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

RESERVE A L' ANONYMAT

Le candidat doit inscrire ci – dessous son numéro de table

B.P. : CHARCUTIER TRAITEUR

Dominante :

Code spécialité :

Épreuve : **E4 – U41 Gestion – Compta. – Math. Appliquées & Tech. commerciales**

Durée : **4 heures**

Centre d'écrit .....

Session : **2004**

NOM et Prénoms : .....

(en majuscules, suivi s'il y a lieu du nom d'épouse)

Date et lieu de naissance : .....

Griffe du correcteur

B.P. : CHARCUTIER TRAITEUR

Dominante :

Épreuve : **E4 – U41 Gestion – Compta. – Math. Appliquées & Tech. commerciales**

Session : 2004	N° de sujet **04-1614**	Folio **1 / 14**

THEME : Vous êtes salarié dans l'entreprise artisanale « AU FIN GOURMET », 236 – 240 rue Nationale, 62300 LENS.

Le chef d'entreprise, Monsieur Arthur BERNARDIN, compte sur vos connaissances pour l'aider à résoudre certains problèmes :

DOSSIER N°1 : gestion – comptabilité
DOSSIER N°2 : techniques commerciales
DOSSIER N°3 : mathématiques appliquées

DOSSIER N°1 : GESTION – COMPTABILITE

Monsieur BERNARDIN a procédé à l'acquisition d'un hachoir.

1°) Monsieur BERNARDIN sait qu'il existe deux types d'amortissement, mais il ne connaît pas exactement certains détails permettant de les différencier. Complétez le tableau suivant :

	AMORTISSEMENT LINEAIRE (OU CONSTANT)	AMORTISSEMENT DEGRESSIF
En cas d'acquisition en cours d'année, le temps à amortir la première année se calcule-t-il en jours ou en mois ?		
En cas d'acquisition d'un matériel en juin 2004, indiquer la dernière année d'amortissement si sa durée est de 4 ans.		
Lorsque la mise en service de l'immobilisation a lieu quelques jours après la date d'acquisition, à quelle date faut-il commencer le plan d'amortissement ?		
Comment calcule-t-on le taux d'amortissement ?		

2°) Monsieur BERNARDIN vient de recevoir la facture correspondante à son acquisition (document 1).
Ce bien sera amorti de façon linéaire sur 5 ans.
Complétez le tableau suivant sachant que la date de fin d'exercice est le 31/12 :

EXERCICES	BASE D'AMORTISSEMENT	ANNUITÉS D'AMORTISSEMENT	AMORTISSEMENTS CUMULÉS	VNC (Valeur Nette Comptable)

DÉTAIL DES CALCULS pour la 1ère année :

Ne rien écrire *dans la partie barrée*

04-1614 Folio 3 / 14

DOCUMENT N°1

TLMA
Tout le Matériel Pour l'Alimentation
250 rue du Général de Gaulle
59000 LILLE
tel : 03 21 50 56 78
fax : 03 21 50 56 79
SA au capital de 46 000 €
RC LILLE B 728 509 909
SIRET 728 509 909 00032

DOIT : « AU FIN GOURMET »
M. BERNARDIN
236-240 rue Nationale
62300 LENS

Facture n°539 **Le :** 17/03/2004
Livraison : 17/03/2004 **Règlement :** au 15/04/2004

Référence	Désignation	Emballage	Nombre	Prix de l'emb.	Montant HT	TVA
999997	HACHOIR *mise en service le 17/03/04*		1	1 200.00	1 200.00	1

Montant HT	TVA	Taux %	Montant TVA	Montant TTC
1 200. 00	1	19.6	235.20	1 435.20

3°) Dans la facture T.L.M.A. (DOCUMENT N°1), le montant de la TVA apparaît distinctement.

a) Comment ce résultat a-t-il été calculé ?

.....

b) Pour l'entreprise « Au fin gourmet », s'agit-il de TVA collectée ou de TVA déductible ? Justifiez votre réponse.

.....

.....

