

RÉPUBLIQUE TUNISIENNE MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION EXAMEN DU BACCALAURÉAT SESSION 2022	Session de contrôle	
	Épreuve : Gestion	Section : Économie et Gestion
	Durée : 3h30	Coefficient de l'épreuve: 3

Corrigé et barème de notation

Première Partie : 10 points / 40	Barème
<p>Exercice N° 1 : 4,5 points</p> <p>1) Quels sont les fournisseurs qui peuvent intéresser la société ? Le fournisseur Cap plast est à éliminer pour son délai de livraison $27\text{ j} > 15\text{ j}$ et son délai de paiement $15\text{ j} < 30\text{ j}$. Les fournisseurs qui peuvent intéresser la sté plastica sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neptune plast ; - Casa plast. <p>Car ils respectent les exigences de la sté.</p> <p>2) Calculez le nombre de commandes à passer auprès de chaque fournisseur intéressant compte tenu de la quantité minimale. Nombre de commandes auprès de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neptune plast : $500\ 000 / 50\ 000 = 10$ commandes (10 fois) ; - Casa plast : $500\ 000 / 62\ 500 = 8$ commandes (8 fois). <p>3) Quel est le fournisseur à retenir en se basant sur le coût global d'approvisionnement ? Coût global d'approvisionnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neptune plast : $500\ 000 \times 4,05 + 10 \times 500 + (500\ 000 \times 0,2)/(2 \times 10) = 2\ 035\ 000\ \text{D}$; - Casa plast : $500\ 000 \times 4 + 8 \times 937,500 + (500\ 000 \times 0,24)/(2 \times 8) = 2\ 015\ 000\ \text{D}$; <p><u>La société « Plastica » a intérêt à retenir le fournisseur Casa plast car son coût est le plus faible : $2\ 015\ 000 < 2\ 035\ 000$.</u></p> <p>Exercice N° 2 : 5,5 points</p> <p>1) Complétez l'annexe n° 1 : Voir annexe n°1</p> <p>2) Choisissez sur l'annexe n°1 le candidat qui sera sélectionné pour un entretien avec le gérant. Justifiez votre réponse : Voir annexe n°1</p>	<p>1 La justification n'est pas exigée Accepter l'élimination du fournisseur Cap plast</p> <p>1 0,5 x 2 ou zéro</p> <p>2,5 1 0,75 formule chiffrée 0,25 résultat</p> <p>1 0,75 formule chiffrée 0,25 résultat</p> <p>0,5</p> <p>4,5 1,5 par candidat (0,25 par ligne x 6)</p> <p>1 (0,5 choix, 0,5 justification)</p>

Dossier N° 1 : Etude de la situation actuelle : 12,25 points

A- Analyse de la rentabilité des produits phares de l'entreprise : 6,75 points

1) Pour le produit lavabo :

a- Calculez le coût de production des unités vendues pour l'année 2021

$525\ 000 + 3\ 000\ 000 - 825\ 000 = 2\ 700\ 000\ D$ (0,75 formule chiffrée et 0,25 résultat)

b- Calculez la rotation de stock

$r = 2\ 700\ 000 \times (525\ 000 + 825\ 000) / 2 = 4$ fois (0,75 formule chiffrée et 0,25 résultat)

c- Vérifiez que le montant du coût de revient s'élève à 2 880 000 D

$CR = 2\ 700\ 000 + 3\ 600\ 000 \times 0,05 = 2\ 880\ 000\ D$

3

1

1

1 ou zéro

2) Complétez l'annexe n° 2 afin de déterminer les résultats d'exploitation, les écarts sur résultats ainsi que la rotation de stock.

Voir annexe n°2

2,75

(0,25 x 9 éléments et 0,25 x 2 justifications)

3) En prenant appui sur les résultats obtenus, commentez la situation de l'entreprise « Sanitaire Plus ».

Produit lavabo :

- La rotation est faible par rapport au secteur $4 < 6$ par conséquent la sté supporte un coût de possession élevé il semble que la sté souffre d'un problème de mévente.
- Le résultat est inférieur à l'objectif fixé par l'entreprise donc l'entreprise n'est pas efficace (écart défavorable).

