

**Examen de passage
Cours Du Jours
Année 2011- 2012**

Filière : Technicien Spécialisé en Gestion d'Entreprise

Épreuve : Synthèse 2

Niveau : TS

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Document(s) et Matériel(s) autorisés :

Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome

Document(s) et Matériel(s) strictement interdits :

L'usage des téléphones portables

L'utilisation des feuilles de brouillon personnelles ou non cachetées

Conseils pour la réussite de votre examen :

- Inscrivez votre identification complète sur chaque feuille d'examen
- Reproduisez le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse
- Commencez vos réponses à partir de la deuxième page
- Procédez à la pagination des pages des copies de réponse
- Recopiez le N° du dossier pour chacune des réponses correspondantes
- Assurez-vous d'avoir reçu la totalité des pages de l'épreuve .
- **NB : Les deux parties : Théorie et Pratique sont à traiter obligatoirement pour éviter la note éliminatoire.**

<i>Epreuve</i>	<i>Dossier</i>	<i>Note par Dossier</i>
Partie 1	Dossier 1 : Marketing et connaissance d'E/se	/ 40
TOTAL PARTIE 1		/ 40 pts
Partie 2	Dossier 2 : Opérations courantes	/ 20
	Dossier 3 : Statistiques	/ 15
	Dossier 4 : Travaux de Fin d'Exercice	/ 30
	Dossier 5 : Traitement des salaires	/ 15
TOTAL PARTIE 2		/ 80 pts

Dossier 1 : (40 Pts)

La marque « La Prairie » est venue s'imposer dans un marché des corps gras jusqu'alors dominé par le beurre. Tout comme le sucre et l'huile, Ce produit de première nécessité, était jugé irremplaçable jusqu'au début des années 90. Aujourd'hui, « La Prairie » figure dans le top ten en notoriété spontanée des marques marocaines (d'après une enquête réalisée par Sigma Group en 2009).

Filiale du groupe El Eulj, Margafrigue s'est lancée en 1991 dans la margarine de table, après avoir commercialisé de la margarine pâtissière depuis la moitié des années 80.

Au départ, le message de « La Prairie » est adressé aux enfants. Ainsi, le nom du produit est écrit façon manuscrite et le dessin illustrant les boîtes ressemble à celui d'un enfant. Parce qu'au-delà de son innocence, un enfant influence les achats de ses parents, en l'occurrence très habitués au beurre. Une fois que ces derniers sont convaincus d'acheter le produit, il reste à les fidéliser en communiquant sur la **qualité** intrinsèque du produit. Telle était la tactique de La Prairie à ses débuts.

Par la suite, dans les années 2000, Margafrigue a vanté les mérites de « La Prairie » : l'hygiène, grâce à la pasteurisation et à un conditionnement hermétique, un prix raisonnable et un atout pour la santé (vitamines A, D et E). En effet, la margarine est issue de matière grasse végétale, tout en restant un produit aussi prédisposé à la tartine que le beurre. « La Prairie » ne pouvait qu'avoir du succès. L'arrivée des grandes et moyennes surfaces (GMS) sera un facteur porteur pour la consommation de la margarine. Que ce soit le **packaging** ou la composition, l'offre évolue. En 1991, « La Prairie » était disponible dans une barquette de couleur blanche de 250 g. Aujourd'hui, les couleurs sont plus lumineuses et la marque propose également le format 500 g. Le design suit les tendances. En 2007, c'est le produit Omega 3, destiné à faire baisser le taux de cholestérol, qui sera lancé. La version light a suivi en 2008. Deux **niches** qui se rapprochent de l'atout santé, nouvelle préoccupation des consommateurs. Aujourd'hui, l'équipe marketing ne vend plus seulement un emballage. Elle vend une marque. Et pour étoffer son offre, Margafrigue avait lancé, au milieu des années 1990, la marque « Vital », une margarine de table aux notes plus lactées, et légèrement salée. Ce qui permet aux deux marques du groupe d'atteindre 60% du marché de la margarine de table.

