

Épreuve : GFM

Bac blanc 2016

Filière SG GFM

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

L'usage de la calculatrice est autorisé.

Le sujet se présente sous la forme de 2 dossiers indépendants.

Vous devez **obligatoirement** répondre aux questions de gestion financière **1.** à **4.** du premier dossier **et** aux questions de mercatique **1.** à **4.** du 2<sup>nd</sup> dossier. **En fonction de votre choix**, vous répondrez aux questions ; **soit** aux questions de gestion financière 5 à 7 du 1<sup>er</sup> dossier, **soit** aux questions de mercatique **5.** et **7.** du 2<sup>nd</sup> dossier.

## 1<sup>er</sup> PARTIE : Gestion financière

### DOSSIER 1 Sarl sportia

La SARL SPORTIA est spécialisée dans la commercialisation d'articles de sport. Elle est dirigée par Mme AICHA, gérante, qui vous demande votre avis sur plusieurs dossiers.

#### Questions à traiter obligatoirement (annexes A, 1, 2 et B)

1. Complétez la facture n° 350 destinée au client ARAKSANSSPORT fournie en annexe 1 A (à rendre avec la copie).
2. Procédez aux enregistrements comptables de la facture n°350 ainsi que des diverses opérations courantes qui figurent en annexe 1.
3. La SARL SPORTIA peut-être amenée à accorder des diminutions de son prix de vente. Précisez dans quel contexte et à quelles occasions ?
4. Madame AICHA vous remet des informations qui figurent dans *annexe 2* et vous demande d'établir le budget de trésorerie mensuelle pour les trois premiers mois de l'année 2016 à l'aide de l'annexe B (à rendre avec la copie).

#### Questions optionnelles en fonction du choix du candidat (annexe 3)

Le 2/12 la SARL SPORTIA a acquis une camionnette afin d'effectuer ses livraisons (voir annexe 1).

5. Réalisez le tableau d'amortissement de la fourgonnette sur votre copie en prenant comme base amortissable 4 150 000 Fdj. La fourgonnette est mise en service le 6 décembre 2015 et sera amorti en mode linéaire sur 5 ans, compte tenu d'une valeur résiduelle de 750 000 FDJ. *Arrondir les annuités d'amortissement à la dizaine la plus proche.*
6. Après réflexion, la SARL estime que la valeur résiduelle du véhicule pourrait être de 1 150 000 Fdj avec un usage réparti ainsi :

Unités d'œuvre	2016	2017	2018	2019	2020
Kms parcourus	12 000	24 000	18 000	12 000	14 000

Est-il possible de tenir compte de cet usage qui tient mieux compte de la réalité pour amortir la camionnette ? Réalisez le tableau d'amortissement correspondant en arrondissant vos annuités d'amortissement à la dizaine la plus proche.

7. Comparez ces deux méthodes d'amortissement dans leur mise en œuvre. Quelle est la méthode la plus intéressante pour l'entreprise ? Justifiez votre réponse.

### ANNEXE A : Facture de la SARI SPORTIA

SPORTIA Rue de Genève Djibouti		Djibouti, le 1 <sup>er</sup> décembre 2015		
		Doit		
		ARAKSPORT Route de l'aéroport Djibouti		
Facture N°350				
Référence	Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
91245	Sweat Puma coloris rouge taille L	700	1 500	
91350	Chaussures de Fitness	1 000	3 500	
			Montant Brut	
			Remise 10 %	
			Net Commercial	
			Port forfaitaire	30 000
			Montant HT	
			TVA 10 %	
Paiement dans 30 jours			Net à payer TTC	
Arrêté la présente facture pour la somme de :				
Djibouti, le 1/12/2015				

**ANNEXE 1 : Opération de la SARI SPORTIA**

Le 2/12/2015 : Facture n°C56 reçue de chez MARILL AUTOMOBILES.

MARILL AUTOMOBILES	Le 1/12/2015
DOIT	SPORTIA
Facture n° C56	
Fourgonnette	4 000 000
Équipement du véhicule	150 000
TVA 10%	415 000
Carte grise	23 800
<b>Net à payer en FDJ</b>	<b>4 588 800</b>

L'entreprise opte pour le rattachement de la carte grise dans un compte de charge.

