

*Epreuve Ecrite*

**PRATIQUE PROFESSIONNELLE**

**Documents autorisés**

Table financière et calculatrice non programmable. Cette épreuve comporte 04 parties  
NB : Avant de commencer à traiter le sujet, vérifier qu'il comporte les pages 1 à 5

La société TCHAMOU est une société anonyme, filiale d'une firme Chinoise au capital de 150 000 000 FCFA. Elle est spécialisée dans le montage et la commercialisation des produits industriels. Elle a connue une croissance rapide grâce à la qualité de ses produits et aux démarches mercatiques menées auprès de la clientèle.

Depuis quelques années, la société TCHAMOU connaît un ralentissement de la croissance. La directrice générale de cette structure Mme KEBEMOU, peu attirée par des problèmes commerciaux, fait appel à votre expertise et vous confie les dossiers suivants :

- Analyse et prévision des ventes ;
- Financement des investissements ; Rentabilité et optimisation ;
- Politique commerciale ;
- Ventes sur les marchés étrangers

**Dossier 1 : Analyse et prévision des ventes.**

On vous communique en annexe 1 les chiffres d'affaires en francs courants du produit de la marque KUISTRUIMI réalisés par la société TCHAMOU en millions de francs ainsi que les indices de prix base 100 en 2001.

**Premier travail à faire : 20 pts**

- 1-1- Calculer et présenter dans un tableau les chiffres d'affaires en francs constants 2007 de la société TCHAMOU (arrondir aux millions de francs le plus proche avec comme année de référence 2007. 3pts NB : Arrondir les indices ajustés à l'unité la plus proche. 3pts
- 1-2- Représenter à l'aide d'un même graphique cartésien les chiffres d'affaires en francs courants et les chiffres d'affaires en francs constants puis commenter l'allure des courbes obtenues. 4pts  
A partir des chiffres d'affaires en francs constants, déterminer l'équation de la droite de tendance par la méthode de MAYER (double moyenne, la première sous-série aura quatre observations).
- 1-3- ) et reporter cette droite dans le graphique de la question 1-2. 5pts
- 1-4- Déterminer le chiffre d'affaires de la société TCHAMOU pour l'année 2014 en francs constants 2007 puis en francs courants sachant que l'indice de prix au détail sera de 230 en 2014 par rapport à l'année 2001. 4pts
- 1-5- A partir du chiffre d'affaires de 2013, déterminer en francs courants, le chiffre d'affaires de 2014 sachant que le coefficient d'élasticité de la demande par rapport au revenu est de 1,35 et que le pouvoir d'achat et la population auront augmenté respectivement de 10% et 7 % entre 2013 et 2014. 4pts

## PARTIE B : ORGANISATION D'UNE EXCURSION AU MOINDRE COÛT

Afin de fidéliser sa clientèle et de favoriser le développement des relations publiques avec ses différents partenaires, la société TCHAMOU organise une convention commerciale à KRIBI réunissant sa force de vente, l'équipe dirigeante de l'entreprise et certains membres de ces différents publics (290 personnes au total)

Pour organiser l'excursion en bateau prévue pour le dernier jour, vous avez contacté le seul loueur de bateau à KRIBI qui dispose de 13 bateaux de 02 modèles : 8 petits bateaux comportant 25 places à l'intérieur et 40 sur le pont et 05 sur le pont et 05 bateaux comportant 50 places à l'intérieur et 30 sur le pont. Les participants doivent pouvoir être transportés tous à l'intérieur du et tous sur le pont les prix de location des bateaux sont les suivants : 300 000 francs pour un petit bateau et 320 000 francs pour un grand.

**travail à faire : partie B 15 points**

2-6 Déterminer la solution la plus économique en ayant au préalable : **4pts**

- Défini les variables
- Ecrit la fonction économique
- Ecrit les contraintes
- Ressorti la forme canonique du programme

2-7 Trouver graphiquement et algébriquement les solutions en déterminant les demi plans solutions et la zone d'acceptabilité. **6pts**

2-8 Détermine graphiquement l'optimum et le rechercher en valeur entière. **4pts**

2-9 Conclure. **1pt**

### DOSSIER 3 : Politique Commerciale.

Le fabricant chinois vend également ses produits en Europe et aux USA. Une erreur technique dans la fabrication des produits électroménagers a créé des accidents dans ces continents et a eu pour conséquences, une détérioration de l'image du produit et de l'entreprise TCHAMOU. La directrice Générale souhaite lancer un nouveau produit dont les caractéristiques seront légèrement identiques au produit de la marque KUISTRUMI. Une étude de marché a été réalisée afin de peaufiner la politique commerciale.

