

Office de la Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail

Direction de la Recherche et de l'Ingénierie de la Formation

Examen de Fin de Formation – Session juin 2011

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures.

Epreuve : Synthèse 2

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 remis au candidat :

L'examen comporte deux parties, composée chacune de plusieurs dossiers indépendants.

Conseils pour la réussite de votre examen :

- Procéder à la pagination des pages des copies de réponse
- Commencer vos réponses à partir de la deuxième page
- Mettre les parties 1 et 2 sur 2 feuilles séparées portant votre identification complète
- Reproduire le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse :

Epreuve	Dossier	Note Dossier
Partie 1	D1 : Stratégie commerciale Techniques juridiques	/20
	D2 : Management relation client E-Commerce	/20
TOTAL PARTIE 1		/40
Partie 2	D3 : Management de la force de vente Environnement international	/20
	D4 : Douane (Incoterms) Paiement à l'international	/20
	D5 : Comptabilité analytique	/20
	D6 : Douane et transit	/20
TOTAL PARTIE 2		/80

L'entreprise AM ANOUZE fabrique une gamme d'outillage à main. Ses produits ont d'abord été distribués par le commerce traditionnel (drogueries, quincailleries) et ont véritablement atteint une diffusion nationale avec le développement des grandes surfaces spécialisées. L'étape suivante a été l'exportation en Europe mais aussi outre-Atlantique.

L'entreprise commercialise ses produits au Canada par le biais d'un importateur-grossiste, Davis, auquel elle envoie des produits en vrac et portant le nom «AMANOUE ». Cet intermédiaire les conditionne et appose sa marque sur l'emballage. Il approvisionne des magasins spécialisés dans l'équipement de la maison, ou dans les articles de bricolage.

Les ventes ont régulièrement progressé. Le potentiel du marché demeure important mais exige désormais un effort de communication élevé. Acceptant de prendre en charge 70 % du budget, AMANOUE exige que sa marque soit apposée sur les outils commercialisés au Canada. Le lancement d'une gamme de clés apparaît comme l'occasion de mettre en œuvre cette nouvelle politique commerciale.

DOSSIER N°1 : 20 points

1. A votre avis comment peut-on faire la distinction entre un commissionnaire et un courtier?...2pts
2. L'agent commercial de la société AMANOUE lui précise que sa forme de distribution est un « Piggy-back » (portage). On vous demande d'expliquer :2pts
 - a - Cette forme de distribution ?
 - b - Son mode de rémunération ?
3. AMANOUE est parfois confrontée à des litiges lors de ses transactions internationales, elle peut opter pour l'arbitrage. Expliquer ce mode de résolution de litige.....3pts
4. Pour mieux cerner le marché Canadien, la société AMANOUE vous informe des données suivantes :

ELEMENTS	2009	2010
Importations en milliers de Dh	300 000	450 000
Valeur ajoutée en milliers de Dh	320 000	- 20 000
Exportations en milliers de Dh	520 000	440 000
Production en milliers de Dh	3 000 000	5 000 000

- Calculer pour 2009 et 2010
 - a) les Consommations apparentes1pt
 - b) les taux de couverture1pt
 - c) les taux de pénétration1pt

5. La connaissance du macro environnement du Canada est fondamentale pour le diagnostic externe de AMANOUEZE. Citer les éléments importants à analyser pour chacun de ces environnements

- a) L'environnement sociodémographique2pts
- b) L'environnement juridique-politique2pts
- c) L'environnement technologique.....2pts

6. AMANOUEZE a appris l'entrée en vigueur en janvier 2011 d'une nouvelle version d'incoterms, elle vous demande d'expliquer :

- a) L'incoterm DAP.1pt
- b) Quels sont les anciens incoterms que DAP a remplacés ?.....1pt

7. La convention de Vienne est une référence pour AMANOUEZE lors de l'établissement de ses contrats à l'international. Donner le champ d'application géographique de cette convention...2pts

