

Épreuve : GFM

Baccalauréat général 2nd groupe session 2016

Filière SG GFM

Durée de l'épreuve : 2 heures – Coefficient : 7

1^{er} PARTIE : Gestion financière (70 points)**1. Distinguer la notion d'immobilisation de celle de charge.**

Une immobilisation est l'acquisition d'un bien destiné à servir durablement l'activité de l'entreprise. L'acquisition d'immobilisation s'enregistre dans la classe 2 et figure à l'actif du bilan.

Une charge est une dépense engagée pour l'achat d'un bien ou service qui sera consommé lors des activités de l'entreprise. Les comptes de charge sont regroupés dans la classe 6 et figurent à gauche du compte de résultat.

2. Passer au journal l'écriture d'acquisition du véhicule.

| | | | | |
|-------|-----|--|-----------|-----------|
| | | 01/04 | | |
| 2184 | | Matériel de transports | 6 000 000 | |
| 44562 | | TVA déductible sur les immobilisations | 600 000 | |
| | 404 | Fournisseur d'immobilisation | | 6 600 000 |
| | | Facture n°117 | | |

3. Citer les différentes solutions de financements pour une entreprise.

Les solutions de financement disponibles pour une entreprise sont :

- l'emprunt bancaire ;
- le financement propre à l'entreprise comme l'autofinancement ;
- l'augmentation du capital ;
- le crédit-bail.

4. Calculer la base amortissable du véhicule.

Base amortissable = Coût d'acquisition – Valeur résiduelle

Base amortissable = 6000 000 – 1 000 000 = 5 000 000 Fdj

5. Compléter le tableau d'amortissement du véhicule. (annexe A à rendre avec la copie)

Tableau d'amortissement du véhicule

| Immobilisation : matériel de Transport | | Durée de vie : 5 ans | | |
|--|------------------|--|------------------------|------------------------|
| Coût d'acquisition : 6 000 000 | | Nombre total d'unité d'œuvre : 300 000 | | |
| Mode d'amortissement : par unité d'œuvre | | Valeur résiduelle : 1 000 000 Fdj | | |
| Base à amortir : $6\,000\,000 - 1\,000\,000 = 5\,000\,000$ Fdj | | | | |
| Année | Unités d'œuvre | Annuité d'amortissement | Cumuls d'amortissement | Valeur nette comptable |
| 2016 | 35 000 / 300 000 | 583 530 | 583 530 | 4 416 670 |
| 2017 | 70 000 / 300 000 | 1 166 660 | 1 750 190 | 3 250 010 |
| 2018 | 70 000 / 300 000 | 1 166 660 | 2 916 850 | 2 083 350 |
| 2019 | 65 000 / 300 000 | 1 083 330 | 4 000 180 | 999 820 |
| 2020 | 60 000 / 300 000 | 999 820 | 5 000 000 | 0 |

6. Enregistrer la dotation de l'exercice 2016.

| | | | | |
|------|-------|---|---------|---------|
| | | 31/12 | | |
| 6811 | | Dotation aux amortissements des immobilisations corporelles | 583 530 | |
| | 28182 | Amortissement du matériel de transport | | 583 530 |
| | | Inventaire 2016 | | |

7. Pour une entreprise, Quel est l'intérêt de pratiquer l'amortissement ?

L'entreprise pratique l'amortissement dans l'objectif de constituer un fond (montant retenu sur le résultat de chaque exercice) disponible pour renouveler le bien après sa durée de vie.

8. Compléter l'extrait du bilan au 31/12/2016 (annexe A à rendre avec la copie).

Extrait du bilan au 31/12/2016 après inventaire

| ACTIF | BRUT | Amortissement | NET |
|---------------------------|-----------|---------------|-----------|
| Actif immobilisé : | | | |
| Matériel de transport | 6 000 000 | 583 530 | 4 416 670 |

Au compte de résultat, on constatera un charge de 583 530 FDJ représentative de l'estimation de perte de valeur du bien.

2nd PARTIE : Mercatique (70 points)

1. *Après avoir défini la notion de démarche mercatique, montrez que Garnier a adopté une démarche mercatique pour le lancement de son nouveau produit Olia (12 points).*

Définition de la notion de démarche mercatique : c'est une méthodologie utilisée par l'entreprise pour percevoir les besoins des consommateurs, créer un produit ou un service en adéquation avec ces besoins et le vendre de façon à les satisfaire.

Garnier a bien réalisé une démarche mercatique puisqu'une étude comportementale a été effectuée et a permis de mettre au point un nouveau produit : une coloration permanente, sans ammoniacque et qui apporte un véritable soin aux cheveux.

2. *Précisez la notion d'offre globale et mettez en évidence celle proposée par Garnier (12 points).*

L'offre globale est une combinaison de produits et /ou de services.

L'offre globale de Garnier se compose :

- D'un produit principal : la coloration permanente.
- D'un service associé venant en complément du service principal : le conseil. Grâce aux Flashcode scanné, les consommatrices sont dirigées sur la plateforme Olia et ont accès à des vidéos les informant sur la teinte du produit, la simplicité d'utilisation ou leur permettant de réaliser un diagnostic.

Garnier propose bien une offre globale composée d'un produit principal (la coloration) et d'un service associé (le conseil via Internet).

3. *Classez les moyens de communication utilisés par Garnier. Montrez que la campagne de communication est cohérente avec les choix proposés (14 points).*

| Communication de masse | Communication relationnelle |
|--|-----------------------------|
| Publicité TV <ul style="list-style-type: none"> ◆ Film de 60 secondes en prime time, spot plus court. Presse <ul style="list-style-type: none"> ◆ Quelques supports sélectionnés. Site internet | Applications flashcode |

La campagne de communication est cohérente avec les choix de Garnier puisque les supports de communication (TV, presse) utilisés proposent un renvoi sur le site internet. Les messages publicitaires invitent les consommatrices à se rendre sur la plateforme dédiée à partir de laquelle elles ont accès aux services associés proposés, qui sont le conseil sur la teinte, l'utilisation facile du produit, le diagnostic couleur adapté... ce qui permet à Garnier de ne pas seulement vendre un produit mais aussi un service qui renforce le lien entre les consommatrices et l'entreprise.

4. Justifiez le choix de Garnier de proposer une application flashcode sur ses produits (10 points).

Le choix de Garnier de proposer une application flashcode permet de :

- fidéliser les clientes ;
- développer un relationnel avec les consommatrices (rapprochement) ;
- développer les ventes en générant de nouveaux acheteurs ;
- générer du trafic sur le site internet.

5. Calculez, pour chaque support presse, l'audience utile (10 points).

| Supports | Audience totale | Audience utile |
|----------|-----------------|------------------------|
| A | 26 870 | 11 017 (26 870 x 0,41) |
| B | 11 470 | 8 717 |
| C | 7 930 | 4 282 |
| D | 9 620 | 7 986 |

6. Calculez le coût pour mille lecteurs utiles (CPMU) (12 points).

| Supports | Audience totale | Audience utile | Prix d'une page A4 quadricolore en FDJ | Coût pour mille en FDJ |
|----------|-----------------|----------------|--|------------------------|
| A | 26 870 | 11 017 | 432 000 | 39 212(1) |
| B | 11 470 | 8 717 | 293 000 | 33 612 |
| C | 7 930 | 4 282 | 310 000 | 72 396 |
| D | 9 620 | 7 986 | 285 000 | 35 687 |

(1) $432\,000/11\,017 * 1\,000$