**Troisième travail à faire : 30 pts**

#### A- Produit et prix 16pts

- 3-1. Après avoir définir le nouveau produit, énumérer les différents étapes du processus de lancement d'un nouveau produit. **4pts**
- 3-2. qu'elles sont les étapes d'une étude de marché (se servir du modèle de l'annexe 3 pour répondre à la question). **3pts**
- 3-3. Compléter l'annexe 4 relatif à la détermination du prix d'acceptabilité du nouveau produite en déduire ce prix. **5pts**
- 3-4. Indiquer 04 limites de cette méthode. **2pts**
- 3-5. Quels sont les éléments à prendre en compte tant sur le plan interne qu'externe lors de la fixation du prix ? **2pts**

#### B- Politique de communication 14 pts

L'entreprise souhaite accompagner le lancement de son nouveau produit par une vaste campagne de communication, elle souhaite donc connaître l'importance en termes d'audience de certains supports presse. L'annexe 05 donne les informations y relatives.

- 3-6. Identifier 03 objectifs de cette campagne publicitaire et énumérer les éléments d'une politique de publicité **3pts**
- 3-7. Donner 02 autres techniques de communication pouvant être utilisées lors de cette campagne. **2pt**
- 3-9. Combien de personnes lisent exclusivement : Cameroon Tribune, Mutation, Nouvelle expression. **3 pts**
- 3-10. Quelle est l'audience totale de l'ensemble de ces trois supports ? **3pts**
- 3-11. Quelle est l'audience utile de chacun de ces supports ? **3pts**

#### Dossier 04 : Vente sur les marchés étrangers.

La société **TCHAMOU** ayant mis au point son nouveau produit aimerait dans un premier temps conquérir le marché de la sous région.

#### Quatrième travail à faire : 10pts

- 4-1. Quelles sont les cinq étapes à l'exportation ? **3pts**
- 4-2. Quels sont les trois critères de choix d'un marché étranger ? **3pts**
- 4-3. donner quatre raisons qui poussent les entreprises à s'attaquer aux marchés étrangers **4pts**

**Annexe 1 :** Chiffres d'affaires du produit de la marque KUISTRUIMI réalisés par la société TCHAMOU en million de Francs et indice de prix au détail base 100 en 2001.

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires	300	382	405	555	609	650	7700
Indice de prix	120	140	160	170	200	220	230

#### Annexe 2 A : répartition des charges par nature en charges par fonction (en%)

Eléments	Montant	Production	Distribution	Administration
Charges externes	133 000 000	70	22	08
Impôts et taxes	47 000 000	35	55	10
Frais de personnels	168 000 000	82	09	09
Dot aux amortissements	260 000 000	67	18	15
Dot aux provisions	47 000 000	30	30	40
Charges financières	31 000 000	—	—	100

#### Annexe 2B : Ventilation des charges variables et charges de structure (%)

Fonctions	Charges variables	Charges de structure
Production	78	22
Distribution	70	30
administration	—	100

#### C) Autres informations : Montants en FCFA

- Chiffre d'affaires : 935 000 000
- Produits financiers : 12 000 000
- Achats des produits : 80 000 000
- Stock initial des produits : 40 000 000
- Stock final des produits : 5 000 000

**Annexe 3 : Modalité d'une étude de marché (inspirez vous de ce modèle)**

N°	Etapes	Opérations	documents
1			
Etc---			

**Annexe 04 : Statistiques issus du sondage relatif à la détermination du prix d'acceptabilité ( suivre l'exemple de ce modèle) .**

Prix	Réponses prix bas	Réponse prix élevés	% Fréquence		% fréquence cumul		(A)+(B)	Marché potentiel 100 - (A+b)
			Prix bas	Prix élevés	Prix bas (A)	Prix élevés (B)		
6 000		0		0		0	100	
9 000		0		0			80	
12 000				8		8	45	
15 000						18	36	
18 000				16		34	41	
21 000	0			25			59	
24 000	0			36		95	95	
27 000	0			5			100	
<b>Total</b>	500	500						

**Annexe 5 Informations concernant les journaux.**

Quotidiens	Tirage	Invendus	Nombre de lecteurs par n°
Cameroon Tribune	80 000	10 000	10
Mutation	54 000	4 000	8
Nouvelle Expression	43 000	3 000	8

**NB : 50% des lecteurs de ces supports appartiennent à la clientèle visée.**

Duplication des quotidiens

50 000 personnes pour les 03 journaux.

80 000 personnes pour Cameroon Tribune et Mutation.

100 000 personnes pour Cameroon Tribune et Nouvelle Expression

90 000 personnes pour Mutation et Nouvelle Expression.