0,5

(0,25 rotation et 0,25 résultat)

Produit receveur de douche :

- La rotation est bonne, elle est supérieure à celle du secteur $8 > 7$.
- Le résultat dépasse l'objectif fixé par l'entreprise (écart favorable) par conséquent la rentabilité est satisfaisante.

0,5

(0,25 rotation et 0,25 résultat)

B- Etude de l'évolution des chiffres d'affaires et des parts de marché : 5,5 points

1) Etudiez l'évolution de l'activité de l'entreprise sanitaire plus et de ses concurrents en complétant l'annexe n°3 :

Voir annexe n°3

Commentaire (part de marché ; taux d'évolution du CA de l'E^{se} ; taux d'évolution du CA des concurrents ; conclusion)

3

0,5 x 4 éléments

1 commentaire (0,25 x 4)

2)

a- Calculez les prix de vente moyens pratiqués par l'entreprise et ceux des concurrents pour les deux années 2020 et 2021. Que constatez-vous ?

2,5

1,5

0,25 x 4

Prix de vente moyen	2020	2021
Sanitaire plus	$3\ 690\ 000 / 12\ 300 = 300\ D$	$3\ 600\ 000 / 12\ 000 = 300\ D$
Concurrents	$33\ 210\ 000 / 110\ 700 = 300\ D$	$37\ 050\ 000 / 130\ 000 = 285\ D$

En 2020, l'entreprise et ses concurrents pratiquent le même prix moyen.

En 2021, le prix de vente moyen de l'entreprise est supérieur à celui des concurrents ($300 > 285$).

Constatations 0,5 :
0,25 pour 2020
0,25 pour 2021

b- Par quoi peut-on expliquer la baisse de la part de marché de l'entreprise ?

On peut expliquer la baisse de la part de marché de l'entreprise par la politique de prix adoptée. En effet la sté a maintenu le même prix de vente soit 300 D alors que les concurrents ont réduit leur prix de vente moyen pour le ramener à 285 D.

0,5

c- Quelle solution préconisez-vous à l'entreprise pour améliorer sa situation ?

L'entreprise a intérêt à réduire son prix de vente en adoptant une politique d'alignement ou de pénétration.

0,5

Dossier N° 2 : Opération promotionnelle : 6,25 points

1) Calculez les ventes prévisionnelles en volume (en quantités) durant le mois de la promotion.

$$1\ 000 \times 1,4 = 1\ 400 \text{ unités.}$$

2) Calculez le prix de vente durant le mois de la promotion.

$$\text{Prix de vente} = 300 \times 0,95 = 285 \text{ D}$$

3) Complétez le tableau de comparaison (hors promotion/avec promotion) : annexe n°4 de manière à dégager les différents écarts.

Voir annexe n°4.

4) Dites en justifiant votre réponse si l'entreprise a intérêt à mettre en place cette campagne promotionnelle.

Oui, l'entreprise a intérêt à mettre en place cette campagne promotionnelle car elle se traduit par une augmentation de la quantité vendue et du résultat d'exploitation.

5) Quelle autre forme de promotion peut-on envisager afin d'écouler le stock jugé trop important ?

- Jeux concours.

ou

- Offrir un cadeau (exemple un mélangeur gratuit) pour l'achat d'un lavabo.

6) Dites en justifiant votre réponse si l'entreprise doit maintenir sa politique de prix actuelle (avant la promotion).

Non, l'entreprise doit changer sa politique de prix adoptée avant la promotion (réduire son prix de vente) car la diminution de prix permet d'augmenter sa part de marché, son résultat et de réduire son stock jugé important.

0,5 ou zéro

0,5 ou zéro

3,75

(0,25 par indicateur x 10
et 0,25 par écart : valeur
et nature x 5)

0,5 ou zéro

0,5

0,5

(au moins une
justification)

Dossier N° 3 : Lancement d'un nouveau produit : 11,5 points

A// 3 points

1) Vérifiez que la capacité maximale annuelle disponible est de 2 640 heures pour l'atelier moulage et injection et 1 980 heures pour l'atelier finition.

$$\text{Atelier moulage et injection : } 240 \times 11 = 2\ 640 \text{ h}$$

$$\text{Atelier finition : } 180 \times 11 = 1\ 980 \text{ h}$$

2) Déterminez la quantité optimale annuelle à fabriquer du produit « Evier ».