Le 13/12/2015 : Facture n°25 reçue de notre fournisseur ADIDAS pour divers produits de sports pour un total de 125 000 FDJ brut HT, remise accordée de 10%, frais de port pour 12 000 FDJ.

Le 14/12/2015 : Reçue la facture n°186 de l'Électricité de Djibouti (EDD) pour 104 500 FDJ TTC.

Le 15/12/2015: Réception d'une facture n°321 pour une annonce publicitaire auprès de la radio RTD pour 10 000 FDJ HT.

Le 23/12/2015 : Réception de la facture de téléphone de DJIBOUTI télécom n° ZRT23 pour 36 000 FDJ HT.

Le 24/12/2015 : Facture d'avoir n°A25 pour un retour des marchandises d'un montant de 35 000 FDJ brut HT (concernant la facture n°25).

**ANNEXE 2 : Prévision pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2016****Bilan au 01/01/2016**

Actif	Montant	Passif	Montant
Immobilisations	3 600 000	Capital	4 594 500
Stocks de marchandises	264 000	Réserves légales	200 000
Créances clients	1 452 000	Dettes fournisseurs	913 000
Disponibilités	700 000	Dettes fiscales (TVA à payer)	308 500
<b>Total General</b>	<b>60 160 000</b>	<b>Total General</b>	<b>60 160 000</b>

**Prévisions des ventes et des achats pour le premier trimestre 2016 (TVA 10%)**

Données	Janvier	Février	Mars
Vente HT	6 500 000	7 800 000	9 130 000
Achats HT	3 800 000	4 200 000	4 780 000

Les clients règlent leurs factures de la manière suivante : 50 % dans le mois de la vente, 30% dans le mois suivant et 20 % dans 2 mois.

Le solde des créances clients au bilan sera réglé pour 80 % en janvier 2016 et le reste en février 2016.

Le solde dû aux fournisseurs au bilan sera réglé pour 85 % en janvier 2016 et le solde en février 2016.

Le règlement des factures des fournisseurs se fait pour 30 % au comptant (le mois de l'achat), 60 % le mois suivant et enfin 10 % dans les deux mois.

Les salaires se montent à 1 500 000 Fdj par mois. Ils ne sont pas soumis à la TVA et sont réglés le mois même. Les charges sociales se montent 400 000 FDJ par mois et sont réglées le mois suivant.

Les autres charges sont estimées à 700 000 HT FDJ par mois. Elles sont soumises à la TVA et réglées au comptant.

La TVA à payer qui figure au bilan est réglée en janvier et février à parts égales.

Il est prévu de renouveler le parc de machines pour un montant de 2 500 000 FDJ HT. Cet investissement aura lieu en janvier : paiement pour 30 % en février, 35 % en mars, le reste en avril. La TVA déductible est enregistrée le mois de l'achat.

La TVA calculée au titre du mois est réglée le 15 du mois suivant.

**ANNEXE B : Budgets du 1<sup>er</sup> trimestre 2016**

Budget des ventes	Janvier	Février	Mars
Vente HT			
TVA collectés			
Vente TTC			

Budget des achats	Janvier	Février	Mars
Achats HT			
TVA déductibles sur Achats de m/ses			
Achats TTC			

Budget de TVA	Janvier	Février	Mars
TVA collectée du mois			
TVA déductible sur achats			
TVA déductible sur autres charges			
TVA déductible sur immobilisation			
Total TVA Déductible du mois			
TVA à payer au titre du mois			
Crédit de TVA à reporter			
TVA à décaisser			

Budget des encaissements	Montant	Janvier	Février	Mars
Règlement du solde clients au bilan				
Règlement des clients m/ses de janvier				
Règlement des clients m/ses de février				
Règlement des clients m/ses de mars				
<b>Total des encaissements</b>				

**ANNEXE B (suite): Budgets du 1<sup>er</sup> trimestre 2016**

Budget des décaissements	Montant	Janvier	Février	Mars
Fournisseurs du bilan 31/12/15				
Règlement des fournisseurs de marchandises :				
Achats de janvier				
Achats de février				
Achats de mars				
Décaissement des salaires				
Charges sociales				
Autres charges				
Fournisseurs d'immobilisations				
TVA à payer du bilan				
TVA à payer				240 000
<b>Total décaissements</b>				

Budget de Trésorerie	Janvier	Février	Mars
Trésorerie début de mois			
Encaissements			
Décaissements			
<b>Trésorerie fin de mois</b>			

2<sup>nd</sup> PARTIE : Mercatique

## DOSSIER 2 OPTIC 2000

Monsieur HIVERT est propriétaire d'un magasin Optic 2000 à Aix sur Vienne en Haute-Vienne (87). Il doit faire face à une concurrence accrue sur sa zone de chalandise.

