

# DEVOIR DE SYNTHÈSE N°2

ANNEE SCOLAIRE  
2009-2010

NIVEAU : 3<sup>ème</sup> ECONOMIE & GESTION

EPREUVE : **GESTION** DUREE : 3h COEF : 4

Lycée secondaire de Haffouz

Le sujet comporte 5 pages numérotées de 1 à 5

**Première partie** : Politique commerciale

**Deuxième partie** : Cas de L'entreprise RAHMA -FRAGRANCE



## PREMIERE PARTIE : 5POINTS

L'entreprise HAFFOUZ-JEANS fabrique et commercialise des pantalons jeans. Le responsable commercial vous charge de lui aider à choisir le canal de distribution la plus rentable.

Le coût de production d'un pantalon étant toujours : 20DT

Les frais de distribution et les marges bénéficiaires qui en résultent se présentent ainsi :

Eléments	Canal ultra-court	Canal court	Canal long
Frais de distribution	20% de prix de vente	3,800DT	5DT
Marge bénéficiaire	8DT	12,5% de coût de revient	Assurant un taux de rentabilité de 20%

**Travail demandé** :

1. Par quoi peut-on distinguer un canal de distribution de l'autre ?
2. Déterminer par canal et pour chaque unité produite et vendue: (**ANNEXE I** à rendre avec la copie).
  - a. Son coût de revient unitaire
  - b. Son prix de vente unitaire
  - c. Sa marge bénéficiaire
3. Quel est le canal de distribution le plus rentable ? justifier.

## DEUXIEME PARTIE :

Cas de L'entreprise RAHMA -FRAGRANCE

15 POINTS

**A)** L'entreprise RAHMA -FRAGRANCE fabrique et commercialise des parfums de haute gamme ELEGANCE.

Le produit passe par l'atelier de la distillation ensuite par l'atelier de filtrage avant sa mise en bouteille dans l'atelier de conditionnement.

Grace à l'effort de la force de vente, toute la quantité produite est vendue à un prix unitaire de 50DT.



Les coûts liés à la production et la distribution de ce produit sont détaillés ainsi :

### **Chaque bouteille de parfum nécessite**

- Matières premières consommées : 0,025 litre de l'essence de parfum à 400DT le litre.
  
- Main d'œuvre direct : 45 minutes à 4,800DT l'heure.
- Les autres fournitures et frais de fabrication : 5,400DT
- Commission aux représentants commerciaux: 2% de prix de vente.

**Les charges globales supportées quels que soient les niveaux d'activité : 45 000DT**

Une étude de positionnement de l'entreprise sur le marché en N a montré les résultats suivants :

Part de marché des concurrents	97%
Vente des concurrents	121 250 unités

### **Travail demandé :**

1. Quel est le processus de production utilisé par l'entreprise pour fabriquer le produit ? Justifier
2. Citer des exemples des charges fixes. Restent-elles infiniment inchangées.
3. Montrer que le chiffre d'affaires de l'entreprise est de 187 500DT
4. Calculer le coût variable global et unitaire. (**ANNEXE II** à rendre avec la copie)
5. Déterminer : a) le coût de revient global et unitaire.  
b) le résultat de l'année N  
(**ANNEXE II** à rendre avec la copie).

**B)** Vu les changements qui ont touché le niveau de vie et les habitudes de consommation, les représentants et les spécialistes commerciaux prévoient une forte augmentation de la demande sur le produit en N+1. Les ventes sectorielles de parfum vont augmenter de 20%.

Les dirigeants de l'entreprise RAHMA projettent donc de se doter d'une chaîne de production perfectionnée coûtant 400 000DT. Tout le processus de production sera effectué dans un seul atelier.

Ces changements vont permettre de :

- Doubler la quantité fabriquée et vendue pour atteindre 7 500 unités
- Réduire de 25% le coût variable unitaire.

Les coûts fixes vont augmenter de 30 000DT.

### **Travail demandé**

1. Quel est le nouveau processus de production adopté par l'entreprise. Justifier
2. Montrer que le coût de revient s'écrit ainsi : **15q + 75 000**
3. A partir de quel volume de production ce processus devient plus rentable que le précédent.
4. Calculer le coût de revient unitaire. Commenter son évolution.
5. Sachant que les dirigeants ont fixé comme objectifs à atteindre par l'investissement:
  - Une part de marché de 8% au minimum.
  - Une marge bénéficiaire unitaire de 15 DT au minimum.

Dire si l'entreprise va atteindre ses objectifs. Justifier

6. Déterminer le volume de vente permettant une part de marché de 8%.

**C)** Pour ce faire, le responsable commercial de l'entreprise RAHMA -FRAGRANCE propose **une politique commerciale** à plusieurs volets :

- Fixer un prix qui sera le plus accepté par les clients potentiels : 45DT.
- Réaliser une campagne publicitaire de 15 000DT.
- Devenir un sponsor de l'Espérance sportive de Tunis, ce qui engendrera un coût supplémentaire de 18 000DT

### **Travail demandé**

1. Calculer le résultat prévisionnel global et unitaire pour N+1. (**ANNEXE III** à rendre avec la copie)
2. Les mesures proposées par le responsable commercial, permettront-elles à l'entreprise d'atteindre ses objectifs :
  - a) En terme de rentabilité
  - b) En terme de positionnement sur le marché
3. L'entreprise a-t-elle intérêt de pratiquer cette politique commerciale. Justifier

Nom : ..... Prénom : ..... N° .....

(ANNEXES à rendre avec la copie).

**ANNEXE I :** Tableau comparatif

Eléments	Canal ultra-court	Canal court	Canal long
Coût de production unitaire			
Marge bénéficiaire unitaire			

**ANNEXE II :**

Tableau de calcul de coût variable

Eléments	Q	CU	M
Coût variable			

**ANNEXE III:**

Tableau de calcul de coût de revient et résultat d'exploitation :

	<i>Sans la politique commerciale</i>			<i>Avec la politique commerciale</i>		
	Q	CU	M	Q	CU	M
coût de revient						
Résultat d'exploitation						