.....

c) Quels sont les deux taux de TVA applicables couramment dans votre profession ? Dans quels cas s'applique chaque taux ?

.....

.....

.....

4°) Le hachoir sera utilisé en moyenne 2 heures par jour. L'atelier de fabrication fonctionne 250 jours pa an.
La préparation d'un nouveau plat nécessite l'utilisation du hachoir 10 mn / jour.

Calculez le coût du matériel à incorporer dans le prix de revient du plat. Complétez pour cela le tablea suivant :

Éléments	Détails	Montant
Amortissement annuel		
Nombre d'heures annuel d'utilisation		
Coût horaire d'utilisation		
Coût du matériel à incorporer dans le prix de revient du plat		

5°) Monsieur BERNARDIN souhaite créer un modèle de facture pour les clients de son entreprise.

a) Citez cinq mentions obligatoires devant figurer sur une facture.

*.....

.....

*.....

.....

*.....

.....

*.....

.....

*.....

.....

b) Combien de temps Monsieur BERNARDIN doit-il conserver ses factures d'achat ou les doubles de ses factures de vente ?

*.....

.....

DOSSIER N°2 : TECHNIQUES COMMERCIALES

Monsieur BERNARDIN sollicite votre aide dans le processus de commercialisation de ses nouveaux produits.

1°) L'équipe de vente du magasin a remarqué que les clients posent de plus en plus souvent des question sur la composition des produits, la provenance des matières premières, la qualité de ces matières premières etc... Monsieur BERNARDIN s'est donc procuré de la documentation sur les signes distinctifs de qualité (vo DOCUMENT N°2).

a) Proposez une définition de la qualité.

.....

.....

.....

b) Quelle est la signification des termes suivants ?

1) Cahier des charges :

.....

.....

2) Traçabilité

.....

.....

3) Homologation

.....

.....

c) D'après cette documentation, pourquoi les consommateurs ont-ils du mal à se repérer parmi tous les signes distinctifs apparaissant sur les produits ?

.....

.....

.....

DOCUMENT N°2

« CES LABELS QUI PIEGENT LES CONSOMMATEURS »

On ne le dira jamais assez : l'univers des labels de qualité est impitoyable. Fermier, artisanal, à l'ancienne : dans ce maquis de mentions et de signes dont le seul but est de valoriser le produit et de concurrencer les marques officielles, le consommateur ne sait plus à quel étiquetage se fier. D'autant que les affaires récentes d'insécurité alimentaire ont incité les industriels à multiplier les inscriptions rassurantes sur leurs produits.

Dans un rapport, le Conseil économique et social (CES) dénonce ce flou entretenu adroitement par certains producteurs. D'autant qu'il n'est pas la seule raison à cette complexité. Gilbert Louis, rapporteur du CES, note que « le système français de labels combiné au dispositif européen reste peu compréhensible et peu lisible. De plus, leur obtention est longue et lourde, ce qui favorise le développement de marques ou logos d'entreprise présentés comme des signes de qualité. »

Exemple : la dénomination « pur jus » de fruits ou de légumes. La réglementation précise que cette mention doit être réservée au produits naturels provenant de la pression de fruits ou de légumes « frais, sains et mûrs, non fermentés et n'ayant subi aucune addition d'un produits quelconque ».

Or, explique le rapport, certains professionnels qui produisent du jus de fruit à base de concentré s'arrangent pour que, sur l'étiquetage, la mention « pur jus de fruit » soit écrite en plus grand que la mention « à base de concentré ». D'autres n'hésitent pas à utiliser le terme « valorisant » de « nectar » alors qu'il ne s'agit que de jus de fruit reconstitué.

Les noms d'origine géographique abusent parfois le client, comme les termes foie gras des Landes, poulet du Gers ou coco de Paimpol, « qui doivent être réservés aux seuls signes officiels ».

