Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BP Charcutier, veuillez visiter :
bpcharcutier.fr/annales-sujets-et-corriges

BP CHARCUTIER • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

Gestion-Compta.-Math. Appliquées et Techniques commerciales

Session 2003 • Code sujet : **03-1611** • Durée : **4 h 00** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Étude commerciale et lancement d'un nouveau produit** (8 questions) — **Page 3**
2. **Bilan et amortissement** (2 questions) — **Page 7**
3. **Calcul de facture et déclaration de TVA** (2 questions) — **Page 10**
4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://bpcharcutier.fr/assets/annales/bp-charcutier/U41 - Gestion - comptabilité, mathématiques appliqués et techniques commerciales/2003/BP Charcutier - U41 - Gestion - comptabilité, mathématiques appliqués et techniques commerciales - Session 2003 - 3-Sujet.pdf

1. Étude commerciale et lancement d’un nouveau produit

L’entreprise de M. TAG envisage le lancement d’un nouveau produit et doit recueillir des informations sur sa clientèle et son marché. Cette partie aborde le prix psychologique, les taux de TVA, la fixation du prix, la communication commerciale et les moyens de fidélisation.

a)

Question 1. Choisir deux organismes adaptés à l’entreprise de M. TAG et à son projet de lancement d’un nouveau produit, puis préciser l’aide ou les informations que chacun peut apporter.

Pour accompagner le lancement, on peut choisir des organismes apportant des aides complémentaires. L’**INPI** permet de protéger une recette, un procédé de fabrication ou une marque par un dépôt. Le **CREDOC** peut fournir des informations sur les clients potentiels, notamment leur pouvoir d’achat et leurs goûts. Ces deux choix répondent donc aux besoins de protection du produit et de connaissance du marché.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> INPI : protéger la recette, le procédé ou la marque. CREDOC : connaître les clients potentiels.

b)

Question 1. Donner des exemples d’informations internes et externes que l’entreprise peut recueillir sur ses clients ou son marché.

Origine	Exemples d’informations
Interne	Informations sur les clients du magasin : panier moyen, goûts. Statistiques de ventes par jour, par saison ou par catégorie de produits.
Externe	Magazines professionnels, syndicats professionnels.

Les informations internes proviennent de l’entreprise et de son activité. Les sources externes renseignent sur l’environnement professionnel et le marché.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Interne : données clients et statistiques de ventes. Externe : magazines et syndicats professionnels.

c)

Question 1. Expliquer en quoi un questionnaire peut aider à connaître la clientèle, notamment son pouvoir d’achat, la composition des ménages et ses goûts.

Un questionnaire recueille directement les réponses des clients. Il peut demander leur pouvoir d’achat, le nombre de personnes composant le ménage et leurs goûts, notamment alimentaires.

Les réponses permettent de mieux caractériser la clientèle et d'évaluer si le nouveau produit correspond à ses attentes. L'entreprise peut ensuite adapter son offre et sa communication aux profils identifiés, sans se limiter aux seules statistiques de vente déjà disponibles.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le questionnaire renseigne sur le pouvoir d'achat, la composition des ménages et les goûts de la clientèle.

a)

Question 2. Indiquer les deux taux de TVA mentionnés pour les opérations étudiées.

Pour les opérations étudiées, le corrigé indique deux taux de TVA :

- Taux normal : 19,6 %.
- Taux réduit : 5,5 %.

Il s'agit des taux appliqués dans les calculs de cette épreuve. Le taux dépend de la nature de l'opération ou du produit concerné.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Taux normal : 19,6 %. Taux réduit : 5,5 %.

b) 1

Question 2. À partir de l'annexe 1, déterminer le prix psychologique du produit en exploitant les réponses et le taux d'acceptabilité.

Le prix psychologique est celui qui présente le taux d'acceptabilité le plus élevé. L'annexe 1 donne les taux ci-dessous pour chaque prix :

Prix de vente (€)	Acceptabilité (%)
0,25	0
0,30	7,54
0,35	29,32
0,40	58,97
0,45	56,80
0,50	52,11
0,55	37,11
0,60	12,57
0,65	4,21
0,70	0,86
0,75	0

À 0,40 €, les refus cumulés sont 14,24 % + 26,79 % = 41,03 %, donc l'acceptabilité vaut 100 % - 41,03 % = 58,97 %.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prix psychologique : 0,40 €, avec un taux d'acceptabilité maximal de 58,97 %.

b) 2

Question 2. Présenter les éléments à prendre en compte pour fixer le prix de vente, notamment le prix de la concurrence, le coût de revient et la politique commerciale.

