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 : **2005**

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 : 2005	N° de sujet **04-1615**	Folio **1 / 13**

THEME : Vous travaillez chez Monsieur Pierre LEBLANC, charcutier traiteur à ROUEN.

DOSSIER N° 1 : GESTION – COMPTABILITÉ

Monsieur LEBLANC doit faire face à l'implantation d'un nouveau concurrent.

Jusqu'à présent, pour la fixation du prix de vente d'une « tourte océane », il utilise les données suivantes :

- Prix d'achat HT des matières premières : 6 €
- Réduction consentie par le fournisseur : remise 5 %
- Frais d'achat : 5 % du prix net
- Marge brute par rapport au prix de vente HT 30 %

Monsieur LEBLANC étudie 2 autres possibilités :

1ère hypothèse : Il garde le même fournisseur mais baisse sa marge brute à 27 %.

2ème hypothèse : Il change de fournisseur ; celui-ci lui accorde les mêmes conditions de vente, sauf les frais d'achat qui sont supprimés. Le taux de marque reste de 30 %.

1.1 - Vous devez établir le tableau de comparaison des trois solutions. Complétez l'annexe 1A.

1.2 - Vous devez ensuite déterminer la variation du prix de vente TTC en % pour chacune des deux hypothèses par rapport à la situation initiale. Complétez l'annexe 1B.

1.3 - Monsieur LEBLANC vous demande de l'aider à sélectionner la meilleure des trois solutions. Complétez l'annexe 1C.

1.4 - Monsieur LEBLANC envisage d'investir dans deux nouveaux matériels :
un poussoir 4 560,80 € TTC et un hachoir 812,50 € TTC.. (Taux de TVA 19,6 %).
Afin de limiter ses dépenses de début d'année, il achètera le poussoir début 2005 (date de mise en service 01/01/05) et le hachoir au milieu de l'année (date de mise en service 01/07/05).
Vous devez calculer les annuités d'amortissement linéaire de ces deux nouveaux équipements pour 2005, 2006 et 2007.
Complétez l'annexe 1D.

1.5 - Monsieur LEBLANC désire réaliser l'année prochaine un résultat net de 23 000 €.
Il estime que ses charges fixes seront de 64 000 €. Les charges variables représentent 30 % du chiffre d'affaires.
Vous devez déterminer le chiffre d'affaires à réaliser par l'entreprise. Complétez l'annexe 1E.

DOSSIER N° 2 : TECHNIQUES COMMERCIALES

2.1 - Donnez à Monsieur LEBLANC quelques moyens de fidélisation de la clientèle face à un concurrent qui pratique des prix plus attractifs.
Complétez l'annexe 2A (minimum 5 réponses).

2.2 - Monsieur LEBLANC désire faire face à la concurrence en mettant en avant la qualité de ses produits. Pour cela, il voudrait valoriser ses fabrications en utilisant des appellations. Il vous remet un article de la revue « Charcuterie et Gastronomie) de mars 2003 et vous demande de répondre à ces interrogations. Vous disposez de la documentation document 1.
Complétez l'annexe 2B.

2.3 - Vous devez étudier la zone de chalandise du commerce.
Vous disposez de la documentation document 2.
Complétez l'annexe 2C.

DOSSIER N° 3 : MATHÉMATIQUES APPLIQUÉES

Monsieur LEBLANC a réalisé le graphique des ventes de la semaine dernière de plats préparés traiteurs (annexe 3A). Mais il a égaré son tableau statistique.

3.1 - Il vous demande de reconstituer le tableau de base.
Vous disposez de la courbe des effectifs cumulés croissants (Annexe 3A).
Compléter l'annexe 3B.

3.2 - Vous devez ensuite tracer dans le repère orthogonal de l'annexe 3A, la courbe des effectifs cumulés décroissants.
Vous disposez du tableau (Annexe 3B).
Tracez la courbe sur l'annexe 3A.

