

Épreuve : GFM

Baccalauréat général 1^{er} groupe session 2016

Filière SG GFM

Durée de l'épreuve : 4 heures – Coefficient : 7

DOSSIER 2 B comme BLANC

1. Repérez les tendances générales du marché du blanchiment dentaire. (12 points)

- Marché du blanchiment dentaire aux USA : 14 milliards de dollars.
- Marché de l'esthétique médicale : prévision de croissance annuelle de 5 à 10 %. Marché naissant en France et en pleine explosion.
- Acte sans chirurgie multiplié par 7 depuis 10 ans.
- 80 % des Américains âgés de 18 à 49 ans souhaitent avoir des dents blanches. 94 % des Français déclarent que le sourire est ce que l'on remarque en premier et 65 % des femmes déclarent qu'il est un allié de la séduction.
- Devrait recevoir un accueil favorable à Djibouti compte tenu de l'importance accordée à la blancheur des dents et à la tendance au noircissement dentaire dû à la consommation de tabac et d'autres produits spécifique à Djibouti.

2. Présentez l'offre sur le marché du blanchiment dentaire. (12 points).

- Blanchiment en cabinet dentaire : à l'aide de peroxyde d'hydrogène photo-activé par une lampe spécifique (durée du traitement environ 1 heure, coût 100 000 à 150 000 FDJ).
- Blanchiment à la maison : à l'aide d'un produit moins concentré, le peroxyde de carbamide (visite initiale chez le dentiste pour réalisation de gouttières spécifiques, port de la gouttière durant 1 h 30 pendant 10 à 14 jours, coût 60 000 à 100 000 FDJ).
- Produits en vente dans le commerce : dentifrices blanchissants, gels ou kits de blanchiment, bandes blanchissantes (strips), vernis à dents (« maquillage » des taches ou autres imperfections).
- Esthétique médicale : traitement sans peroxyde, sans douleur, sans sensibilité.

3. Identifiez les facteurs psychologiques qui agissent sur le comportement des clients du marché du blanchiment dentaire. (10 points)

Motivations	Freins
<p>Auto expression : Allié de la séduction, avoir un sourire éclatant</p> <p>Hédoniste : se faire plaisir avec un produit d'esthétique médicale sans douleur, sans sensibilité</p>	<p>Pour les produits à base de peroxyde :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Contre-indication femmes enceintes ou qui allaitent, personnes de moins de 18 ans, personnes ayant les dents sensibles. ◆ Coût. ◆ Durée du traitement. ◆ Peur de la douleur. <p>Pour les produits en vente dans le commerce :</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Manque d'efficacité.

4. *Montrez comment les facteurs environnementaux favorisent le développement des enseignes de blanchiment dentaire. (12 points)*

Environnement	Conséquences sur le développement des enseignes
<p>Environnement légal : directive européenne applicable en France nécessité d'un agrément du Ministère de la santé à Djibouti ; délai de 6 mois à prévoir après dépôt d'un dossier de demande d'agrément</p>	<p>Permet l'apparition de nouveaux offreurs sans diplôme spécifique, esthétique médicale</p>
<p>Environnement socioculturel : importance du sourire pour 94 % des Français. Allié de la séduction pour 65 % des femmes. Élément clé de la séduction à Djibouti pour les femmes</p>	<p>Attente esthétique forte de la demande : avoir les dents blanches</p>
<p>Environnement technologique : blanchiment des dents sans peroxyde</p>	<p>Réduction des freins (relatifs à la douleur à la sensibilité), et favorise l'apparition de nouveaux offreurs et de nouveaux comportements de la demande</p>

5. **Présentez l'offre globale de l'entreprise « B comme Blanc ».** (10 points)

Offre globale :

- Offre principale (Service) :
 - blanchiment par application d'un gel et l'utilisation de la lampe LED électroluminescence sur rendez-vous ou pas ;
 - durée du service : 30' ;
 - prix 17 000 FDJ ;
 - renouvelable 4 fois par an ;
 - dans un institut de blanchiment dentaire situé en centre-ville d'une superficie de 35 à 45 m².
- Produits associés : gamme pour prolonger le blanchiment des dents.