Soit X la quantité à fabriquer :

$$\begin{cases} X \cdot 20/60 = 2\ 640 \\ X \cdot 15/60 = 1\ 980 \end{cases}$$

$$X = 2\ 640 \times 60 / 20 = 7\ 920 \text{ unités.}$$

$$X = 1\ 980 \times 60 / 15 = 7\ 920 \text{ unités.}$$

3) Une étude de marché a montré que l'entreprise pourrait compter sur un marché potentiel de 12 000 éviers par an :

a- Dites en justifiant votre réponse si l'entreprise peut satisfaire les besoins du marché potentiel ?

Non, l'Entreprise ne peut pas satisfaire les besoins du marché potentiel car $7\ 920 < 12\ 000$.

1

(0,5 x 2)

1

0,5 mise en équations
deux contraintes
(0,25 x 2)

0,5 résultat pour les deux
contraintes
(0,25 x 2)

1

0,5

<p>b- Quelle solution préconisez-vous à l'entreprise pour satisfaire les besoins du marché ?</p> <p>Solution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sous-traiter la quantité manquante ou - Investir pour accroître la capacité de production 	<p>0,5</p>																		
<p>B// 5 points</p> <p>1) Calculez le coût variable unitaire et la marge sur coût variable unitaire. $CVU = 256,500 + 25 + [(20/60) \times 6] + [(15/60) \times 6] + 15 = 300 \text{ D}$ $M/ CVU = 500 - 300 = 200 \text{ D}$</p> <p>2) Présentez le tableau de résultat différentiel.</p> <table border="1" data-bbox="245 595 968 857"> <thead> <tr> <th>Eléments</th> <th>Montants</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CA</td> <td>3 960 000</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>CV</td> <td>2 376 000</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>M/CV</td> <td>1 584 000</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>CF</td> <td>396 000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Résultat</td> <td>1 188 000</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table> <p>3) Calculez le seuil de rentabilité en quantité. $SRq = 396\ 000 / 200 = 1\ 980 \text{ unités}$</p> <p>4) Calculez la marge de sécurité en quantité. $MSq = 7\ 920 - 1\ 980 = 5\ 940 \text{ unités.}$</p> <p>5) L'entreprise doit-elle se lancer dans la fabrication de ce nouveau produit ? Justifiez votre réponse. L'entreprise doit se lancer dans la fabrication de ce nouveau car la marge de sécurité est supérieure à ce qui est exigé par le gérant : $5\ 940 > 4\ 000$ d'autant plus le produit est assez rentable (rentabilité commerciale : 30 %).</p>	Eléments	Montants	%	CA	3 960 000	100	CV	2 376 000	60	M/CV	1 584 000	40	CF	396 000		Résultat	1 188 000	30	<p style="text-align: center;">1,5 1 (0,75 FC et 0,25 R) 0,5</p> <p style="text-align: center;">1,5 (- 0,5 par élément faux ou manquant ne pas sanctionner la colonne pourcentage)</p> <p style="text-align: center;">1 (0,75 FC et 0,25 R)</p> <p style="text-align: center;">0,5 (0,25 FC et 0,25 R)</p> <p style="text-align: center;">0,5 (0,25 décision, 0,25 justification)</p>
Eléments	Montants	%																	
CA	3 960 000	100																	
CV	2 376 000	60																	
M/CV	1 584 000	40																	
CF	396 000																		
Résultat	1 188 000	30																	
<p>C- Investissement : 3,5 points</p> <p>1) Montrez que la capacité d'autofinancement annuelle (CAF constante) générée par l'investissement est de 400 000 D. $CAF = 900\ 000 / 2,25 = 400\ 000 \text{ D}$</p> <p>2) Calculez la valeur actualisée nette générée par l'investissement (VAN). $VAN = 400\ 000 \times 3,604776 - 900\ 000 = 541\ 910,400 \text{ D}$</p> <p>3) Concluez sur l'opportunité d'adopter le projet. $VAN > 0$, l'entreprise a intérêt à adopter le projet.</p>	<p style="text-align: center;">1 ou zéro</p> <p style="text-align: center;">1,5 (1 FC et 0,5 R)</p> <p style="text-align: center;">1 (conclusion justifiée)</p>																		