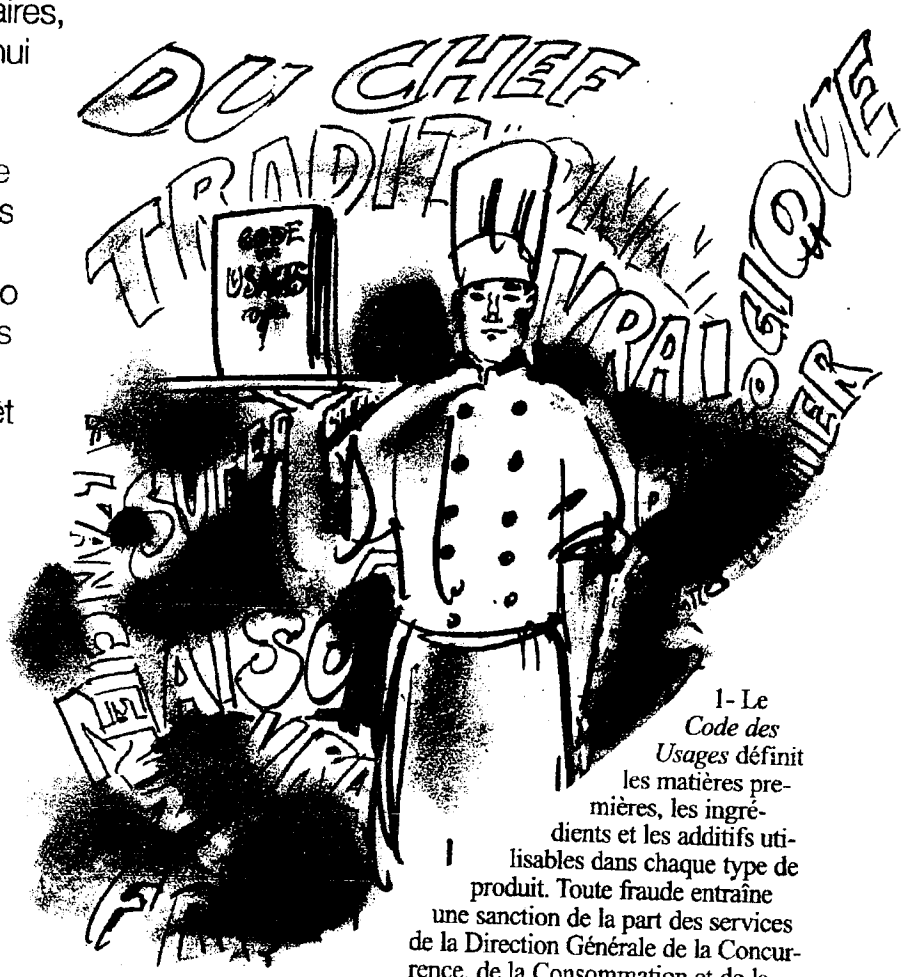
3.3 - Vous devez déterminer graphiquement les coordonnées du point médian I de cette série statistique.
Complétez l'annexe 3A.

3.4 - Vous devez interpréter les coordonnées du point d'intersection I.
Compléter l'annexe 3C.

DOCUMENT N° 1

COMMENT VALORISER VOS FABRICATIONS AUPRÈS DE VOTRE CLIENTÈLE ?

En quête de repères alimentaires, le consommateur d'aujourd'hui recherche des produits de qualité, qui ont un sens, une origine. Pour répondre à cette attente, de nombreux « signes de qualité » sont apparus : produits labellisés, produits bio ou certifiés. Ces termes, repris et largement expliqués par les médias, ont suscité l'intérêt des consommateurs.
Les produits fabriqués par le charcutier traiteur, vendus en boutique, peuvent eux aussi être valorisés. Comment ? Explications.



1- Le *Code des Usages* définit les matières premières, les ingrédients et les additifs utilisables dans chaque type de produit. Toute fraude entraîne une sanction de la part des services de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).

« *Les artisans,* rappelle Aurélie Collin, responsable du service Qualité et Innovation CEPROC/CNCT, *ont en leur possession un certain nombre d'outils susceptibles de leur permettre de faire la différence et de répondre aux souhaits des consommateurs. À la différence des industriels, ils peuvent se prévaloir d'un bon nombre de dénominations qui soulignent la qualité de leurs produits. Il en va ainsi de dizaines d'appellations contenues dans le* Code des Usages. » « *Mais le recours à ces dénominations ne suffit pas,* prévient Aurélie, *encore faut-il les signaler clairement au client au moyen d'un argumentaire écrit et d'une explication* ». Voici un certain nombre de pistes en ce sens que les charcutiers traiteurs peuvent exploiter :

1 LE CAS DES APPELLATIONS GÉNÉRALES

Voici un exemple d'affichette à réaliser pour un produit maison tradition :
- « fabriqué par le chef, le produit XXXX est de qualité supérieure » ;
- conformément au *Code des Usages* [1], il ne contient que du sel nitrité et de l'acide ascorbique. Tout autre additif est proscrit.

