



Examen de PASSAGE

Session juin 2018

Épreuve : Synthèse 2

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Document(s) et Matériel(s) autorisés :

Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome

Document(s) et Matériel(s) strictement interdits :

L'usage des téléphones portables

L'utilisation des feuilles de brouillon personnelles ou non cachetées

Conseils pour la réussite de votre examen :

1. Inscrivez votre identification complète sur chaque feuille d'examen
2. Reproduisez le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse
3. Commencez vos réponses à partir de la deuxième page
4. Procédez à la pagination des pages des copies de réponse
5. Recopiez le N° du dossier pour chacune des réponses correspondantes
6. Assurez-vous d'avoir reçu la totalité des pages de l'épreuve
7. NB : Les deux parties : Théorie et Pratique sont à traiter obligatoirement pour éviter la note éliminatoire.

| Partie | N° DOSSIER | TRAVAUX À RÉALISER | NOTE PAR DOSSIER |
|----------------|---------------|---------------------------------------|------------------|
| Théorie | D1 | L'entreprise et son environnement | /20 |
| | D2 | Marketing | /20 |
| | Total Théorie | | /40 points |
| Pratique | D3 | Techniques de vente et de négociation | /15 |
| | D4 | Approvisionnement | /10 |
| | D5 | Merchandising | /20 |
| | D6 | Calculs commerciaux / Statistique | /20 |
| | D7 | Comptabilité Générale | /15 |
| Total Pratique | | /80 points | |
| Total Général | | /120 points | |

THEORIE :**DOSSIER 1 : L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT (20 POINTS)**

La région du Souss est connue par la présence des arganiers sur ses terres. Une huile est extraite des fruits de l'arganier et servie avec du miel en accompagnement des repas. Quatre agriculteurs de la région ont décidé de créer une coopérative agricole. Ils cultiveront 2 hectares d'arganiers et commercialiseront les fruits aux marchés de gros régionaux. Au bout de 5 années, les coopérateurs ont remarqué que la demande en fruit d'arganier a triplé. Ils ont su qu'une huile précieuse en est extraite et utilisée comme soin cosmétique de la peau. Voulant profiter des opportunités que leur présente l'environnement, les coopérateurs ont décidé de créer –en parallèle- une société à responsabilité limitée qu'ils nomment « Arganette ». Cette SARL compte 30 salariés et dispose d'un atelier produisant des cosmétiques à base d'argan. Le gérant de l'entreprise aidé par son assistante dirige une équipe composée de : chef d'atelier, responsable commercial et marketing, responsable financier. Le marché d'« Arganette » n'arrête de s'étendre grâce au changement des habitudes de consommation, l'intérêt croissant au bien-être, le retour vers les produits naturels, un bouche à oreille positif et au professionnalisme de ses équipes. Le gérant a ainsi proposé d'ouvrir un point de vente dédié à la commercialisation exclusive des produits « Arganette ».

- 1) Définir les termes soulignés en gras (3 points)
- 2) Préciser le secteur et la branche d'activité d'« Arganette ». Justifier (2 points)
- 3) Quelle est la taille de cette entreprise ? (1 point) Identifier le critère utilisé (1 point)
- 4) De quelle structure s'agit-il? (1 point) Citer ses deux caractéristiques (2 points)
- 5) Détailler les tâches des fonctions citées au tableau ci-dessous (4 points)

-Reprendre le tableau sur votre copie-

| Fonction Technique | Fonction Administration |
|--------------------|-------------------------|
| - | - |
| - | - |

- 6) Quelle est la différence entre une coopérative et une SARL ? (3 points)
- 7) Identifier trois (03) éléments de l'environnement socioculturel ayant favorisé le développement des ventes des produits cosmétiques à base d'Argan ? (3 points)

DOSSIER 2 : MARKETING FONDAMENTAL (20 POINTS)

Depuis sa création, la société « Arganette » propose des soins de visage à base d'argan sous sa marque gamme « Arganette ». Ses autres lignes de produits comprennent: huiles de massage, masques exfoliants, soins pour les pieds...

« Arganette » essaie de renforcer sa place sur le marché. Elle ne dispose que de 6% des parts de marché et reste très éloignée du leader « ArganOr » -qui détient 33% des parts de marché-. Ce dernier bénéficie d'une notoriété construite grâce à des campagnes de communication coûteuses ainsi qu'une présence dans plusieurs pays du monde.