Quoi qu'il en soit, il faut également soutenir les efforts sur le plan de la **communication** pour augmenter les chances de succès. Margafrigue l'a bien compris et le premier spot pour « La Prairie » remonte au lancement de la marque. Avec une seule chaîne publique et donc peu de publicité, le **slogan** «Barraâni» (fais-moi plaisir) est rapidement assimilé par les téléspectateurs et l'expression fera mouche. Le lancement s'accompagne également d'affichage dans les supérettes où le produit est distribué. Puis, au fil des ans, les outils marketing et les supports se sont étoffés. Des promotions de grande ampleur sont menées. Sont également organisés des jeux-concours, à l'instar de ceux qui, aux premières années de **lancement** du produit, permettaient à des clients de gagner un appartement.

<http://tsge-tce-economie.blogspot.com/>

... TSGE & TCE & Sc.Eco. et Gestion ...

La marque occupe aussi tous les espaces médiatiques: télévision, presse écrite, radio. « La Prairie » a également sponsorisé, il y a quelques années, une émission culinaire ainsi que la joueuse de tennis, Bahia Mohtassine. Elle est régulièrement représentée dans différents salons, au Maroc et à l'étranger. Et parce qu'un producteur doit rester à l'affût des exigences du consommateur et se montrer réactif, des études de marché lourdes sont réalisées régulièrement afin d'évaluer les tendances. Elles diront ce que le consommateur veut. En attendant, chaque minute, ce sont 20 barquettes du produit célèbre qui trouvent preneur : 10,5 millions de boîtes par an.

Travail à faire :

- 1) Expliquer les termes soulignés (6 pts)
- 2) Procéder à une classification de « La Prairie » selon les critères suivants : la nature, la destination, la durée et le comportement d'achat. (4 pts)
- 3) Préciser la cible visée par « La Prairie » au départ. (3 pts)
- 4) Qu'est devenu le positionnement de « la Prairie » dans les années 2000 ? (3 pts)
- 5) Le texte parle d'études de marché :
 - a. exposer en quelques lignes l'intérêt des études de marché, (2 pts)
 - b. définir les types d'études de marché à effectuer sur le terrain. (2 pts)
- 6) Après définition de l'objectif publicitaire, présenter les différents types d'objectifs publicitaires à mettre en oeuvre. (4 pts)
- 7) Au moment du lancement de la marque « La Prairie », quel était son objectif publicitaire? Justifiez votre réponse. (4 pts)
- 8) Argumenter en quelques lignes la phrase suivante « Aujourd'hui, l'équipe marketing ne vend plus seulement un emballage. Elle vend une marque ». (4 pts)
- 9) « Le comportement d'achat est souvent motivé, ou freiné, par des forces psychologiques conscientes ou inconscientes ». Quels sont les mobiles et les freins qui orientent un tel comportement ? (4 pts)
- 10) Pour lancer un nouveau produit sur le marché, toute entreprise doit établir un plan de marchéage qui est en liaison directe avec la cible visée et le positionnement choisi, A cet effet, on vous demande de compléter le tableau suivant: (à reproduire sur votre feuille d'examen) (4 pts)

Types de plan	Actions à entreprendre
Produit	
Prix	
Distribution	
Communication	

<http://tsge-tce-economie.blogspot.com/>

:: TSGE & TCE & Sc.Eco. et Gestion ::

Dossier 2 : (20 Pts)**Cas 1 : (15 points)**

L'entreprise « **JAKADY** » société de négoce de vêtement pour enfant a effectué au cours du mois de décembre 2011, les opérations suivantes :

Le 02/12 : elle a reçu de son fournisseur « **OGDEN** » la facture n°234 : marchandise (HT) :75 000 Dh.TVA 20%, emballages consignés : 100 unités à 75 Dh (HT) l'une.

Le 06/12 : l'effet n°30 de 10 000 Dh remis à la banque pour encaissement est retourné impayé ; frais de retour 12,1 Dh.