Rmq : Indiquer que les produits sont soumis à des contrôles selon des règles établies par l'administration ne peut avoir qu'un impact positif : les fabricants ne peuvent pas faire selon leur bon vouloir... contrairement à ce que peuvent penser certains clients.
Si des contrôles réguliers sont effectués, apposez l'affichette fournies par l'organisme de contrôle.

Source : revue Charcuterie et Gastronomie

Ne rien écrire *dans la partie barrée*

04-1615 Folio 4 / 13

DOCUMENT N° 1 (SUITE)

COMMENT VALORISER VOS FABRICATIONS AUPRÈS DE VOTRE CLIENTÈLE ?

Pour valoriser les produits avec des appellations stipulées dans le *Code des Usages*, quelques étapes sont toutefois indispensables. Il faut :

- s'assurer de la conformité du produit par rapport au *Code des Usages* ;
- réaliser une information claire dans la boutique avec les appellations utilisées, *via* une affichette par exemple. Pourquoi ne pas en remettre une copie lors de la vente au client ? ;
- former les vendeuses sur les appellations et sur le process afin que le discours soit crédible pour la clientèle ;
- mettre en place une signalétique spécifique en boutique.

2 LE CAS DES APPELLATIONS PARTICULIÈRES

Le *Code des Usages* évolue. Dans certains cas, des spécificités technologiques ou de composition sont respectées par les artisans mais ne sont plus expressément demandées par le code. Cela doit être un moyen de valoriser les fabrications.

Quelques exemples :

• L'andouillette de Troyes

L'obligation de tirer à la ficelle et de refourrer à la main a disparu. Ces étapes augmentent la valeur ajoutée, il est donc indispensable que les consommateurs s'en rendent compte. Une affiche pourrait donc ponctuellement être mise en vitrine. Elle viendrait souligner le caractère historique de la ficelle et du refourrage. Pour réaliser un argumentaire sur les points « historiques » de l'andouillette, reportez-vous au site Internet : **www.best-gourmet.com**

• Le jambon sec

Dans l'esprit des consommateurs règne une certaine confusion sur les différentes appellations de jambons secs. Il faut rappeler qu'il existe 3 qualités définies de « jambon sec ».
Dans l'ordre croissant : jambon cru, jambon sec, puis dans la catégorie supérieure, jambon sec supérieur ou jambon cru avec appellation géographique (type jambon cru de la vallée d'Ossau). En matière de durée de sèche cela se traduit par 130 jours de sèche minimum pour le jambon sec, 210 pour le jambon sec supérieur alors que rien n'est précisé pour le « jambon cru ».
Peut-être est-il bon d'expliquer cela à nos consommateurs et pour ceux dont la sèche dure plus de 9 mois, le préciser au client pour souligner le caractère « exceptionnel » du produit.

En conclusion, il faut savoir que le PIT se tient à la disposition de tous ceux qui le souhaitent. Le Pôle d'innovation technologique peut élaborer des projets d'affiches sur un produit particulier ou un type de fabrication. Par ailleurs, il tient à disposition un mémento sur les ingrédients et les additifs, comprenant des extraits du *Code des Usages*.

LES DÉNOMINATIONS PARTICULIÈRES STIPULÉES DANS LE CODE DES USAGES

1 Les mentions « traditionnel(le), à l'ancienne, comme autrefois » sont systématiquement associées à des produits de qualité supérieure. La composition et les technologies sont soumises à de nombreuses contraintes.
Attention ! Avant de mentionner une quelconque qualification de supériorité, vérifier la composition des mélanges d'additifs si vous en utilisez. Peu de produits sont conformes.

2 La mention « maison » ou « du chef » signifie que le produit a été réalisé par le vendeur. Pour des produits comme le jambon cuit, il est obligatoirement de qualité supérieure.

3 De nombreux produits comportent une indication géographique (ville, département, etc.) :

- si elle est définie dans le code, l'indication n'est pas considérée comme un lieu de provenance ; l'appellation a débordé la région d'origine. Elle peut être utilisée sur tout le territoire (ex. : andouille de Vire, saucisse de Strasbourg, etc.) ;
- si elle n'est pas définie, l'indication géographique est considérée comme lieu de provenance. La mention d'une ville ou d'un département ne peut être utilisée que dans la mesure ou le produit a été fabriqué dans la ville ou le département, voire les cantons limitrophes. Attention aux IGP.