Face à la forte concurrence sur le marché, le responsable marketing propose de lancer un nouveau produit. C'est un « shampoing antichute » composé d'une base lavante, argile verte et huile d'argan. Il sera une solution « naturelle bon marché » pour les consommateurs souffrant de chute de cheveux occasionnelle. Son prix sera inférieur de 28% à celui de la concurrence.

« Arganette » compte sur ce produit pour réaliser d'importantes marges et le commercialisera dans des points de vente sélectionnés et connus pour la qualité du conseil client.

- 1) Définir les termes gras soulignés. (3 points)
- 2) Quelle est la position concurrentielle d'« Arganette » sur le marché marocain? Justifier. (2 points)
- 3) Quel est le segment auquel « Arganette shampooing antichute » est destiné ? (2 points)
- 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)
 - b) Qu'est-ce qu'un prix d'acceptabilité ? (1 point)
 - c) Quelles sont les questions à poser pour le déterminer ? (2 points)
- 5) A partir du texte, quelle a été finalement la politique de prix adoptée par « Arganette » pour son nouveau Shampooing ? Justifier la réponse (2 points)
- 6) Quelle est la politique de distribution poursuivie ? (1 point) Justifier (1 point) Quels sont ses avantages? (1 point)
- 7) Afin d'accompagner le lancement du nouveau shampooing, proposer 3 techniques de communication que pourrait utiliser l'entreprise. (3 points)

PRATIQUE :

(80 points)

DOSSIER 3 : TECHNIQUES DE VENTE ET NEGOCIATION (15 POINTS)

Le magasin « Para Flore » vous accueille en tant que stagiaire au rayon « Shampooing ». Vous êtes chargé(e) de la vente du nouveau produit « Arganette ». Pour ce faire, votre encadrant vous remet la fiche de ce produit.

Shampooing « Arganette » - Antichute

- Recommandé pour la chute de cheveux
- Composition riche en huile d'argan et argile
- Favorise la croissance et réduit la perte de cheveux.
- Produit naturel (sans additifs chimiques)
- Usage quotidien / semi hebdomadaire sur cheveux humides / mouillés
- En complément : sérum capillaire sans rinçage aux propriétés antichute.
- Récipient de 250 ml
- Promotion de lancement : 33,79 DH



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)

-Tableau à compléter et à rendre avec la copie -

| Mobiles d'achat | Caractéristiques 0,5 points x 5 | Avantages 0,5 points x 5 | Preuves 0,5 points x 5 |
|-----------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Nouveauté | | | |
| Confort | | | |
| Sécurité | | | |
| Argent | | | |
| Sympathie | | | |

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

-Tableau à compléter et à rendre avec la copie -

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

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)

-Tableau à compléter et à rendre avec la copie -

| Signaux d'achat verbaux | Signaux d'achat non verbaux |
|-------------------------|-----------------------------|
| - | - |
| - | - |

- 4) La vente classique peut être accompagnée d'une vente additionnelle.
- Qu'est-ce qu'une vente additionnelle (0,5 point)
 - Que peut-on proposer dans le cas du shampooing « Arganette antichute » ? (1 point)

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 antichute » et vous demande d'effectuer les travaux suivants :

Etat des opérations du mois de Décembre 2017 (Arganette anti-chute)

| Date | Libellé | Quantités (Unités) | Prix unitaire (Dh) |
|-------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 01/12 | Stock initial | 108 | 18 |
| 05/12 | Bon de sortie N°20 | 85 | - |
| 15/12 | Bon d'entrée N°31 | 120 | 17 |
| 19/12 | Bon de sortie N°22 | 112 | - |
| 22/12 | Bon d'entrée N°32 | 30 | 15 |
| 30/12 | Bon de sortie N°30 | 52 | - |

- En quoi consiste la méthode du CMP après chaque entrée? (1 point)
- Etablir la fiche de stock selon la méthode du CMP après chaque entrée. (4 points)
- On vous présente un extrait du cadencier du shampooing et sérum pour cheveux « Arganette » :

| 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 | ... | 10 | 8 | 14 | ... | 13 | 5 | 17 | ... | 17 | 4 | 17 | ... | 16 | 3 |
| Sérum | 4 | 14 | ... | 12 | 6 | 17 | ... | 10 | 5 | 14 | ... | 14 | 5 | 11 | ... | 14 | 1 |

- Stock au début de la semaine du 27/01/2018
- S : Stock initial,
- C : Quantité commandée,
- L : Quantité livrée,
- V : Ventes.