Pour fixer le prix de vente, l'entreprise prend en compte le prix pratiqué par la concurrence, lorsqu'il existe, ainsi que sa politique commerciale et le positionnement recherché. Elle doit également couvrir le coût de revient.

Coût de revient = coût d'achat des matières premières + coût de production + coût de distribution. Le prix retenu doit donc être cohérent avec les coûts, le marché et les objectifs commerciaux de l'entreprise.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Tenir compte du prix concurrent, du coût de revient et de la politique commerciale de l'entreprise.

a)

Question 3. Distinguer publicité et promotion des ventes en donnant des exemples adaptés à l'entreprise.

La **publicité** fait connaître le produit ou l'entreprise. Pour un commerce de charcuterie, les exemples proposés sont les prospectus, les radios locales et la publicité sur le lieu de vente (PLV).

La **promotion des ventes** vise à encourager l'achat, par exemple en faisant goûter le produit ou en proposant une baisse de prix. Elle constitue une incitation commerciale, tandis que la publicité sert d'abord à informer et attirer l'attention.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Publicité : prospectus, radio locale, PLV. Promotion : dégustation ou baisse de prix.

b)

Question 3. Proposer des moyens de fidéliser la clientèle ou de faciliter les achats en magasin.

L'entreprise peut agir à la fois sur la fidélisation et sur la facilité d'achat en magasin. Deux moyens adaptés sont :

- Une carte de fidélité, qui encourage les clients à revenir.
- Un rayon en libre-service, qui facilite le choix et l'achat des produits.

Ces propositions correspondent aux exemples donnés dans le corrigé pour le commerce de M. TAG.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Proposer une carte de fidélité et aménager un rayon en libre-service.

2. Bilan et amortissement

Cette partie s'appuie sur le bilan de l'entreprise au 31 décembre 2002 et sur un tableau d'amortissement. Elle mobilise le classement des postes d'actif et de passif, ainsi que le calcul de la valeur d'origine, des annuités, des amortissements cumulés et des valeurs nettes comptables.

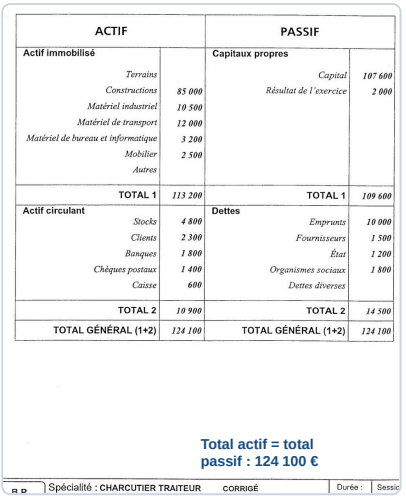
Question 1. À partir de l'annexe 2, établir ou compléter le bilan au 31 décembre 2002 en présentant l'actif et le passif et en vérifiant l'équilibre des totaux.

Au 31 décembre 2002, les immobilisations composent l'actif immobilisé ; stocks, créances et disponibilités constituent l'actif circulant. Au passif, le capital et le résultat forment les capitaux propres, tandis que les emprunts et dettes sont regroupés séparément. Les montants sont repris poste par poste de l'annexe 2 ; les rubriques sans montant restent non chiffrées. On vérifie l'équilibre en additionnant les deux catégories de chaque côté.

Actif	Montant (€)	Passif	Montant (€)
Actif immobilisé		**Capitaux propres**	
Terrains		Capital	107 600
Constructions	85 000	Résultat de l'exercice	2 000
Matériel industriel	10 500	**Total capitaux propres**	**109 600**
Matériel de transport	12 000	**Dettes**	
Matériel de bureau et informatique	3 200	Emprunts	10 000
Mobilier	2 500	Fournisseurs	1 500
Autres		État	1 200
Total actif immobilisé	**113 200**	Organismes sociaux	1 800
Actif circulant		Dettes diverses	
Stocks	4 800	**Total dettes**	**14 500**
Clients	2 300		
Banques	1 800		
Chèques postaux	1 400		
Caisse	600		
Total actif circulant	**10 900**		
Total général actif	**124 100**	**Total général passif**	**124 100**

Le total de l'actif immobilisé plus celui de l'actif circulant égale le total des capitaux propres plus celui des dettes : le bilan est équilibré.