DOSSIER N°2 : 20 points

Chez AMANOUEZE, les commerciaux sont dotés d'une solution informatique qui les informe, en temps réel, de la moindre anomalie dans le comportement de leurs clients. « Par exemple, dès que la courbe du chiffre d'affaires d'un client diminue, le commercial en charge du compte est immédiatement alerté, illustre M.AZIZI, chef d'une zone commerciale. Il fait alors remonter l'information jusqu'à la Direction Commerciale afin que soit défini l'action à mettre en œuvre. De son côté, le Directeur Commercial conseille d'utiliser une méthode statistique permettant d'établir une probabilité de départ pour chaque client. Grâce à une analyse fine de la base de données, dans laquelle sont conservées les fiches des anciens clients, on peut identifier pourquoi tel ou tel acheteur a, un jour, décidé de ne pas renouveler son contrat, explique-t-il. Reste alors à rechercher la présence éventuelle de ces mêmes caractéristiques chez les clients actuels, afin d'adapter son traitement aux symptômes de chacun d'entre eux. Une méthode efficace, qui demeure néanmoins tributaire de la qualité de la base de données. Chaque contact avec le client doit faire l'objet d'un reporting complet, aussi bien de la part du commercial terrain que du service après-vente ou encore du service clientèle. Le moindre appel doit être noté et la plus petite insatisfaction, prise en compte car, cumulés, ces petits riens peuvent être à l'origine d'une rupture.

1. Pour quelles raisons les entreprises accordent-elles autant d'importance à la fidélisation de leurs clients ?4pts
2. Quels sont les différents signaux précédant le départ d'un client ?4pts
3. Quels sont les moyens de reconquérir les clients sur le départ ?4pts
4. AMANOUEZE pense établir un système de carte de fidélité.
 - Quelles sont les spécificités de ce système. ?2pts
 - Quelle sont les avantages que peut procurer cette carte de fidélité aux clients d'AMANOUEZE.....2pts
5. Dans le but d'améliorer sa productivité, AMANOUEZE se lance dans le commerce électronique. Pour encourager sa décision il vous est demandé d'identifier les avantages du e-commerce.....4pts

DOSSIER N°3 : 20 points

1- Quelles actions suggérez-vous au niveau de l'importateur, des distributeurs et aussi des consommateurs pour soutenir le lancement de ce nouveau produit ?2pts

2-La société AMANOUE a réalisé une enquête concernant le lancement d'un nouveau produit sur le marché.

Prix proposés en Dh	20	22	30	45	50	55	60	65
Réponses prix	0	0	32	40	64	100	144	20
Réponses qualité	80	172	76	44	28	0	0	0

a) Quelles sont les questions que l'on doit insérer dans le questionnaire pour le prix psychologique ?2pts

b) On vous demande de calculer le prix psychologique ?4pts

c) Sachant que la population mère est constituée de 360 000 personnes dont 25% ne consomment pas ces produits, Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel ? ..2pts

3-Pour sa nouvelle politique commerciale, AMANOUE pense recruter de nouveaux commerciaux en passant par la méthode de recrutement externe. Expliquer les démarches auxquelles elle peut avoir recours.....4pts

4-L'entreprise AMANOUE désire bénéficier des prestations de l'ASMEX lors de ses éventuelles prospections, préciser le rôle de l'ASMEX?.....2pts

5- La société AMANOUE vous demande de travailler sur l'annexe ci dessous :
Sachant que :

- 10% des clients représentent 60% du chiffre d'affaires global 60+30
- 40% des clients représentent 30% du chiffre d'affaires global
- 50% des clients représentent 10% du chiffre d'affaires global 60+30+10

Clients	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Ventes en 1000 de Dh	1150	1020	4500	15750	470	1550	23850	3900	830	450
	7	10	4	2	10	6	1	5	12	20
Suite du tableau										
Clients	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
Ventes en 1000 de Dh	760	680	1050	910	690	710	570	1040	550	5570
	13	16	8	11	15	14	17	9	18	3

Veuillez classer les informations concernant les 20 clients selon la méthode ABC, 4pts

DOSSIER N°4 : 20 points

Vous avez à organiser une exportation depuis CASABLANCA vers la FRANCE (port de Marseille puis vers Paris) concernant la vente de 60 000 produits au client Jean Luc:

- Poids net de la marchandise: 150 tonnes ; *150 000 kg*
- Emballages en 600 caisses en bois ;
- Coût et dimensions d'une caisse de bois de 1 x 0,6 x 0,5 m est 150 Dh ; *150 x 600 = 90 000*
- Masse de la caisse vide (tare) : 20 kg ; *12 000*
- Valeur de la marchandise : 3 650 000 Dh.
- Transport usine-port de Casablanca : 2 500 Dh
- Tarif maritime à l'unité payante (UP) 360 Dh ;
- BAF (Bunker Adjustment Factor): 2% ;
- CAF (Currency Adjustment Factor) : 1,5%
- Frais de chargement à bord : 3 Dh par tranche de 100 kg ;
- Déchargement : 4 Dh les 100 kg ; *4800 DH*
- Post-acheminement vers Paris : 950 € ;
- Assurance : 0,2% de la valeur CIF majorée de 10%.
- TVA de 19,6%
- Dédouanement export : 560 Dh
- Dédouanement import 10,5% du CIF
- 1 € = 11,20 Dh
- Pour tout calcul, prendre deux chiffres après la virgule sans arrondir.

1. Calculer le coût global de cette exportation en faisant apparaître les valeurs suivantes : FOB ; CIF et DDP. Déduire le coût unitaire de chaque produit ? (2 + 2 + 4pts)
2. Déterminer les obligations de l'acheteur pour ces 3 incoterms. 3pts
3. Expliquer à M. AMANOUEZ pourquoi, les exportations sont effectuées hors taxes alors que les importations sont TTC? *éliminer la double taxation* 2pts
4. L'importateur parisien Jean Luc vend chaque article aux détaillants en appliquant un taux de marque hors taxe de 40%. Les détaillants ajoutent 10% comme autres frais et appliquent un taux de marge sur coût de revient de 35% plus une TVA de 19,6% au consommateur final. Calculer le prix payé par le consommateur français : 4pts
5. AMANOUEZ traite avec Jean Luc depuis plusieurs années sans aucun incident. Dans ce genre de situation, quel pourrait être le mode de paiement le plus adéquat ? 3pts

DOSSIER N°5 : 20 points

M. AMANOUEZ souhaite réaliser une étude sur la rentabilité de son entreprise. Il vous communique le compte de produits et charges **Annexe 1** et les taux de répartition des charges **Annexe 2** :

1. Etablir le tableau de répartition des charges 4pts
2. Présenter le tableau différentiel faisant apparaître le détail des charges variables, la marge sur coût variable et le résultat. 6pts
3. Calculer le seuil de rentabilité et le point mort. 4pts

Une étude de marché a permis de faire apparaître qu'un doublement du chiffre d'affaires pourrait être atteint dès l'an prochain. Cependant on estime que pour accroître le chiffre d'affaires actuel, une modification des structures amenant un triplement des « frais fixes » est nécessaire. (Les produits financiers et le taux de marge sur coût variable restant inchangés)

4. Dans cette hypothèse, déterminer le résultat prévisionnel, le nouveau seuil de rentabilité et le nouveau point mort 6pts

Annexe 1: Le compte de produits et charges

Achats de matières premières	332 770	Ventes	1 316 410
Variations des stocks matières premières	80 960	Variations de stock des produits finis	-3 670
Achats de services extérieurs	40 210	Produits financiers	5 850
Autres services extérieurs	9 570		
Impôts et taxes	12 300		
Charges de personnel	657 900		
Amortissement d'exploitation	32 690		
Provisions d'exploitation	3 100		
Charges financières	13 200		
Résultat	135 890		
TOTAL	1 318 590		1 318 590

Annexe 2: Les taux de répartition des charges

Charges à répartir	Total	Frais fixe	Frais variables		
			de fabrication	Sur achat	Sur vente
Achats de services extérieurs	40 210	12 448	27 762	3 768	3 768
Autres services extérieurs	9 570	1914 20%		40%	40%
Impôts et taxes	12 300	4107 1/3		5060 1/6	6150 3/6
Charges de personnel	657 900	65790 10%	230265 35%	25%	30%
Amortissement et provisions	35 790	35790 100%		164445	197370
Charges financières	13 200	13200 100%			
TOTAL	766 870	133248	258027	410513	207367

NB: Les produits financiers sont fixes.