DOCUMENT N° 2

Étude de la zone de chalandise :

Il y a 6 000 habitants dans la zone de chalandise. Vous disposez des statistiques suivantes :

Répartition de la population par tranche d'âges :

0 – 25 ans	10 %
25 – 45 ans	40 %
45 – 60 ans	25 %
60 – 75 ans	15 %
75 et plus	10 %

Répartition de la population par C.S.P. :

Ouvriers	15 %
Employés	10 %
Cadres moyens	20 %
Cadres supérieurs, professions libérales	35 %
75 et plus	20 %

Budget mensuel par C.S.P. pour les achats en charcuterie traiteur :

Ouvriers	25 €
Employés	28 €
Cadres moyens	35 €
Cadres supérieurs, professions libérales	41 €
Inactifs (retraités, enfants)	37 €

ANNEXE 1A (À rendre avec la copie)

CALCUL DU PRIX DE VENTE TTC DE LA « TOURTE OCÉANE »

	Actuellement	1ère hypothèse	2ème hypothèse
Prix d'achat brut			
Réductions			
Prix d'achat net			
Frais d'achat			
Coût d'achat			
Marge brute			
Prix de vente HT			
TVA 5,5 %			
Prix de vente TTC			

ANNEXE 1B (À rendre avec la copie)

Variation en % du prix de vente TTC :

- Entre la 1ère hypothèse et le prix actuel :

.....

.....

.....

- Entre la 2ème hypothèse et le prix actuel :

.....

.....

.....

ANNEXE 1C (À rendre avec la copie)

Quel choix conseillerez-vous à Monsieur LEBLANC ? Justifiez votre réponse.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ANNEXE 1D (À rendre avec la copie)

ANNUITÉS D'AMORTISSEMENTS POUR 2005, 2006 ET 2007

Investissement HT	Date de mise en service	Durée d'utilisation	Type d'amortissement	Annuités d'amortissement		
				Pour 2005	Pour 2006	Pour 2007
POUSSOIR		4 ans	Linéaire			
HACHOIR		5 ans	Linéaire			

Détail des calculs de l'annuité de 2005 :

- Pour le poussoir :

.....

.....

.....

- Pour le hachoir :

.....

.....

.....

ANNEXE 1E (À rendre avec la copie)

a) Calculez le seuil de rentabilité ou point mort prévisionnel :

.....

.....

b) Pour un résultat de 23 000 €, calculez le chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année suivante :

.....

.....

Vérification :

Chiffre d'affaires : Charges variables :	
Marge sur coût variable : Charges fixes :	
Résultat net :	

ANNEXE 2A (À rendre avec la copie)

MOYENS DE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

1 - .....

2 - .....

3 - .....

4 - .....

5 - .....

ANNEXE 2B (À rendre avec la copie)

ANALYSE DE L'ARTICLE DE LA REVUE « CHARCUTERIE ET GASTRONOMIE » (documentation page 3)

1 - Quelles sont les 4 étapes stipulées dans de code des usages pour l'utilisation d'appellations ?

- .....
- .....
- .....
- .....

2 - Que définit le code des usages ?

.....

.....

3 - Quel est l'organisme qui sanctionne les fraudes au code des usages ?

.....

.....

4 - Qu'est-ce que le PIT ?

.....

.....

5 - Citez 3 types de dénominations stipulés dans le code des usages.

- .....
- .....
- .....

Ne rien écrire *dans la partie barrée*

ANNEXE 2C (À rendre avec la copie)

ÉTUDE DE LA ZONE DE CHALANDISE (documentation page 5)

Calculez :

A - Le nombre d'habitants par tranche d'âge

Tranche d'âge	0 – 25 ans	25 – 45 ans	45 – 60 ans	60 – 75 ans	75 et plus
Pourcentage					
Nombre d'habitants					

B - Le nombre d'habitants par C.S.P. (Catégorie Socio-Professionnelle)

C.S.P.	Ouvriers	Employés	Cadres moyens	Cadres supérieurs, professions libérales	Inactifs (retraités, enfants)
Pourcentage					
Nombre d'habitants					

C - Le marché potentiel : l'argent disponible pour les dépenses en charcuterie traiteur dans la zone de chalandise.