Le 11/12 : l'E/se restitue à **OGDEN** 50 unités d'emballages au prix de consignation (avoir n°13).

Le 16/12 : le client **FATHI** avise « **JAKADY** » qu'il ne pourra pas payer la traite n°40 de : 12 500 Dh au 20 /12 / 2011. Et demande une avance de fonds.

Le 19/12 : l'entreprise avance 12 500 Dh par virement bancaire au client **FATHI** et tire un nouvel effet n° 51 au : 31/12/2011 ; compte tenu des intérêts de retard de 125 Dh et du timbre fiscal de 20 Dh.

Le 22/12 : **JAKADY** rend 40 unités à 62,5 Dh l'une et conserve définitivement le reste des emballages (TVA 20%) (avoir n°20)

Travail à faire :

Passer les écritures comptables nécessaires au journal de l'entreprise **JAKADY** (2 .5 pts par article)

Cas 2 : (5 points)

Au 31/12/2011, le compte « banque » tenu par l'entreprise « **JAKADY** » se présente comme suit :

date	Libellés	Débit	date	libellés	crédit
1/12	Solde à nouveau	10 625,00	04/12	Chèque n°2435	937,50
10/12	Versement d'espèces	4 287,50	05/12	Chèque n°2436	1 625,00
18/12	Remise traite pour encaissement	11 750,00	16/12	Chèque n°2437	2 250,00
24/12	Coupons sur titres	3 167,50	30/12	Chèque n°2438	3 750,00
			31/12	Solde débiteur	21 267,50
	TOTAL	29 830,00		TOTAL	29 830,00

Le relevé bancaire reçu par l'entreprise le 31/12/ 2011 se présente ainsi :

Date	Libellés	débit	crédit
01/12	A nouveau		10 625,00
05/12	Chèque n° 2435	937,50	
06/12	Chèque n°2436	1 625,00	
10/12	Versement d'espèces		4 287,50
17/12	Chèque n°2437	2 250,00	
20/12	Encaissement d'effets....(net) (1)		11 703,25
23/12	Coupons sur titres		3 167,50
31/12	Domiciliation traite	2 625,00	
31/12	Frais et commissions	176,00	
31/12	Solde créditeur	22 169,75	
	TOTAUX	29 783,25	29 783,25

(1) Commission : 46,75 TTC. TVA 10%

Travail à faire :

1. Présenter l'état de rapprochement au 31/12 2011 (3 points)
2. Passer au journal de l'entreprise les opérations nécessaires (2 points)

NB : Les opérations du relevé bancaire sont exactes

Dossier 3 : (15 Pts)

Soit la distribution statistique suivante qui donne le nombre d'entreprises industrielles dans la région **CHAOUIA-TADLA** selon les tranches du chiffre d'affaires réalisé :

Chiffre d'affaires (1000 Dh)	Ni
0 à 198	200
199 à 999	1 812
1000 à 1998	1 658
1999 à 3999	1 714
4000 à 9998	1 884
9999 à 19 999	1 420
20000 à 39 998	1 036
39 999 à 80 001	1 986
Total	11 710

Travail à Faire :

1. Relever le caractère statistique étudié, et préciser sa nature. (2pt)
2. Déterminer :
 - a- Le chiffre d'affaires modal. (2Pts)
 - b- Le chiffre d'affaires médian. (3Pts)
 - c- Le chiffre d'affaires moyen des entreprises industrielles opérant dans la région étudié (2pts),
 - d- Commenter les résultats obtenus (3Pt).
3. Quelle est la différence entre la moyenne et l'étendue d'une série statistique ? (3 Pts)

Dossier 4 : (30 Pts)

L'entreprise VETRIK a été créée le 1/1/N. Les soldes de sa balance avant inventaire au 31/12/N+2 se présente de la manière suivante : (chiffres en Dh)