DOSSIER N°6: 20 points

Mr AMANOUZE vient de réaliser une importation de certaines matières premières dont l'extrait est le suivant:

- Valeur de la matière première: 40 000 \$
- Mise à FOB: 1 500 \$
- Fret maritime: 6 800 \$
- Assurance: 850 \$
- Aconage: 400 Dh
- Post acheminement: 4 500 Dh
- Droit de douane: 17,5%
- TVA/20%
- Taxe parafiscale: 0,5%
- 1 \$ = 8,56 Dh

1. Déterminer la valeur déclarée en douane,4pts
2. Calculer les droits de douane exigibles,4pts
3. Déduire le coût de cette importation,4pts
4. Préciser la différence entre un crédit d'enlèvement et une obligation cautionnée?4pts
5. L'entreprise AMANOUZE doit remplir la DUM lors de cette importation, expliquer l'utilité de ce document? Citer les différentes parties à renseigner.....4pts

Examen de Fin de Formation – Session juin 2011

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures.

Epreuve : Synthèse 1

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 remis au candidat :

L'examen comporte deux parties, composée chacune de plusieurs dossiers indépendants.

Conseils pour la réussite de votre examen :

- Procéder à la pagination des pages des copies de réponse
- Commencer vos réponses à partir de la deuxième page
- Mettre les parties 1 & 2 sur 2 feuilles séparées portant votre identification complète
- Reproduire le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse :

Epreuve	Dossier	Vote Dossier
Partie 1	D1 : Stratégie commerciale	/20
	Techniques juridiques	
	D2 : Management relation client	/20
	E-Commerce	
	TOTAL PARTIE 1	/40
Partie 2	D3 : Management de la force de vente	/20
	Environnement international	
	D4 : Douane (Incoterms)	/20
	Paiement à l'international	
	D5 : Comptabilité analytique	/20
	D6 : Douane et transit	/20
	TOTAL PARTIE 2	/80

L'entreprise BIOSHAMP a été créée dans les années 2000 pour commercialiser une nouvelle gamme de shampoings destinés à remédier aux problèmes des cheveux. L'efficacité de la méthode assure un rapide succès. Les ventes se développent au Maroc et surtout à l'étranger avec une forte implantation en Arabie Saoudite et au Qatar. L'entreprise devient, en 2004, leader mondial dans son domaine et obtient 75 % de son chiffre d'affaires sur les marchés extérieurs.

Les responsables de BIOSHAMP sont toutefois conscients de la fragilité de cette croissance. En effet, l'adoption d'une stratégie de niche a pour conséquence la réalisation du chiffre d'affaires sur un seul domaine d'activité stratégique (DAS). En d'autres termes, l'étroitesse de ce marché ne permettra plus une progression aussi élevée des ventes dans les prochaines années et engendre des risques importants pour la pérennité de l'entreprise.

De ce fait, un ambitieux programme de recherche a été décidé afin de développer de nouveaux produits pour élargir le champ d'activité notamment dans le domaine des soins de cheveux. Des accords commerciaux ont été conclus avec des entreprises innovatrices qui ont conçu de nouveaux produits mais ne disposent ni des ressources suffisantes, ni d'une structure commerciale pour passer au stade de leur commercialisation.

Ces orientations requièrent une réorganisation et une redéfinition des compétences. Il s'avère nécessaire de créer deux filiales de commercialisation, l'une en Arabie Saoudite et l'autre au Qatar, d'embaucher des chefs de produits et de revoir l'organisation opérationnelle par zones.