6. **Précisez les droits et les obligations d'un concessionnaire de l'entreprise « B comme Blanc ».** (8 points)

Droits	Obligations
Exclusivité du territoire défini Durée du contrat 5 ans Utilisation de la marque, de l'enseigne, du manuel opératoire, du plan de marchéage Formation initiale et formation permanente	S'approvisionner auprès du concédant et de ses fournisseurs Mettre en œuvre la politique de communication Versement d'une redevance 9 % et d'une contribution de 2 % du CAHT global annuel

7. **Calculez le seuil de rentabilité en valeur et le point mort.** (12 points)

$$CA_{HT} = ((17\,000 + 1\,500)/1,1) * 6 * 312 = 31\,483\,636$$

$$\text{Taux de MCV} = 100 - (19+3+9+2) = 67\%$$

$$CF = 1\,800\,000 + 200\,000 + 1\,000\,000 + 8\,000\,000 = 11\,000\,000$$

$$\text{Seuil de rentabilité en valeur} = CF / \text{taux MCV} = 11\,000\,000 / 0,67 = 16\,417\,910$$

$$\text{Point mort} = (SR \text{ valeur} / CA_{HT}) * 312 = (16\,417\,910 / 31\,483\,636) * 312 = 162 \text{ jours}$$

Détermination de la date :

$$162/(312/12) = 6,23 \text{ soit le } 08 \text{ juillet.}$$

8. Justifiez l'intérêt pour Madame MARIAM de retenir cette enseigne pour lancer sa nouvelle activité. (8 points).

L'activité est rentable au bout de 6 mois et une semaine.

Offre en adéquation avec les tendances du marché.

Pas de connaissance préalable du métier pour ouvrir un institut « **B comme Blanc** ».

Touche une cible large : hommes et femmes de 18 à 49 ans toute classe sociale confondue qui a déjà l'habitude de s'offrir des soins esthétiques.

Contrat de concession qui permet de commencer une nouvelle activité avec une aide tant dans :

- la construction de l'offre : service proposé (soins 30' à 17 000 FDJ) et produits associés ;
- de la communication de l'offre : mise en œuvre par le concédant ;
- de la distribution de l'offre : superficie du lieu (35 à 45 m²) en centre-ville, architecture de l'institut définie par B comme Blanc.

Le choix d'ouvrir un institut « B comme Blanc » est à retenir.

DOSSIER 1 Société madiba

1. Procédez à l'enregistrement des opérations réalisées par la SARL MADIBA au cours du mois de décembre 2015 à partir des informations de l'annexe 1 dans un journal unique. Expliquez pourquoi la SARL MADIBA a établi une facture d'avoir le 15 décembre.

Écriture correspondant pour l'exercice comptable : 12 points (1,5 point/écriture sauf celles du 3/12 et du 12/12 et 15/12 majorées d'un point par écriture)

		02/12/2015		
411		Clients	5 016 000	
	701	Ventes de produit fini		4560 000
	44571	TVA collectée		456 000
		Facture n°900		
		03/12/2015		
411		Clients	580 657	
665		Escompte accordé	5 130	
	707	Ventes de marchandises		513 000
	7085	Ports et frais accessoires		20 000
	44571	TVA collectée		52 782
		Facture n°901		
		10/12/2015		
607		Achats de marchandises	712 500	
44566		TVA déductibles sur ABS	71 250	
	401	Fournisseurs		783750
		Facture n°125		
		12/12/2015		
601		Achats de matières premières	588 000	
624		Transports sur achats	10 000	
44566		TVA déductibles sur ABS	59 212	
	765	Escompte obtenus		5 880
	401	Fournisseurs		651 332
		Facture n°450		
		15/12/2015		
707		Ventes de marchandises	136 800	
44571		TVA collectée	13 543	
	665	Escompte accordé		1 368
	411	Clients		148 975
		Avoir A901		
		15/12/2015		
512		Banque	431 682	
	411	Clients		431 682
		Chèque n°056787		

Pourquoi la SARL MADIBA a établi une facture d'avoir le 15 décembre ? (3 point)

Le client Ets Omar a respecté les conditions de vente de la SARL MADIBA mentionnée en pieds de facture et, a manifesté, son accord pour payer rapidement ce qui justifie l'obtention d'un escompte de 1% qui lui sera adressé sous forme d'une facture d'avoir.

2. La SARL MADIBA a égaré le plan d'amortissement du véhicule Toyota acquis en 2014 (voir annexe 2). Reconstituez ce plan d'amortissement et procédez à la dotation de l'exercice.