**Questions à traiter obligatoirement (annexes 1 à 4)**

Soucieux de renforcer sa position concurrentielle, il souhaite connaître la situation du marché de l'optique ainsi que les perspectives d'évolution de son magasin.

1. Présentez la structure concurrentielle et l'évolution de la distribution sur le marché de l'optique grand public.
2. Calculez les parts de marché en valeur des différents canaux de distribution. Concluez sur la place de l'enseigne Optic 2000.
3. Montrez que les opticiens doivent adopter une véritable démarche mercatique sur ce marché.
4. Après avoir défini la notion d'offre globale, montrez en quoi celle proposée par l'enseigne Optic 2000 est en adéquation avec les attentes du marché.

**Questions optionnelles en fonction du choix du candidat (annexe 5)**

Suite à cette première analyse, M. Hivert souhaite comparer l'activité de son magasin avec celle du marché.

5. Analysez l'évolution des chiffres d'affaires annuels de 2012 à 2015.
6. Calculez par la méthode la plus appropriée les chiffres d'affaires prévisionnels de 2016 et de 2017. Justifiez le choix de la méthode.
7. Concluez sur la situation et les perspectives d'évolution du magasin de monsieur Hivert par rapport au marché. Vous tiendrez compte de la réponse à la question 1.1.

**Barème**

Questions à traiter obligatoirement, 2.1 à 2.4 : 56 points/140 points

Questions optionnelles en fonction du choix du candidat, 2.5 à 2.7 : 28 points/140 points

### ANNEXE 3 : Le marché de l'optique poursuit son développement

L'institut d'études GfK dresse le bilan du marché français de l'optique à la veille de l'ouverture du SILMO (Salon Mondial de l'Optique). Avec 3,78 milliards d'euros TTC réalisés en cumul annuel à fin Août 2015, le chiffre d'affaires des opticiens français se hisse parmi le Top 10 des marchés de biens durables.

En progression de près de 2 % en valeur, le secteur optique poursuit sa croissance mais toutefois à un niveau légèrement inférieur à celui des dernières années (évolution annuelle moyenne au cours de la décade : +3,7 %).

Cette évolution s'appuie sur la dynamique propre aux dépenses de santé mais aussi sur la valorisation des produits issus des fabricants et les efforts importants en communication des enseignes d'optique.

<http://www.bienvoie.com/>

### ANNEXE 4 : La distribution sur le marché de l'optique, données chiffrées

CA TTC 2015 en Millions d' € par canal de distribution

Enseignes	Franchise / Succursale	Groupement coopératif	Groupement mutualiste
Alain Afflelou	540		
Générale d'Optique	219		
Grand optical	205		
Lissac	68		
Optical Center	147		
Optical Discount	16		
Plurielles	22		
Lynx Optique	80		
Mutoptic			54
Les opticiens Mutualistes			430
Optic 2000		785	
Atol		266	
Krys		597	
Vision Originale		31	
Vision Plus		83	
Visual		135	



Les indépendants représentent un chiffre d'affaires de 1 440 Millions d'€ soit 4794 points de vente.

Si le nombre de points de vente, tous canaux de distribution confondus, a grimpé de 25 % depuis 2006, le nombre de magasins indépendants a chuté de 10% sur la période.

Source : Hors série Bien Vu « l'observatoire de l'optique »

## ANNEXE 5 : Les attentes des consommateurs

Déprimé certes, le consommateur est cependant en attente d'être séduit. Aussi le jeu devient-il plus subtil : il ne s'agit plus seulement de proposer pour vendre, mais d'organiser le processus d'appropriation du produit par le client.