DOSSIER N°1 : 20 points

1. Pour mieux cerner le marché Saoudien, la société BIOSHAMP vous informe des données suivantes:

ELEMENTS	2009	2010
Importations en milliers de Dh	200 000	350 000
Valeur ajoutée en milliers de Dh	120 000	- 10 000
Exportations en milliers de Dh	320 000	340 000
Production en milliers de Dh	1 000 000	1 150 000

- Calculer pour 2009 et 2010

- a) les taux de couverture1pt
- b) les Consommations apparentes1pt
- c) les taux de pénétration1pt

2. La connaissance du macro environnement de l'Arabie Saoudite est fondamentale pour le diagnostic externe de BIOSHAMP, le responsable hiérarchique vous demande d'identifier les éléments importants à analyser pour chacun de ces environnements:

- a. Environnement socioculturel *Culture, religion, langue, p. 1h* 2 pts
- b. Environnement économique *p. 1h* 2 pts
- c. Environnement international *Régulation du pays, p. 1h* 2 pts

3. BIOSHAMP est parfois confrontée à des litiges lors de ses transactions internationales. Quelles sont les principales clauses à respecter lors de la rédaction du contrat pour prévenir ces litiges et ménager un moyen de preuve.....3pts

4. La complexité du droit international pose parfois le problème de reconnaissance des décisions des tribunaux étatiques d'un pays par un autre pour exécution. Comment appelle-t-on ce principe de reconnaissance de décisions ?.....1pt

5. Donner la signification des éléments suivants auxquels recourt BIOSHAMP lors de la rédaction de ses contrats de vente à l'international

- a) La conformité matérielle.....2pts
- b) La conformité juridique..... 2pts
- c) La garantie.....1pt

6. BIOSHAMP a appris l'entrée en vigueur en janvier 2011 d'une nouvelle version d'incoterms, elle vous demande d'expliquer :

- L'incoterm DAT.....1pt
- Quel est l'ancien incoterm que le DAT a remplacé ?.....1pt

DOSSIER N°2 : 20 points

Comment BIOSHAMP peut-elle vérifier que ses produits atteignent un nouveau marché ? Avant d'élaborer une stratégie, les professionnels du marketing doivent réunir le maximum d'information sur les besoins et les opinions des individus qui constituent le marché cible. Ce n'est qu'après avoir compris le comportement des consommateurs qu'ils peuvent savoir pourquoi et comment les individus prennent une décision d'achat.

Quand BIOSHAMP, dont les résultats sur le marché étaient déjà spectaculaires, décida de pénétrer sur le marché saoudien des cosmétiques, il lui fallait d'abord chercher à satisfaire les besoins particuliers des consommateurs saoudiens. Si la société avait bien conscience de la supériorité de son produit, elle savait également que le marché saoudien est bien différent du marché marocain. Au départ, les responsables de BIOSHAMP ne connaissaient pas bien le comportement des consommateurs saoudiens, mais ils savaient que, si leur approche du marché saoudien était mauvaise, ils échoueraient dans leur conquête d'une part de marché important.

- 1. Comment la société BIOSHAMP peut-elle procéder pour une véritable connaissance de ses clients ?4pts
- 2. Selon vous, quelle serait la stratégie de relation client à mettre en place par la société BIOSHAMP? Présenter un exemple.....4pts
- 3. Comment peut-elle éviter les réclamations de ses clients et maximiser leur taux de fidélisation. Présenter au moins deux actions possibles de la société BIOSHAMP pour augmenter le taux de fidélisation ? *Success story, visite mystère*.....4pt
- 4. BIOSHAMP pense à établir un site marchand. Quelles sont les spécificités de ce site par rapport à un marché classique.....
- 5. Quelles sont les avantages que peut procurer ce site de BIOSHAMP pour ses clients.....