Plan d'amortissement du véhicule (annexe 2 à rendre avec la copie) 11 points : 1 par dotation (maxi 5 points) et 3 pour en-tête et 3 pour les autres informations

Date de mise en service :		Mode d'amortissement : Unité d'œuvre le km			
Coût d'acquisition : 6 800 000					
Montant amortissable : 6 000 000		Durée : 5 ans			
Valeur résiduelle : 800 000					
Exercice	Base	Nombre d'unités d'œuvre	Amortissement		Valeur nette comptable
			Dotations	Cumul	
2014	6 800 000	10 000	600 000	600 000	6 200 000
2015	6 800 000	15 000	900 000	1 500 000	5 300 000
2016	6 800 000	20 000	1 200 000	2 700 000	4 100 000
2017	6 800 000	30 000	1 800 000	4 500 000	2 300 000
2018	6 800 000	25 000	1 500 000	6 000 000	800 000
		100 000			

Écriture correspondant pour l'exercice comptable : (2 points)

		31/12/2015			
681	Dotations		900 000		
	Amortissement de Matériel de Transport			900 000	
28 182	Suivant plan d'amortissement				

3. *Présentez les écritures comptables correspondantes aux informations de l'annexe 2 au 31/12/2015. 6 points : 2 points par écriture*

		31/12/2015		
416		Clients douteux	4 620 000	
	411	Transferts	4 620 000	4 620 000
		31/12/2015		
6817		Dotations aux provisions pour dépréciation des actifs circulants	840 000	
	491	Provision pour dépréciations des comptes clients	840 000	840 000
		31/12/2015		
491		Travaux d'inventaire	500 000	
		Provision p/dépr. Des comptes clients	500 000	
		31/12/2015		
	781	Reprise sur provision pour dépréciation des actifs circulants	500 000	500 000
		Travaux d'inventaire		

4. *Retrouvez le montant de la consommation de l'exercice en provenance de tiers calculée dans l'annexe 4 et calculez les variations de chacun des soldes intermédiaires de gestion entre 2014 et 2015 en valeur absolue et en valeur relative en présentant votre réponse sous forme d'un tableau.*

Consommation de l'exercice en provenance de tiers : 4 points

Consommation de l'exercice en provenance de tiers 2015	Montant
Achats de matières premières et autres approvisionnements	51 560
Variation de stocks	9 920
Autres achats et charges extérieures	689 300
Total	730 940

Variations des soldes : 4 points : 2 point pour les variations + 2 points pour %

Soldes	2015	2014	Variations en valeurs absolue	En %
Marge commerciale	489 360	412 360	77 000	18,67%
Production de l'exercice	1 504 660	960 450	544 210	56,66%
Valeur ajoutée	1 263 080	845 700	417 380	49,35%
EBE	366 918	392 700	25 782	6,6 %

5. Rédiger une courte note dans laquelle vous expliquerez la signification et l'évolution de chaque solde intermédiaire de gestion.

Plusieurs constats simples : (10 points)

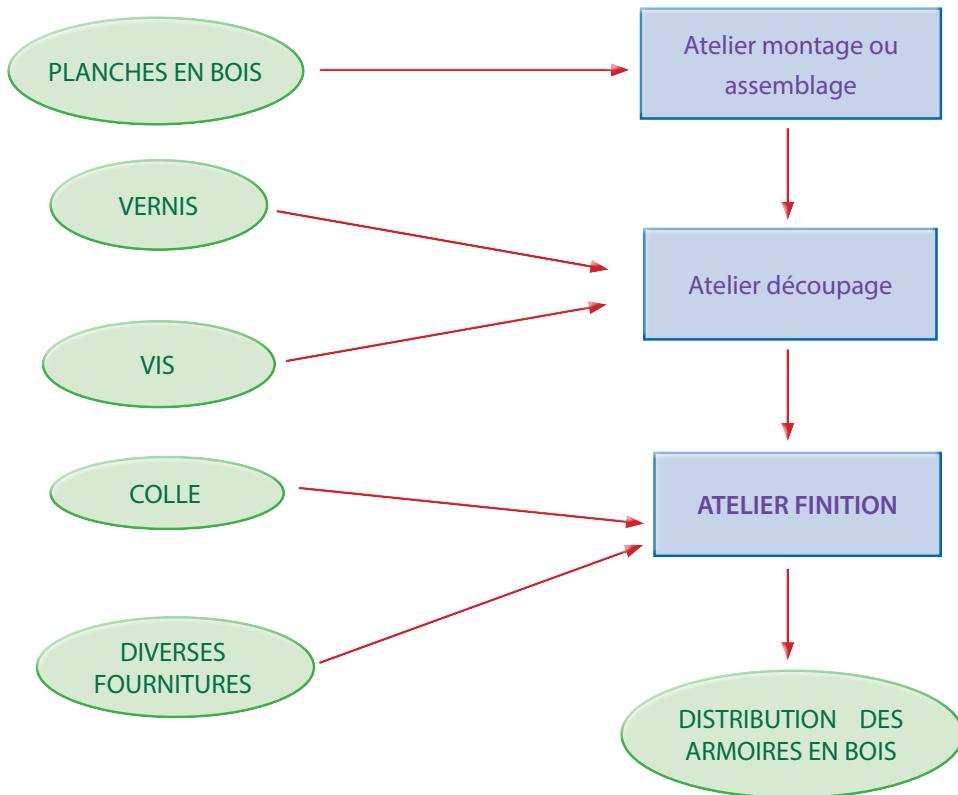
- La marge commerciale sur les produits achetés en Asie et revendus en l'état (marchandises) augmente confortablement de près de 19 % (2 points)
- La valeur de la production de l'exercice augmente fortement (près de 57 %) ce qui tend à prouver que la production des armoires et leur vente sur place rencontre un succès très important. 3 points
- La valeur ajoutée créée par l'entreprise augmente fortement l'entreprise créée de la valeur autant en vendant des marchandises mai surtout en les produisant. (3 points)
- L'EBE diminue légèrement de 7 % du fait des charges d'impôts et surtout des charges de personnel. Les décaissements ont augmentés en 2016 par rapport à 2015 par rapport aux décaissements. Néanmoins, l'EBE est encore confortable. (2 points)