Une conjoncture morose, c'est la prime à l'inventivité. L'attentisme qui commence à s'observer ici et là reste, face à un marché peu tonique, la pire des attitudes. C'est là où les outsiders doivent montrer toutes leurs ressources et toute leur légitimité. C'est quand tout le monde freine que le point de croissance est le plus rapide à obtenir au détriment de la concurrence.

C'est pourquoi, plus que jamais, l'écoute empathique du consommateur s'avère la clef de toute réussite commerciale. Sur un marché qui se tend, le jeu devient plus subtil : il ne s'agit plus seulement de proposer pour vendre. Il faut organiser le processus d'appropriation du produit par le client. Faire d'un produit son produit. De la mise en scène de vente à la mise à disposition, il faut que l'histoire que l'on raconte au consommateur soit celle d'une rencontre de lui-même avec lui-même. Le produit sera individualisé ou ne sera pas.

Face à une telle demande (implicite, non formulée), l'optique évidemment joue gagnante, puisque son cœur de métier, c'est la transformation d'un produit semi-fini en produit fini parfaitement adapté à chaque porteur.

Encore faut-il que le client en soit parfaitement conscient. Il conviendra donc de souligner cette évidence, de la mettre en valeur lors du déroulé de vente.

Attention : différentes études récentes (Cetelem par exemple) montrent une déconnection entre satisfaction du client et fidélité. Sous la pression d'un temps devenu de plus en plus rare, le client pare au plus pressé et va au plus court. La prime revient souvent aux enseignes (tous secteurs confondus), parce que leur image de spécialiste est constituée, et cela bien que le consommateur soit plus critique envers ces dernières. Une enseigne très connue sur son marché, avec un réseau au maillage étroit, des surfaces de vente importantes, devra faire face à une attente client portant sur le choix et le prix plus que sur la qualité. (...)

Après ce panorama général, comment évolue concrètement la demande client ? Nous avons recensé chez le consommateur actuel sept horizons d'attente : la qualité de l'offre et des prestations, le « confort » de vente, le service, la mise en scène, le choix, la citoyenneté, le prix... .

Magazine L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

## ANNEXE 6 : Les services Optic 2000

Découvrez les garanties Optic 2000 ! Elles réaffirment l'engagement et le professionnalisme des opticiens Optic 2000 pour vous assurer sécurité, confort et sérénité lors de l'achat de votre équipement.

Pour acheter votre équipement en toute sécurité, Optic 2000 a mis en place l'assurance résultat Optic 2000 :

- Garantie casse monture & verres 2 ans :
  - Votre opticien Optic 2000 s'engage à réparer ou, à défaut, remplacer par un produit identique ou équivalent votre monture cassée ou endommagée (limité à un échange par élément, sur présentation des pièces endommagées).
  - Votre opticien Optic 2000 s'engage également à remplacer vos verres en cas de casse (couvre une fois la casse de chaque verre avec franchise de 40 %. Limité à un remplacement, même correction, sur présentation des pièces endommagées).
- Garantie adaptation un mois tous types de verres :
  - Votre opticien Optic 2000 s'engage à vous apporter entière satisfaction et en cas d'inadaptation visuelle, remplacera les verres si nécessaire pendant 1 mois. En cas d'inadaptation visuelle aux verres progressifs, votre opticien Optic 2000 s'engage à échanger vos verres progressifs par un équipement complet équivalent – limité à un échange.
- Prêt de montures pour faciliter votre choix :
  - Votre opticien Optic 2000 s'engage à vous prêter, à votre demande, un coffret de montures pour essayer et choisir tranquillement chez vous.
- Entretien et ajustage gratuits :
  - Pour vous assurer un confort optimal et permanent, votre opticien Optic 2000 est à votre disposition pour effectuer tous les réglages nécessaires: ajustage et nettoyage complet.
- Facilités de paiement :
  - Votre opticien Optic 2000 s'engage à vous proposer des facilités de paiement (voir conditions en magasin).

Source : site internet Optic 2000

## ANNEXE 6 : optic 2000 - magasin d'Aix sur Vienne

### Chiffres d'affaires

Années	2012	2013	2014	2015
Chiffres d'affaires en €	172 540	173 699	188 381	210 986

Source : Cabinet comptable de monsieur HIVERT