DOSSIER N°3 : 20 points

1) BIOSHAMP vous demande de lui préciser les notions ci-dessous :

- a) les rôles des chefs de produits, *assurer la promotion des marques et des ventes* 2pts
 b) les rôles des chefs de zones, *appliquer la politique de vente et analyser le marché* 2pts
 c) la notion de filiale de commercialisation, *etub. linéaire autonome* 2pts
 d) À quelle direction seront rattachées les filiales-. Justifiez votre choix. 2pts

2) lors d'une étude de marché effectuée en Mars 2011, on retient les informations suivantes :

Entreprises	Quantités vendues en 1000	Chiffre d'affaires en 1000
SUNSILK	4 370 <i>27.48</i>	5 200 <i>24.20</i>
BIOSHAMP	1 280 <i>8.05</i>	2 980 <i>13.87</i>
ELSEVE	4 050 <i>25.47</i>	5 800 <i>27</i>
AUTRES (10 entreprises)	6 200 <i>38.99</i>	7 500 <i>34.9</i>
Total	15 900	21 480

- a) Calculer les parts de marché des entreprises suivantes en volumes et en valeurs, 2pts
 b) Quelles sont vos conclusions ? 2pts

3) Une enquête réalisée auprès de 200 personnes concernant le lancement d'un nouveau shampoing a donné les résultats suivants :

Prix proposés en Dh	53	55	58	60	<u>63</u>	65	68	70	73
Qualité insuffisante	2	10	20	48	40	60	16	4	0
Prix trop cher	0	0	10	14	30	44	70	26	6

Sachant que : la population mère est constituée de 2 500 000 personnes dont 35% consomment ce type de produit une fois par mois,

- a) Calculer le prix psychologique? 4pts
 b) Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel mensuel ? 2pts
 4) L'entreprise BIOSHAMP désire bénéficier des prestations de la SMAEX lors de ses éventuelles projections. Préciser le rôle de la SMAEX? 2pts

DOSSIER N°4 : 20 points

Le bureau d'études a défini le modèle adapté aux exigences d'un client potentiel et le service comptable a estimé le Prix de vente unitaire du shampoing : 75 Dh.

Vous avez contacté la société EMBALLAGE MODERNE pour qu'elle détermine l'emballage certifié et adapté à cette expédition (Annexe 1), et le transitaire BEN JALIL afin d'obtenir les informations relatives à l'acheminement de cette expédition (Annexe 2).

- 1) Quelle sécurité est apportée à l'entreprise BIOSHAMP en ayant recours à EMBALLAGE MODERNE pour l'emballage de ses produits ? Existe-t-il une autre solution ? 3pts
 2) Vu les circonstances politico-économiques que connaît le monde arabe actuellement, quel mode de paiement allez-vous conseiller à BIOSHAMP vis-à-vis de ses nouveaux clients ? 3pts
 3) Lors de la rédaction du contrat de vente, BIOSHAMP a introduit la clause de réserve de propriété, expliquez, l'utilité de cette clause ? 3pts
 4) L'offre de BIOSHAMP est caractérisée par la détermination des prix EXW, FOB et CIF. Déterminer les obligations du vendeur pour les trois prix. 3pts
 5) Déterminer le prix d'offre que vous proposerez à ce client en faisant apparaître les incoterms suivants : EXW, FOB et CIF. (2 pts+ 2 pts+ 4 pts)

Annexe 1 : Extraits du fax de la société EMBALLAGE MODERNE

Emballage pour 16 000 shampoings transportés par voie maritime jusqu'en Arabie Saoudite:

- Une caisse en bois de dimensions = 1,2 m sur la longueur, 0,9 m sur la largeur, 0,96 m sur la hauteur,
- poids d'une caisse en bois: 10 kilogrammes,
- prix unitaire d'une caisse en bois : 450 Dh,
- shampoings emballés dans des caisses en carton de 0,29 m de longueur, 0,17 m de largeur, 0,19 m de hauteur et chaque carton contient 16 produits (ne pas tenir compte du poids du carton car négligeable)
- nombre de caisses en carton : 100 caisses,
- nombre de caisses en bois : 10 caisses
- poids net du produit 250 grammes, (soit 0,25 kg)
- transport de l'emballage de EMBALLAGE MODERNE à BIOSHAMP à : 700 Dh

Annexe 2 : Extraits du fax du transitaire BEN JALIL

Proposition pour transport Casablanca vers le port de Tanger puis vers l'Arabie Saoudite :

- 16 000 shampoings emballés dans 10 caisses bois :
- camionnage de Casablanca vers Tanger : 4 200 Dh
- mise à FOB : 4 500 Dh
- fret maritime 1 200 Dh l'UP
- BAF (Bunker Adjustment Factor) + 2 %
- CAF (Currency Adjustment Factor) + 3 %
- Assurance 6 000 Dh

DOSSIER N°5 : 20 points

La société BIOSHAM fabrique et vend deux produits : « A » et « B » à partir de la même matière première.