- A quoi sert un cadencier ? (1 point)
- A partir des données du cadencier, calculer les livraisons reçues chaque semaine (4 points)

DOSSIER 5 : TECHNIQUES DU MERCHANDISING (20 POINTS)

Le chef de rayon « Cosmétiques » d'un hypermarché vous demande d'étudier des références de coffrets beauté (Shampooing + crème + huile) en vous appuyant sur les informations suivantes :

Tableau 1 : Dimensions des coffrets

| | Hauteur | Profondeur | Largeur |
|------------|---------|------------|---------|
| Arganette | 20 cm | 35 cm | 15 cm |
| Natur'Elle | 25 cm | 30 cm | 18 cm |
| Tilleul | 30 cm | 20 cm | 16 cm |

Tableau 2 : Quantités vendues / marque

| | Arganette | Natur'Elle | Tilleul |
|-------------------------------|-----------|------------|---------|
| Prix d'achat TTC | 157 | 186 | 145 |
| Quantités vendues | 32 | 49 | 40 |
| Linéaire développé (en cm) | 200 | 300 | 100 |
| Taux de marque | 20% | 25% | 18% |

Le taux de la T.V.A. est de 20%

Pour présenter ces produits, nous disposons d'une gondole de 3 niveaux. Chaque étagère est caractérisée par les dimensions suivantes :

- Hauteur = 80 cm ;
- Largeur = 120 cm ;
- Profondeur = 70 cm.

Chaque marque de coffrets beauté occupera toute une étagère.

I/

- 1) En utilisant les données ci-dessus, calculer le « facing » de chaque référence. **NB :** Les coffrets sont empilables (3 points)
- 2) Compte tenu de leur bénéfice brut (BB), ces références doivent-elles disposer du même linéaire développé ? Justifier par le calcul (6 points)
- 3) En utilisant les données figurant sur le tableau 1, calculer la capacité de stockage de chaque étagère. (3 points) En déduire la capacité de stockage totale. (1 point) **NB :** Les coffrets sont empilables

II/

Suite au succès que connaissent les produits « Arganette » en hypermarché, l'entreprise a décidé d'ouvrir son magasin propre dont l'**assortiment** sera exclusivement constitué de ses produits. Pour cela, elle décide grâce aux techniques de **géomarketing** d'étudier diverses zones de chalandise afin de décider de l'emplacement de son nouveau magasin :

- 1) Définir les mots soulignés (2 points)
- 2) Quelles sont les caractéristiques de l'assortiment d'un hypermarché (en longueur et profondeur)? (1 point)
- 3) Citer les critères de choix de l'emplacement d'un magasin ? (2 points)
- 4) Comment procède-t-on à l'étude du potentiel de la zone de chalandise ? (2 points)

PARTIE 1 : CALCULS COMMERCIAUX (10 POINTS)

- D) Le prix de vente TTC d'un lot de 350 shampoings « Arganette » est de 11 000,00 DH. Le fournisseur accorde une ristourne de 2,5%, les frais sur achat s'élèvent à 8% du prix d'achat net, le taux de marque représente 21% du prix de revient d'achat.
- 1) Quelle est la différence entre une ristourne et un rabais ? (2 points)
 - 2) Calculer le prix de vente HT sachant que le taux de la TVA est de 20% (1 point)
 - 3) Calculer le prix de revient d'achat (2 points)
 - 4) Calculer le prix d'achat net (1 point)
 - 5) Calculer le prix d'achat brut (1 point)
- II) Suite à diverses transactions, le comptable de la société « Arganette » récupère la somme de 80 000,00 DH, il place 65% de cette somme pendant 20 mois.
- 6) Calculer l'intérêt (simple) acquis au taux de 5,5% (1,5 points)
 - 7) Avec le même taux d'intérêt le reste de son capital lui a rapporté 283,10 DH. Quelle a été sa durée de placement ? (1,5 points)

PARTIE 2 : STATISTIQUE (10 POINTS)

La société « Arganette » observe la vente de ses coffrets. Elle désire étudier l'effet des actions de communication sur le volume de ses ventes.