	Candidat 1			Candidat 2			Candidat 3		
	Coef	Note	Total	Coef	Note	Total	Coef	Note	Total
Formation	4	3,75	15	4	4	16	4	3,5	14
Expérience professionnelle	2	3,75	7,5	2	3,25	6,5	2	4	8
Attitudes	3	4	12	3	3,5	10,5	3	3	9
Disponibilité	2	3,5	7	2	4	8	2	3	6
Age	2	3,75	7,5	2	3,5	7	2	4	8
Score			49			48			45

Choix du candidat : 1 (0,5 choix et 0,5 justification)
Le candidat n °1 sera sélectionné car il est le mieux scoré. 49 > 48 > 45

Annexe N° 2: Tableau de calcul des résultats, des écarts et de la rotation de stock pour l'année 2021: 2,75 pts (0,25 x 9 éléments + 0,25 x 2 justifications)

Eléments	Lavabos	Receveurs de douche
Chiffre d'affaires	3 600 000 D	1 800 000 D
Coût de revient	2 880 000 D	1 440 000 D
Résultat d'exploitation	720 000 D (1)	360 000 D
Objectif en termes de résultat d'exploitation	800 000 D	300 000 D
Ecart sur résultat d'exploitation	-80 000 D (2)	60 000 D
Nature de l'écart	Défavorable	Favorable
Rotation de stock de l'entreprise	4 fois	8 fois
Rotation de stock de secteur	6 fois	7 fois

Détails des calculs :
 (1) Résultat d'exploitation = 3 600 000 – 2 880 000 = 720 000 D
 (2) Ecart sur résultat d'exploitation = 720 000 – 800 000 = – 80 000 D

Annexe N° 3 : Evolution de l'activité de l'entreprise et des concurrents pour le produit « Lavabo » 3 pts (0,5 x 4 éléments +1 commentaire 0,25 par idée)

Eléments	Année 2020	Année 2021	Commentaire
Chiffre d'affaires de l'entreprise	3 690 000	3 600 000	
Chiffre d'affaires des concurrents	33 210 000	37 050 000	
Ventes de l'entreprise en quantité	12 300	12 000	
Ventes des concurrents en quantité	110 700	130 000	
Part de marché de l'entreprise en quantité (formule chiffrée et résultat)	12 300 / (12 300 + 110 700) = 0,1 soit 10 %	12 000 / (12 000 + 130 000) = 0,0845 soit 8,45 %	<ul style="list-style-type: none"> - La part de marché de l'E^{ise} est en régression. - Le taux d'évolution du CA de l'E^{ise} est négatif : une baisse du CA - Le taux d'évolution du CA des concurrents est positif : une augmentation importante du CA - La demande du produit lavabo est en évolution donc le marché est porteur.
Taux d'évolution du chiffre d'affaires de l'entreprise (formule chiffrée et résultat)		(3 600 000 – 3 690 000) / 3 690 000 = - 0,0243 soit - 2,43 %	
Taux d'évolution du chiffre d'affaires des concurrents (formule chiffrée et résultat)		(37 050 000 – 33 210 000) / 33 210 000 = 0,1156 soit 11,56 %	

Annexe N° 4 : Tableau de comparaison (hors promotion / avec promotion)

3,75 pts (0,25 par indicateur x 10 et 0,25 par écart valeur et nature x 5)

Eléments	Indicateurs		Ecart (0,25 x 5)	
	Hors promotion (prix habituel) (0,25 x 5)	Avec promotion (prix réduit) (0,25 x 5)	Valeur	Nature
Prix de vente aux distributeurs (HTVA)	300	285	- 15	Défavorable
Ventes en quantités	1 000	1 400	+ 400	Favorable
Chiffre d'affaires (HTVA)	300 000	399 000	+ 99 000	Favorable
Résultat unitaire	60	45	- 15	Défavorable
Résultat global	60 000	63 000	+ 3 000	Favorable