Pour le mois Mai 2011, les données sont les suivantes:

- Achats du mois: 13 000 kg à 1,55 Dh le kg,
- Production achevée : « A » 11 500 unités, « B » 1200 unités
- Ventes du mois: « A » 10 800 unités à 18 Dh l'une, « B » 1 600 unités à 48,5 Dh l'une
- Stocks au 1/5/2011:
 - Matière : 4 000 kg à 1,61 Dh le kg,
 - Produit fini « A » : 1 500 unités pour 14 135 Dh, « B » 900 unités pour 25 460 Dh
 - encours initial : atelier « 1 » 2 124 Dh, atelier « 2 » 1 060 Dh
- Main d'œuvre directe « MOD » : atelier « 1 » 1 180 heures à 130 Dh l'une, atelier « 2 » 310 heures à 130 Dh l'une

Tableau de répartition des charges indirectes se présente comme suit

Éléments	Entretien	Transport	Approvisionnement	Atelier N°1	Atelier N°2	Distribution
Totaux primaires	5550	3300	3700	21750	4390	11190
entretien	-	20%	10%	50%	10%	10%
transport	40%	-	20%	40%	20%	10%
Nature d'unité d'œuvre		-	Kg de matières achetées	Heure MOD	Heure MOD	100 Dh des ventes

Consommations de matières premières :

- Pour l'atelier « 1 » : 11 800 kg, pour l'atelier « 2 » 2 500 kg

Stocks au 31/5/2011

- Matière: 2 550 kg.

- Produit « A » : 2 100 unités, Produit fini « B » : 500 unités.

- Encours : atelier « 1 » 5 075 Dh, atelier « 2 » 903 Dh

1. Compléter le tableau de répartition des charges indirectes (tous les calculs doivent figurer sur la copie).7pts

2. Présenter, sous forme de tableaux:

a) Le coût d'achat des matières achetées.2pts

b) Le coût de production du produit A et B,3pts

c) Le coût de revient des produits A et B,3pts

d) Le résultat analytique du produit A et B.2pts

e) Faire apparaître tous les inventaires permanents,3pts

NB : Ne prendre que deux chiffres après la virgule sans arrondir les chiffres.

DOSSIER N°6 : 20 points

Pour la fabrication de ses produits, BIOSHAMP a importé des USA (Etats unies d'Amérique) 50000 produits destinés à la vente sur le marché local selon les conditions suivantes :

• Valeur facturée DEQ : 145 000\$ = DAT

• Frais de transport principal vers le port de Casablanca : 15000\$ → par fch

• Frais de transport du port vers l'usine, 6 500 Dh

• Droit de douane : 10%

• Taxes parafiscales: 0,25%

• TVA (taxe sur la valeur ajoutée) : 20%,

• 1\$ = 8,65 Dh

1. En cas de rejet de la valeur transactionnelle comme valeur en douane, quelles sont les méthodes de substitution à la détermination de la valeur en douane ?4pts

2. Déterminer les droits de douane à payer,4pts

3. Déduire le coût global de cette importation,3pts

4. Calculer le prix de vente lorsque BIOSHAMP applique un taux de marque de 35% au grossiste.3pts

5. Si le grossiste ajoute ses frais de transport 2 083,67dh et applique un taux de marge de 25% aux détaillants ; quel est le prix de vente unitaire du détaillant ?3pts

6. A quel prix le consommateur final va-t-il payer un produit sachant que le détaillant applique un taux de marge de 30%, TVA 20% ?3pts

141000 + 11000 + 6500 =

C G & DDP + de CB - TVA

1 - la méthode comparative - la méthode déductive

2 - de la valeur calculée - 2 des moyennes