6. Expliquez ce que représente l'EBE en prenant appui sur vos commentaires. (4 points)

L'EBE désigne ce qu'il reste de la valeur ajoutée lorsque l'on en déduit les salaires, les cotisations sociales et les impôts prélevés sur la production. C'est un bon indicateur des performances économiques de l'entreprise. L'EBE recense l'ensemble des charges et produits d'exploitation qui génèrent un mouvement de trésorerie.

Questions optionnelles en fonction du choix du candidat. (28 points)

7. Schématisez le processus de production de la SARL MADIBA. 6 points



8. Présentez sous la forme d'un tableau les calculs :

- du coût d'achat des matières premières utilisées ; 4 points
- du coût de production des armoires en bois fabriquées ; 8 points
- du coût de revient des armoires en bois ; 4 points

- du résultat analytique des armoires en bois vendues. 2 points

Coût d'achat des planches en bois

Éléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Charges directes :			
♦ Achats des planches en bois	20 000	2 500	50 000 000
Charges indirectes :			
♦ centre approvisionnement	20 000	50	1 000 000
Coût d'achat	20 000	2 550	51 000 000

Coût de production des armoires en bois

Éléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Charges directes :			
Coût d'achat des planches en bois consommées	20 000	2 550	51 000 000
Fournitures consommées :			
♦ Pots de colle	300	800	240 000
♦ Vis	100 000	150	15 000 000
♦ Pots de vernis	4 000	1 600	6 400 000
♦ Diverses fournitures			150 000
Main d'œuvre directe			
♦ Atelier Découpage	4 000	300	1 200 000
♦ Atelier Assemblage	8 000	450	3 600 000
♦ Atelier Finition	4 000	350	1 400 000
Charges indirectes			
♦ Atelier Découpage	20 000	30	600 000
♦ Atelier Assemblage	8 000	25	200 000
♦ Atelier Finition	4 000	42	168 000
Coût de production des armoires en bois fabriquées et vendues	2 000	39 979	79 958 000

Coût de revient des armoires en bois vendues

Éléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Coût de production des armoires en bois vendues	2 000	39 979	79 958 000
Coût hors production des armoires en bois vendues : « centre de distribution »	120 000	2	240 000
Coût de revient des armoires en bois vendues	2 000	40 099	80 198 000

Résultat analytique des armoires en bois vendues

Éléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Chiffres d'affaires	2 000	60 000	120 000 000
Coût de revient des armoires en bois vendues	2 000	40 099	80 198 000
Résultat analytique des armoires en bois vendues	2 000	19 901	39 802 000

9. Que pouvez-vous conclure sur cette activité de la SARL MADIBA ? 4 points

Des calculs menés à la page suivante, il ressort que l'activité de production d'armoires est particulièrement rentable pour la SARL car elle permet de dégager un résultat analytique de presque 20 000 francs soit plus de 30 % du prix de vente.