou action 3 (même note).

Le deuxième critère de point de vue importance est « **bénéfice global** ». Ce dernier permettra de choisir entre Action 1 et action 3. Selon ce critère on choisit **action 3**.

2-

- Score Action 1 =  $5*6+8*7+6*3 = 104$
- Score Action 2 =  $5*9+8*6+6*5 = 123$
- Score Action 3 =  $5*5+8*7+6*4 = 105$
- Choisir **Action 2** car elle a le score le plus élevé.

3-CA =  $[(12000*4/6)+(10000*4/5)]*2 = (8000+8000)*2 = 16000*2 = 32 000 \text{ D}$

**Deuxième partie****Dossier 1 : Etude de la situation actuelle**

1. Tableau d'analyse de la situation actuelle

	Bce global 2019	Part dans le bce	Part dans le CA	Taux de rentabilité	Taux de croissance des q	PVU	Part de marché
Savon	57500	45,20%	32,06%	27,78%	4,55%	9	13,29%
Machine*	<b>9500</b>	<b>7,47%</b>	<b>35,31%</b>	<b>4,17%</b>	<b>-20,83%</b>	<b>12</b>	<b>15,32%</b>
Main	<b>60200</b>	<b>47,33%</b>	<b>32,63%</b>	<b>28,57%</b>	<b>0,33%</b>	<b>7</b>	<b>17,40%</b>
Total *	127200	100%	100%	<b>19,70%</b>			<b>15,17%</b>

Pour le produit « Machine » .

Bénéfice global = $0,500*19000 = 9500 \text{ D}$	Taux de croissance de quantité = $(19000-24000)/24000 = -20,83\%$
Part dans le bénéfice = $9500/127200 = 7,47 \%$	PVU = $228000/19000 = 12 \text{ D}$
Part dans le CA = $228000/645700 = 35,31\%$	Part de marché = $228000/(1260000+228000) = 15,32\%$
Taux de rentabilité = $9500/228000 = 4,17 \%$	

Pour l'entreprise

Taux de rentabilité =  $127200/645700 = 19,7 \%$

Part de marché =  $645700/(645700+3610000) = 15,17 \%$

2. Le produit « **main** » est le produit le plus important parce qu'il a la part la plus grande dans le bénéfice.

3. Savon : bonne rentabilité puisqu'elle est supérieure à la moyenne du secteur.

Machine : rentabilité insuffisante puisqu'elle est inférieure à la moyenne du secteur.

Main : rentabilité acceptable puisqu'elle est égale à la moyenne du secteur.

4. Savon : la quantité a augmenté au même rythme que celui du secteur. (Acceptable)

Machine : la quantité a diminué avec un rythme supérieur au secteur (mauvais)

Main : quasi stabilité de la quantité (faible augmentation). L'évolution est plus importante pour le secteur. Donc l'évolution de la quantité de l'entreprise est insuffisante.

5. L'entreprise peut faire de la **publicité** et **promotion** du produit « main ».

**Abandonner** le produit machine et le **remplacer** car il a une faible rentabilité et il est en déclin.

### Dossier 2 : Etude prévisionnelle « Lessive pour machine »

1. Quantité :  $19000 \times 0,9 = 17100 \text{ D}$

2. CRU 2019 : PVU – Bénéfice unitaire =  $12 - 0,500 = 11,500 \text{ D}$

CRU 2020 :  $11,500 \times 1,05 = 12,075 \text{ D}$

3. Résultat global =  $(12 - 12,075) \times 17100 = 1282,500 \text{ D}$

4. **Abandonner** ce produit.

### Dossier 3 : campagne publicitaire

1. Cout télévision :  $1800 \times 20 \times 90/60 = 54\,000 \text{ D}$

Cout radios :  $30 \times 200 = 6000 \text{ D}$

Affichage :  $100 \times 30 \times 5 = 15\,000 \text{ D}$

2. Cout de la campagne =  $54000 + 6000 + 15000 + 20000 = 95\,000 \text{ D}$

3. Cette campagne va permettre **d'augmenter les quantités** à vendre.

### Dossier 4 : Lancement d'un nouveau produit

1. Cout de revient unitaire :  $2,200 + (3 \times 9/60) + (9 \times 6/60) + 2,500 + 1,600 = 7,650 \text{ D}$

2. Prix =  $7,650/0,7 = 10,92857$  soit **10,929 D**

3. Prix Psychologique HT =  $14,875 / 1,19 = 12,500 \text{ D}$

4. **Canal court** car il y a un seul intermédiaire.

5. a. Pour augmenter sa part de marché l'entreprise choisira la **Politique 2** car elle permet de vendre une quantité plus importante.

b. Résultat politique 1 :  $(10,930 - 7,650) \times 30000 = 3.280 \times 30000 = 98400 \text{ D}$

Résultat politique 2 :  $(10 - 7,650) \times 42000 = 2.350 \times 42000 = 98700 \text{ D}$

A choisir la **Politique 2** car  $98700 > 98400$