Bilan au 31 décembre 2002



ACTIF		PASSIF	
Actif immobilisé		**Capitaux propres**	
Terrains		*Capital*	*107 600*
Constructions	*85 000*	*Résultat de l'exercice*	*2 000*
Matériel industriel	*10 500*		
Matériel de transport	*12 000*		
Matériel de bureau et informatique	*3 200*		
Mobilier	*2 500*		
Autres			
TOTAL 1	*113 200*	TOTAL 1	*109 600*
Actif circulant		**Dettes**	
Stocks	*4 800*	*Emprunts*	*10 000*
Clients	*2 300*	*Fournisseurs*	*1 500*
Banques	*1 800*	*État*	*1 200*
Chèques postaux	*1 400*	*Organismes sociaux*	*1 800*
Caisse	*600*	*Dettes diverses*	
TOTAL 2	*10 900*	TOTAL 2	*14 500*
TOTAL GÉNÉRAL (1+2)	*124 100*	TOTAL GÉNÉRAL (1+2)	*124 100*

Total actif = total passif : 124 100 €

B.P. | Spécialité : CHARCUTIER TRAITEUR | CORRIGÉ | Durée : | Sessio

✓ RÉPONSE À RETENIR

Au 31/12/2002 : actif immobilisé 113 200 €, actif circulant 10 900 €, total actif et passif 124 100 €. Le bilan est équilibré.

Question 2. À partir de l'annexe 3, déterminer la valeur d'origine du bien à partir du taux d'amortissement et de la valeur nette comptable, puis compléter le tableau d'amortissement.

Le bien est amorti sur 8 ans : taux annuel = 100 ÷ 8 = 12,5 %. Après une annuité, la VNC de 12 000 € représente 87,5 % de la valeur d'origine. Donc valeur d'origine = 12 000 ÷ 0,875 = 13 714,29 €, arrondie au centime. L'annuité calculée est 13 714,29 × 12,5 % = 1 714,29 €. Les cumuls et VNC suivent l'annexe 3 ; pour éviter un dépassement de 0,03 € dû aux arrondis, la dernière annuité est ajustée à 1 714,26 €.

Exercice	Valeur d'origine (€)	Annuité (€)	Amortissements cumulés (€)	VNC (€)
2002	13 714,29	1 714,29	1 714,29	12 000,00
2003	13 714,29	1 714,29	3 428,58	10 285,71
2004	13 714,29	1 714,29	5 142,87	8 571,42
2005	13 714,29	1 714,29	6 857,16	6 857,13
2006	13 714,29	1 714,29	8 571,45	5 142,84
2007	13 714,29	1 714,29	10 285,74	3 428,55
2008	13 714,29	1 714,29	12 000,03	1 714,26
2009	13 714,29	1 714,26	13 714,29	0,00

Tableau d’amortissement, annuité finale corrigée

EXERCICES	VALEUR D'ORIGINE	ANNUITÉ D'AMORTISSEMENT	AMORTISSEMENTS CUMULÉS	VNC
2002	13 714,29	1 714,29	1 714,29	12 000
2003	13 714,29	1 714,29	3 428,58	10 285,71
2004	13 714,29	1 714,29	5 142,87	8 571,42
2005	13 714,29	1 714,29	6 857,16	6 857,13
2006	13 714,29	1 714,29	8 571,45	5 142,84
2007	13 714,29	1 714,29	10 285,74	3 428,55
2008	13 714,29	1 714,29	12 000,03	1 714,26
2009	13 714,29	1 714,29	13 714,29	0

2009 : dernière annuité ajustée à 1 714,26 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Valeur d’origine : 13 714,29 € ; annuité habituelle : 1 714,29 €. Dernière annuité ajustée : 1 714,26 € ; VNC en 2009 : 0 €.

3. Calcul de facture et déclaration de TVA

Cette partie porte d'abord sur le calcul d'une facture comprenant plusieurs articles, des réductions et une majoration avant application de la TVA. Elle demande ensuite de calculer la TVA collectée, la TVA déductible et le solde à payer, puis de reporter les montants sur l'annexe 7.

Question 1. Calculer le montant de la facture à partir des quantités et prix des articles, appliquer les réductions indiquées et la majoration, puis déterminer le montant TTC.

Étape	Calcul	Montant
Total des articles	10 × 10,80 + 10 × 1,80 + 10 × 27,60 + 15 × 5,60	486,00 €
Total des réductions	150 × 2 % + 100 × 3 % + 150 × 4 % + 86 × 5 %	16,30 €
Facture TTC	(486,00 - 16,30 + 40,00) × 1,196	609,60 €

On additionne d'abord les montants des articles, puis on retranche les réductions et on ajoute la majoration de 40,00 €. Enfin, le coefficient 1,196 applique la TVA de 19,6 %. Le montant calculé est arrondi au centime.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Total de la facture : 609,60 € TTC.