Exposés ces dernières années à de nombreuses crises alimentaires, les consommateurs ne se contentent plus de simples labels de qualité. Désormais, ils attendent d'un produit qu'il soit sûr pour leur santé et pour leur environnement. Ce qui explique que certains étiquetages sont en train de changer de statut. Comme la mention « au lait cru », jusqu'ici largement utilisée, car elle évoque le recours au terroir. Face aux risques que ce mode de fabrication présente pour les personnes fragiles, « elle devient une mention obligatoire informative », précise Gilbert Louis. De même, « la crise de la dioxine en Belgique a imposé aux professionnels français de la volaille de communiquer sur l'alimentation des animaux. »

Dans son rapport, le CES insiste sur les nouveaux outils permettant de mieux connaître les produits qu'on mange. Comme la traçabilité ou encore la « qualification des élevages », un cahier des charges qui leur donne les règles d'hygiène ou d'alimentation à suivre. Mais là encore le rapporteur est sévère. Il juge que ces aides apportées aux consommateurs sont insuffisantes et imparfaites.

DOCUMENT 2 (suite)

Les quatre appellations auxquelles vous pouvez vous fier :

La qualité des produits alimentaires est garantie en France par quatre classifications officielles. Elles s'appliquent à près de 25 % des aliments consommés :

A.O.C. Appellation d'origine contrôlée	**Label rouge**	**Certificat de Conformité**	**Agriculture Biologique (AB)**
L'appellation est liée au terroir. Pour obtenir le label, la denrée doit notamment provenir d'une aire de production délimitée et répondant à des conditions de fabrication bien précises. EX : camembert de Normandie, Brie de Meaux	Il garantit la qualité supérieure d'un produit, ce qui le distingue des autres articles courants similaires. Mais l'homologation n'est pas définitive. Le producteur doit faire preuve de cette qualité de façon permanente. EX : jambon de Fleury Michon	La fabrication d'un produit est certifiée lorsqu'elle est conforme à des règles préalablement fixées concernant sa transformation, son conditionnement. EX : NF électricité pour un radiateur électrique.	Un cahier des charges très strict impose certaines règles comme l'emploi d'engrais naturels ou encore l'élevage extensif. Des organismes de contrôle sont chargés de vérifier le respect de ces règles.

Le Parisien, 8 mars 2001

«LES DIFFERENTS LABELS EUROPEENS »

Appellation d'origine protégée ou AOP	**Indication géographique protégée ou IGP**	**Spécialités traditionnelles garanties ou STG**
Similaire à l'AOC, cette appellation garantit la production, la transformation et l'élaboration du produit dans une **zone de terroir** bien définie. Exemples : le fromage Stilton au Royaume-Uni, l'olive de Kalamata en Grèce, la pomme de terre lapin puikula en Finlande …	Il s'agit du nom d'un **lieu déterminé** (région ou terroir) servant à désigner un produit agricole, ou une denrée alimentaire. L'IGP se fonde sur la réputation, l'histoire d'un produit, liée à une **zone géographique** et possédant des caractéristiques ou des qualités particulières. Exemples : les asperges de Navarre en Espagne, le jambon d'Ardenne en Belgique …	Ce logo ne fait pas référence à une origine mais il met en valeur une composition, **une recette** du produit, ou **un mode de production traditionnel.** Exemples : le veau élevé sous la mère, le porc fermier, la mozzarella, le jambon serrano … Les produits de ce type peuvent être fabriqués partout dans l'Union européenne.

Journal Carrefour, n°50, mars 1999

2°) Monsieur BERNARDIN choisit finalement de commercialiser des volailles « label rouge ». Il s'agit donc maintenant d'en informer la clientèle.

a) Citez au moins deux actions de communication qu'il pourrait mener dans et hors du point de vente.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Citez au moins deux arguments qu'il faut mettre en évidence dans ces actions de communication.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3°) Monsieur BERNARDIN a aussi consulté le site Internet de l'INPI (voir DOCUMENT N°3) car il envisage de commercialiser une partie de sa production sous une marque.

a) Que signifie le sigle INPI ?

.....

.....

b) À quels organismes peut-on s'adresser pour déposer une marque ?

.....

.....