Le tableau ci-dessous reprend les quantités vendues (X) ainsi que le budget de communication mensuel (Y)

| Mois | Quantités vendues (X) (en milliers) | Budget de communication (Y) (en Milliers de DH) |
|---------|--|---|
| Janvier | 125 | 135 |
| Février | 137 | 178 |
| Mars | 148 | 214 |
| Avril | 177 | 266 |
| Mai | 180 | 290 |
| Juin | 195 | 311 |

- 1) Quelle est la nature des deux caractères étudiés ? (1 point)
- 2) Calculer la moyenne arithmétique de chacun des 2 caractères étudiés. (2 points)
- 3) Existe-t-il une corrélation entre les quantités vendues et le budget de communication ? Justifier la réponse par le calcul du coefficient de corrélation et son interprétation. (2,5 points)
- 4) Déterminer l'équation de la droite permettant d'obtenir les quantités vendues (X) en fonction du budget de communication (Y). (2,5 points)
- 5) Quelles seraient les quantités vendues à prévoir dans les cas suivants :
 - a) Si le budget de communication est de 325 DH. (1 point)
 - b) Si le budget de communication est de 400 DH. (1 point)

DOSSIER 7 : COMPTABILITE GENERALE (15 POINTS)

La société « Arganette » vous communique les informations suivantes au 1^{er} Janvier et vous propose de tenir sa comptabilité .

BILAN DE LA SOCIETE 01/06/2017

| Actif | Montant | Passif | Montant |
|-------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|---------------------|
| Actif Immobilisé | 4 095 000 | Financement Permanent | A déterminer |
| Frais de Constitution | A déterminer | Capital Social | A déterminer |
| 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 | A déterminer | | |
| Trésorerie - actif | 500 000 | Trésorerie - Passif | |
| Banques | 250 000 | | |
| Caisses | A déterminer | | |

Les opérations effectuées par l'entreprise au cours du mois de Janvier sont les suivantes :

- Le 03/01 : Achat de 160 000dh de marchandises au fournisseur Saadi dont 30 000dh en espèces, 60 000 par chèque n°850, le reste à crédit : Facture n°951.
- Le 07/01 : Acquisition d'une camionnette pour 500 000dh réglée comme suit : 50 000dh en espèces, 150 000 par chèque n° 851, le reste à crédit sur 2 ans : Facture n° 369.
- Le 08/01 : Reçu un chèque n°364 pour une commission de 20 000dh ; et payer 6 000dh en espèces pour l'assurance du véhicule : Reçu n° 3200.
- Le 12/01 : Vente de marchandises 320 000dh payée comme suit : 60 000dh en espèces, 100 000dh par chèque n°665, le reste à crédit au client Haddad : Facture n° 258
- Le 16/01 : Achat de 200 actions totalement libérés pour une valeur unitaire de 120dh : chèque n°852
- Le 22/01 : • Reçu du client Haddad 26 000dh de la marchandise non conforme : Avoir n°961.
- Le 23/01 : • Payer un loyer de 8 000dh en espèces : reçu n°954
• Verser 10 000dh en espèces sur la facture n°951.
- Le 24/01 : • Payer en espèces : La note du téléphone pour 4 500dh et l'électricité 6 500dh : Factures n° 654 et 247
- Le 25/01 : Payer 3 000dh par chèque n°854 pour la réparation d'une machine : Facture n°622.
- Le 28/01 : Le client Haddad envoie un chèque n°947 pour le solde sa facture
- Le 29/01 : Payer en espèces : 25 000dh de salaires et les charges sociales 5 000dh.
- Le 30/01 : Payer une amende fiscale de 9 000dh par chèques n°855.

TRAVAIL A FAIRE :

- 1) Dresser le bilan d'ouverture de cette société : (3 points)
- 2) Enregistrer les opérations au journal de la société : (11 points)
- 3) Sachant qu'au 31/01 le stock de de marchandises s'élève à 120 000dh, présenter les écritures nécessaires. (1 point)