Postes	SD	SC
Capital		672 000
Réserves		104 400
Provisions pour risques		16 800
Emprunt auprès des établissements de crédit		144 000
Frais préliminaires	12 480	
Constructions	153 600	
Installations techniques, matériels et outillages	556 800	
Matériel de transport	140 640	
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	57 600	
Amortissements des frais préliminaires		4 992
Amortissements des constructions		15 360
Amortissements et installations techniques, matériels et outillages		119 040
Amortissements du matériel de transport		70 320
Amortissements du mobilier, matériel du bureau et aménagements divers		17 280
Stock de matières premières	98 116,8	
Stock d'emballages récupérables non identifiables	11 227,2	
Stock de produits finis	149 786,4	
Fournisseurs, créances pour emballages à rendre	3 408	
Clients	253 395,6	
Clients douteux	9 072	
Titres et valeurs de placements	9 672	
Provisions pour dépréciation du stock de produits finis		3 153,6
Provisions pour dépréciation des comptes clients		4 080
Provisions pour dépréciation des TVP		1 396,8
Fournisseurs		180 338,4
Clients, dettes pour emballages consignés		8 925,6
Etat, TVA due		36 898,8
Banque	81 854,4	
Caisse	7 060,8	
Achats de matières premières	1 631 076	
Achats d'emballages récupérables non identifiables	76 072,8	
Achats non stockés de matières et fournitures	9 768	
RRRO sur achats de matières premières		27 904,8
Locations	119 890,8	
Entretiens et réparations	81 512,4	
Primes d'assurance	49 200	
Rémunérations d'intermédiaires et honoraires	84 816	
Transport	162 600	
Frais postaux et frais de télécommunications	7 068	
Services bancaires	4 644	
Impôts, taxes et versements assimilés	226 444,8	
Rémunération du personnel	642 960	
Charges sociales	321 789,6	
Intérêts des emprunts et des dettes	31 821,6	
Escomptes accordés	1 845,6	
Autres charges non courantes des exer. antérieurs	16 680	
Ventes de biens produits au Maroc		3 579 676,8
RRRA par l'entreprise	36 868,8	
Revenus des titres et valeurs de placements		763,2
Escomptes obtenus		4 699,2
Produits de cession des immobilisations		37 742,4
TOTAL	5 049 771,6	5 049 771,6

Les données d'inventaire sont les suivantes:

- 1- Au 1^{er} janvier N, le compte « installations techniques, matériels et outillage industriel » comprenait 2 machines :
- Machine A : dont la valeur d'origine H.T est de 187 200 Dh
 - Machine B : dont la valeur d'origine H.T est de 110 400 Dh

Le 30/06/N+2, la machine B a été vendue au prix de 37 742,4 Dh, la TVA à reverser sur la cession est supportée par l'entreprise. Le comptable a passé l'écriture suivante le jour de la cession :

Banque	37 742,4	
Produit de cession des immobilisations		37 742,4

Le 1/7/N+2, l'entreprise a acquis une machine C pour une valeur de 259 200 Dh (H.T), Cette opération a été régulièrement comptabilisée.

Toutes les immobilisations ont été acquises à la création de l'entreprise, elles sont amorties selon le système linéaire.

- 2- La provision pour risques de 16 800 Dh, créée à la fin de l'exercice précédent, devrait couvrir les frais d'un procès à l'issue incertaine. L'entreprise a été condamnée à verser la somme de 6 480 Dh. Lors du règlement, cette somme a été inscrite au débit du compte « Rémunération d'intermédiaires et honoraires ».

3- Situation des créances douteuses :

a- Créances douteuses de l'exercice N+1 :

Nom	Montant de la créance TTC	Provision au 31/12/N+1	Sommes TTC encaissées en N+2	Observations
A'	4 608	1 920	1 872	Solde irrécouvrable
B'	6 912	2 160	576	Porter la provision à 60% du reste

b- Créances douteuses de l'exercice N+2 :

Nom	Créance TTC	Provision à constituer
C'	4 665,6	25%
D'	5 644,8	20%
E'	5 760,0	30%

- 4- On possède les renseignements suivants sur les actions :

Nature du titre	Prix d'achat unitaire HT	Cours moyen de décembre N+2
20 actions : A	180,0	230,4
8 actions : B	274,8	246,0
6 actions : C	645,6	331,2

La provision existante concerne les actions A.