DOCUMENT N°3

« LA PROTECTION DE LA MARQUE »

92 366 NOUVELLES MARQUES ONT ETE DEPOSEES PAR LES FRANÇAIS EN 1999 AUPRES DE L'INPI

Comment enregistrer une marque en France ?

Etape 1 : Dépôt de la demande à l'INPI ou au greffe du tribunal de commerce.
Coût (au 15/01/2001) : 199 €. Renouvellement tous les 10 ans : 214 €. Le droit de la marque naît le jour du dépôt.

Etape 2 : Publication de la demande d'enregistrement.

Etape 3 : Ouverture de la procédure d'opposition. Délai : 2 mois pour former l'opposition. Le déposant a, alors, 2 mois pour fournir une réponse.

Etape 4 : Examen de la validité de la marque. Délai : 4 mois suivant le dépôt. L'enregistrement de la marque est ensuite publié au Bulletin officiel de la propriété industrielle.

Site de l'Institut National de la Propriété Industrielle : www.inpi.fr

DOSSIER N°3 : MATHÉMATIQUES APPLIQUÉES

3.1°) Votre chef d'entreprise s'est procuré des statistiques nationales sur la vente du nouveau produit qu'il souhaite commercialiser :

POINTS DE VENTE	2001		2002		2003	
	nombre de kg vendus	%	nombre de kg vendus	%	nombre de kg vendus	%
Grandes surfaces	3 000		4 100		3 249	18
Détaillants	6 500			45		57
Grossistes	3 500		2 550			25
TOTAUX		100 %	12 150		18 050	

NOTA : les pourcentages sont arrondis au nombre entier le plus proche.

a) Compléter le tableau.

b) Construire un diagramme à bâtons sur la feuille de papier millimétré, représentant les quantités vendues par catégorie de point de vente et par année. (voir page suivante)

3.2°) Calculer les évolutions annuelles, en pourcentage, des ventes du nouveau produit de 2001 à 2002 et de 2002 à 2003 chez les détaillants.

.....

.....

.....

.....

3.3°)Le coût d'achat au kilogramme de ce nouveau produit fabriqué par vos soins serait de 7,90 €.

a) Quel sera son prix de vente hors taxe sachant que le chef d'entreprise vous impose un taux de marque de 30 % ?