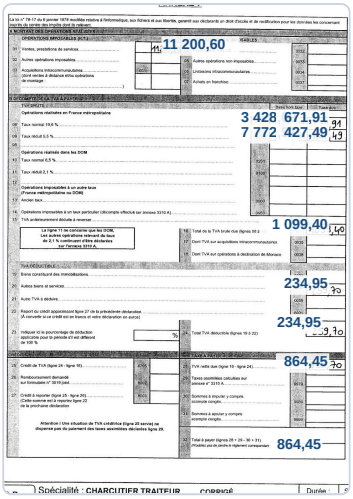
Question 2. Calculer la TVA collectée selon les taux applicables, la TVA déductible sur les achats et la TVA à payer, puis reporter les montants dans les rubriques correspondantes de l'annexe 7.

Pour obtenir les bases HT des ventes TTC, on divise par le coefficient correspondant : 8 200 ÷ 1,055 = 7 772,51 € et 4 100 ÷ 1,196 = 3 428,09 €. Les TVA collectées sont de 427,49 € et 671,91 €, soit 1 099,40 € au total.

La TVA déductible est 2 490 × 5,5 % + 500 × 19,6 % = 234,95 €. Le corrigé imprimé donne 161,70 € pour le premier calcul, mais cela ne correspond pas à la base de 2 490 € : le calcul exact donne 136,95 €. On déduit donc 234,95 € de la TVA collectée.

Annexe 7	Montant à reporter
Ligne 01, ventes HT	11 200,60 €
Ligne 08, base HT et TVA à 19,6 %	3 428,09 € ; 671,91 €
Ligne 09, base HT et TVA à 5,5 %	7 772,51 € ; 427,49 €
Ligne 16, TVA collectée	1 099,40 €
Lignes 20 et 24, TVA déductible	234,95 €
Lignes 28 et 32, TVA nette et total à payer	864,45 €

Annexe 7 corrigée selon les bases indiquées



✓ RÉPONSE À RETENIR

TVA collectée : 1 099,40 € ; TVA déductible : 234,95 € ; TVA à payer : 864,45 €.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2003)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E4-U41 de gestion, comptabilité, mathématiques appliquées et techniques commerciales, session 2003, porte le code sujet 03-1611. D'une durée de quatre heures et de coefficient 4, elle étudie le lancement d'un produit en charcuterie-traiteur, un bilan, un amortissement, la facturation et la TVA. Elle évalue les compétences commerciales, comptables et de calcul.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Coût de revient = coût d'achat des matières premières + coût de production + coût de distribution.
- Le prix psychologique s'étudie à partir des réponses sur les prix jugés trop chers ou de mauvaise qualité et du taux d'acceptabilité.
- En amortissement linéaire, le taux annuel est égal à 100 % divisé par la durée en années, et l'annuité dépend de la valeur d'origine.
- TVA à payer = TVA collectée - TVA déductible, après application des taux adaptés aux opérations.

Points de vigilance & attentes du jury

- Justifier le choix des organismes et distinguer les sources d'informations internes des sources externes.
- Pour fixer le prix, prendre en compte le coût de revient, la concurrence éventuelle et la politique commerciale.
- Distinguer valeur d'origine, annuité, amortissements cumulés et valeur nette comptable dans le tableau.
- Appliquer les taux de TVA appropriés, vérifier les montants HT et contrôler le solde reporté sur l'annexe 7.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment exploiter l'annexe 1 pour déterminer le prix psychologique ?

Repérez, pour chaque prix, les réponses indiquant un prix trop cher ou une mauvaise qualité, puis utilisez le taux d'acceptabilité présenté dans le tableau. La fixation du prix doit aussi tenir compte du coût de revient et du marché.

Q : Comment retrouver la valeur d'origine avec un taux d'amortissement de 12,5 % ?

Après une annuité de 12,5 %, la valeur nette comptable représente 87,5 % de la valeur d'origine. Il faut donc diviser la valeur nette comptable par 0,875, puis vérifier la cohérence avec l'annuité.

Q : Quel temps est prévu et le sujet indique-t-il un barème par question ?

La durée officielle est de quatre heures et le coefficient est 4. Les pages fournies sont un corrigé indicatif et ne donnent pas de répartition des points par question, donc aucun barème détaillé ne peut être déduit.

Q : Le corrigé précise-t-il les critères exacts de notation du jury ?

Non. Il présente des éléments de correction à titre indicatif et précise que chaque jury est souverain. Il ne fixe pas de barème détaillé ni de critères chiffrés par question.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpcharcutier.fr/assets/annales/bp-charcutier/U41 - Gestion - comptabilité, mathématiques appliqués et techniques commerciales/2003/BP Charcutier - U41 - Gestion - comptabilité, mathématiques appliqués et techniques commerciales - Session 2003 - 3-Sujet.pdf

Ressources BP Charcutier : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.