- 5- L'entreprise a contracté le 29 Mars N+1 un emprunt de 168 000 Dh remboursable en 7 ans par fractions de 24 000 Dh à échéance du 1^{er} Avril. Le premier remboursement a eu lieu le 1^{er} Avril N+2. Le montant des intérêts au taux de 10% se calcule chaque année sur le capital restant dû. Il est versé à la même date d'échéance que la fraction remboursée de l'emprunt ;
- 6- La prime d'assurance du matériel de transport : 15 840 Dh payée le 30 Octobre N+2 concerne la période allant du 1^{er} septembre N+2 au 31 Octobre N+3 ;
- 7- Il reste en fin d'exercice 3 384 Dh de fournitures de bureau (non stockables) ;

<http://tsge-tce-economie.blogspot.com/>

... TSGE & TCE & Sc.Eco. et Gestion ...

8- Les charges restant à payer comprennent :

- Les redevances téléphoniques de novembre et de décembre : 1 560 Dh ;
- La consommation d'électricité de décembre : 1 200 Dh

9- Le 27 décembre N+2, une facture d'achat de matières de 3 427,2 Dh (dont 571,2 Dh de TVA) a été comptabilisée. La livraison n'a pas été effectuée avant la fin de l'exercice.

10- Un fournisseur doit accorder à l'entreprise une remise de 1 180,80 Dh (TTC).

11- L'inventaire des stocks comporte :

- Des matières premières pour une valeur de 117 907,2 Dh. L'état d'un lot justifie la constitution d'une provision de 2 023,2 Dh;
- Des produits finis pour 203 071,2 Dh
- Des emballages récupérables non identifiables (appartenant à l'E/se) pour 12 892,8 Dh.

Travail à Faire :

Passer au journal les écritures de régularisation nécessaires au 31/12/N+2 relatives aux :

- a) Amortissements, (9 points)
- b) Provisions, (8 points)
- c) TVP, (2 points)
- d) Stocks, (4 points)
- e) Régularisations des charges et produits. (7 points)

**** Tous les calculs justificatifs doivent figurer sur la copie****

Dossier 5 : (15 Pts)

Monsieur **Mohamed DAHIR** est un cadre en Gestion des Ressources humaines à la société **Mon Avenir**, immatriculé sous le n°160943872, vous demande de calculer l'I/R retenu sur son salaire et les cotisations qui sont opérées au titre du mois de mai 2012 suivant les informations ci-dessous :

Elément de rémunération	Montant en Dh
Salaire horaire	80 Dh
Heures normales effectuées	191 Heures
Heures supplémentaires effectuées pendant les jours ouvrables	10 Heures entre 21 heures et 6 heures
Heures supplémentaires pendant les jours fériés	8 Heures entre 21 heures et 6 heures
Ancienneté	Date d'embauche 14/05/1994
Situation matrimoniale	Célibataire
Prime de rendement	1000 Dh
Frais de déplacement non justifiés	600 Dh
Avance	700 Dh

La société Féérique Blanca est adhérente à :

- La CNSS et AMO au taux en vigueur ;
- L'assurance groupe 5% (base de calcul de l'AMO) dont 3% à la charge de l'entreprise.
- La base de calcul de l'AMO et de l'assurance groupe est le SBI.

Travail à Faire :

- 1- Déterminer l'I/R Net (4 Pts).
- 2- Présenter le bulletin de paie de M. DAHIR (8 Pts).
- 3- Enregistrer le bulletin de paie (3 points).

Barème mensuel d'IR de 2010

Tranche du barème		Taux en %	Abattement
DE	A		
2 500,08	4166,67	10 %	250,00
4 166,75	5000	20 %	666,673
5 000,01	6 666,67	30 %	1 166,673
6 666,75	15 000,00	34 %	1 433,334
15 000,01	999 999,99	38 %	2 033,334