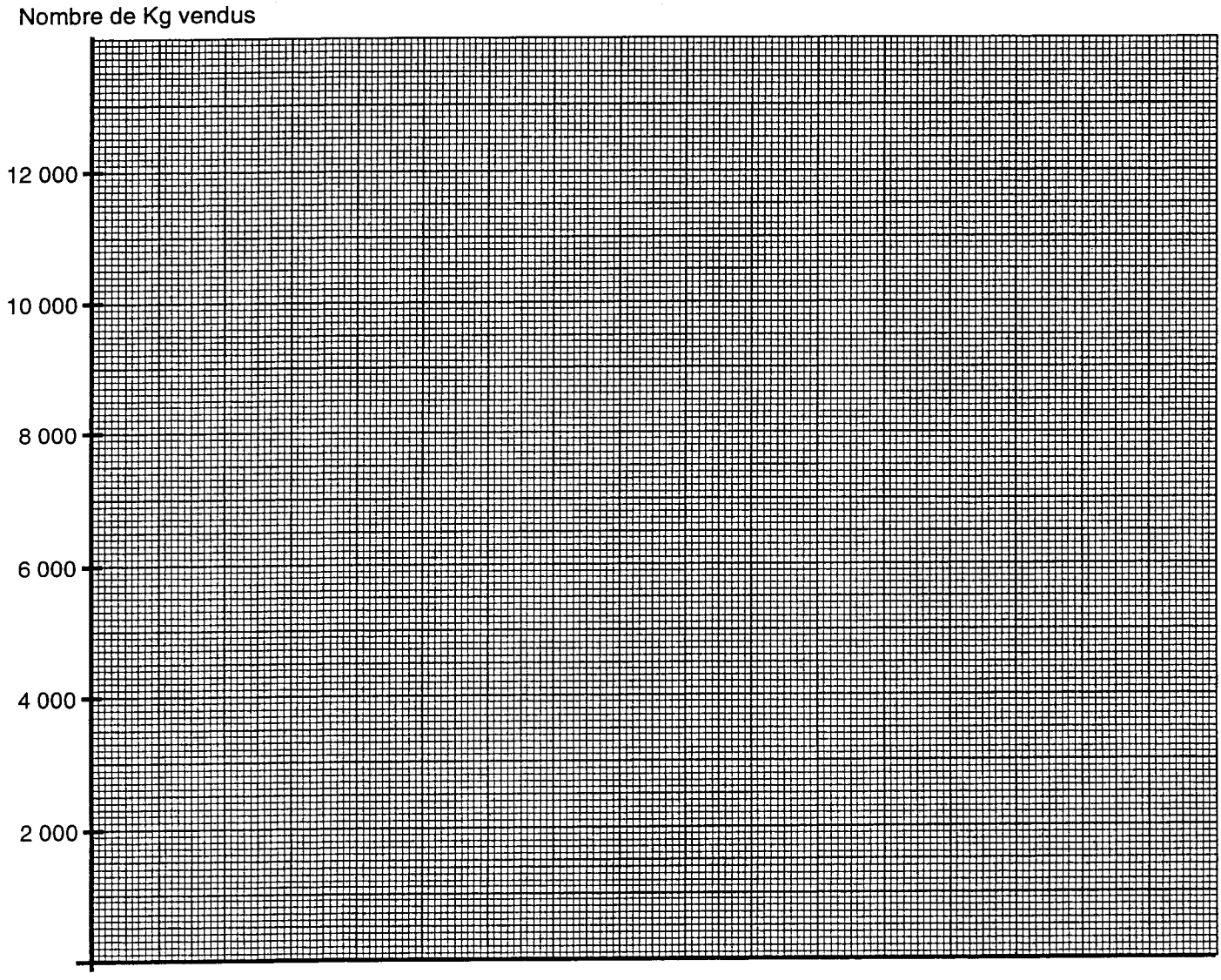
.....

.....

.....

Ne rien écrire *dans la partie barrée*

04-1614 Folio 12 / 14



b) Quel sera son prix de vente TTC (taux de TVA : 5,5 %) ?

.....

3.4°) Le chef d'entreprise s'est aperçu d'une désaffection de ses clients vis-à-vis du rayon « plats préparés ». Il vous demande d'étudier d'un point de vue financier la possibilité d'organiser une semaine promotionnelle : - 10 % sur le prix de vente TTC de tous les plats préparés.

Actuellement, les différents produits de ce rayon sont :

PRODUITS	PRIX DE VENTE TTC ACTUEL	VENTE HEBDOMADAIRE
couscous	6 € la part	20 parts
couscous royal	10 € la part	15 parts
lasagnes	6,50 € la part	15 parts
hachis parmentier	6,25 € la part	20 parts
cassoulet	7 € la part	25 parts
coq au vin	8 € la part	15 parts
bouchées à la reine	3 € la pièce	50 pièces
coquilles poisson	4 € la pièce	40 pièces
coquilles saumon	5 € la pièce	30 pièces

a) Les prix de vente des produits de ce rayon sont fixés en tenant compte d'un taux de marge de 25 % (marge commerciale en % par rapport au coût d'achat) et d'un taux de TVA de 5,5 %. Calculez la marge totale (en €) dégagée actuellement chaque semaine par ce rayon.

Calcul du chiffre d'affaires

PRODUITS	DÉTAIL	MONTANT
couscous		
couscous royal		
lasagnes		
hachis parmentier		
cassoulet		
coq au vin		
bouchées à la reine		
coquilles poisson		
coquilles saumon		
TOTAL		

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Si les prix de vente TTC baissent de 10 %, calculez la marge totale (en €) qui serait dégagée chaque semaine par ce rayon sachant que le coût d'achat reste identique.

.....

.....

.....

.....

c) Quelle est l'évolution de la marge en % ?

.....

.....

.....

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.