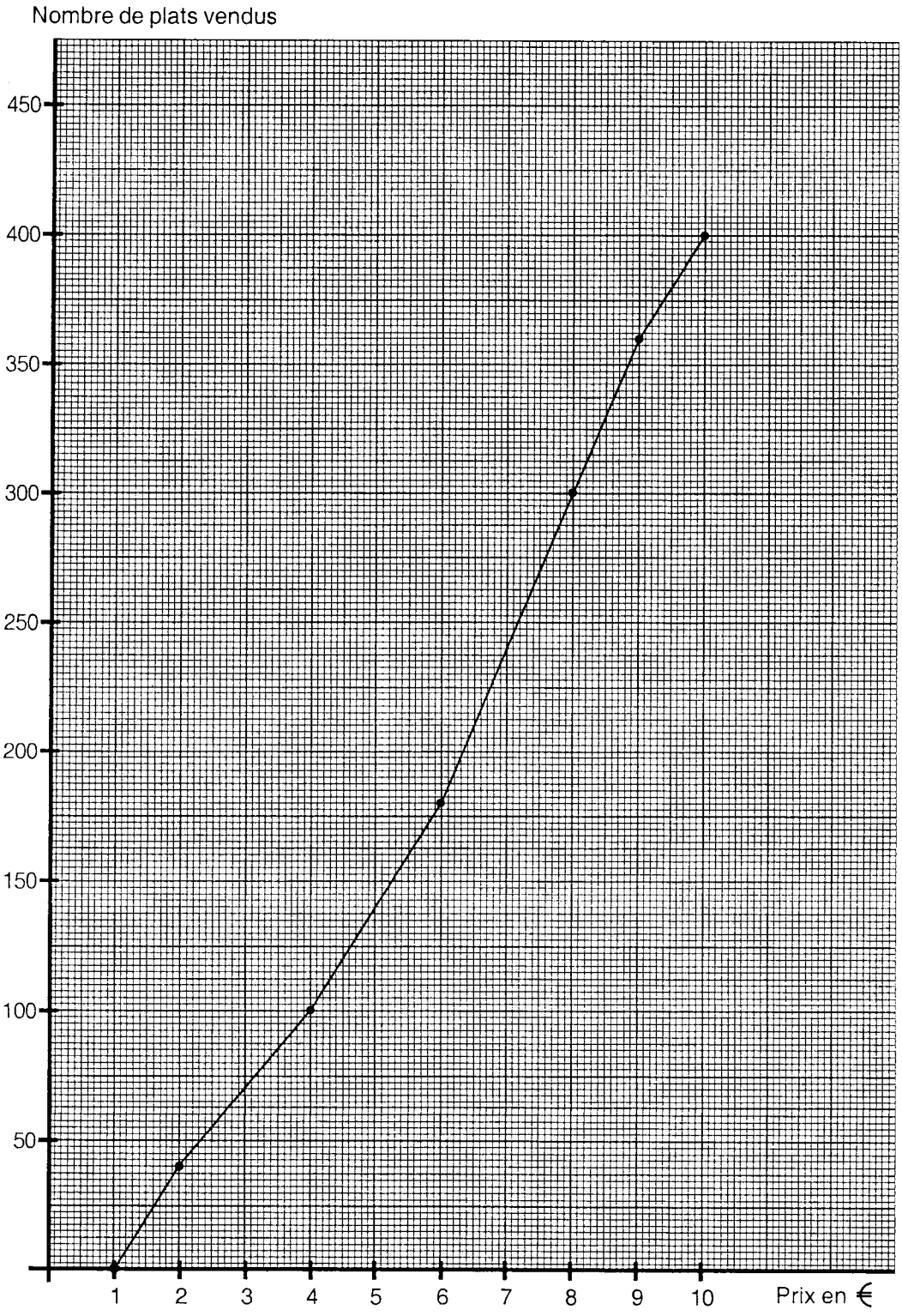
C.S.P.	Ouvriers	Employés	Cadres moyens	Cadres supérieurs, professions libérales	Inactifs (retraités, enfants)
Dépenses annuelles par personne					
Dépenses totales					

Marché potentiel = ...

Ne rien écrire *dans la partie barrée*

ANNEXE 3A (À rendre avec la copie)

VENTE DE PLATS PRÉPARÉS DE LA SEMAINE



ANNEXE 3B (À rendre avec la copie)

TABLEAU STATISTIQUE

PRIX (€)	Nombre de produits vendus	Effectifs cumulés croissants	Fréquence en % du nombre de produits vendus	Effectifs cumulés décroissants
[1 ; 2[	40			400
[2 ; 4[	60			360
[4 ; 6[				300
[6 ; 8[				220
[8 ; 9[				100
[9 ; 10[				40
	400			

ANNEXE 3C (À rendre avec la copie)

COORDONNÉES DU POINT D'INTERSECTION I

- Nombre de plats cumulés : .....
- Prix du plat : .....

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.