

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

MINESEC/OBC

BACCALAUREAT STT

Spécialité : ACC

Durée : 5 Heures

Coefficient : 5

Session.....2017.....

Epreuve écrite

PRATIQUE PROFESSIONNELLE

DOCUMENTS AUTORISES

Table financière et calculatrice non programmable.

Cette épreuve comporte quatre parties

Avant de commencer à traiter cette épreuve, vérifier qu'il comporte les pages 1/8 à 8/8

Créée en 1997, la Société Industrielle des Produits de beauté (SIPB) est spécialisée dans la production et la commercialisation des produits de beauté.

La Société Industrielle des Produits de beauté (SIPB) avait mis au point au cours de ces quinze années d'existence huit produits. Il en reste seulement trois dans la gamme de l'entreprise à ce jour.

- Le shampoing VICOL ;
- La crème épilatoire EPICOL ;
- La lotion de pré rasage LAPRECOL.

Aujourd'hui, la SIPB fonctionne tant bien que mal et traverse une crise majeure. C'est la raison pour laquelle le promoteur de cette structure, qui vous a retenu comme stagiaire après l'obtention de votre baccalauréat ACC, vous confie pour étude les dossiers suivants

- Dossier I : Cycle de vie du produit et stratégie marketing
- Dossier II : Analyse et prévisions des ventes
- Dossier III : Elaboration des budgets
- Dossier IV : Participation au salon international de l'entreprise
- Dossier V : Conquête du marché international

DOSSIER I : CYCLE DE VIE DU PRODUIT ET STRATEGIE MARKETING 23 POINTS

Le responsable des ventes de la SIPB vous communique en annexe I les ventes réalisées par les trois produits de son portefeuille et en annexe II les charges d'exploitation du produit VICOL.

Premier travail à faire :

- 1.1 Définir les termes et expressions suivants : cycle de vie ; stratégie marketing ; portefeuille. **3 Points**
- 1.2 Calculer les parts des différents produits de la SIPB dans la réalisation du chiffre d'affaires de 2013 à 2015. **3 Points**
- 1.3 Déterminer les marges bénéficiaires du produit shampoing VICOL de 2001 à 2015. **7 Points**
- 1.4 Représenter dans un graphique orthonormé les ventes du produit shampoing VICOL ainsi que les marges bénéficiaires, puis, déterminer les différentes phases du cycle de vie du produit shampoing VICOL. **8 Points**
- 1.5 Indiquer quatre stratégies marketing à mettre en œuvre pour relancer les ventes du produit shampoing VICOL. **2 Points**

DOSSIER II ETUDE DU COEFFICIENT DE CORRELATION ET ESTIMATION DU NIVEAU DES VENTES 14 POINTS

Le responsable des ventes vous communique en annexe III l'évolution des ventes du produit EPICOL de 2009 à 2015 ainsi que les sommes consacrées au budget publicitaire.

Deuxième travail à faire :

- 2.1 Définir l'expression coefficient de corrélation. **2 Points**
- 2.2 Représenter graphiquement le nuage de points de l'évolution des ventes en fonction des sommes consacrées au budget publicitaire. Quelle conclusion peut-on en tirer ? **4 Points**
- 2.3 Déterminer le coefficient de corrélation linéaire entre les deux variables et interpréter le résultat obtenu. **4 Points**
- 2.4 A l'aide de la droite de régression y afférente, déterminer le niveau des ventes de 2016 si le budget publicitaire est évalué à 400 000 FCFA. **4 Points**

DOSSIER III ELABORATION DES BUDGETS 34 POINTS

SOUS-DOSSIER III-A : BUDGET DES VENTES 14 POINTS

A la suite d'une éventualité d'augmentation des prix, la SIPB a procédé à une étude de marché dans les dix régions du Cameroun afin de déterminer les quantités probables de vente de son produit LAPRECOL.

On vous communique en annexe IV un extrait des résultats de cette étude de marché.

Troisième travail à faire :

- 3.1-A : Présenter le tableau statistique en annexe V. **4 Points**

- 3.2-A : Calculer la quantité prévisionnelle moyenne des ventes. **4 Points**
- 3.3-A : Les ventes prévisionnelles étant supposées proportionnelles au nombre de personnes interrogées, présenter en annexe VI le budget des ventes par région après avoir retrouvé la taille de l'échantillon de la région de l'Extrême Nord. **6 Points**

SOUS-DOSSIER III-B : BUDGET DES INVESTISSEMENTS 20 POINTS

Dans le cadre de l'extension de ses activités, le directeur de la SIPB envisage l'achat en début janvier 2016 d'une nouvelle machine qui pourrait rapporter annuellement une recette brute supplémentaire de 20 000 000 FCFA.

Pour financer cette immobilisation d'une valeur de 12 000 000 FCFA HT, ce gérant envisage l'emprunt auprès de sa banque au taux d'intérêt annuel de 15% d'une somme représentant 80% du coût de l'investissement. Le reste proviendrait alors des fonds propres de la SIPB.

L'emprunt serait remboursé par amortissements constants pendant 4 ans, à compter du 1^{er} janvier 2017.

Cette machine devrait être amortie linéairement en 5 ans ; sa valeur résiduelle est supposée nulle.

Le taux de l'IS est de 33% tandis que le taux d'actualisation des flux nets de trésorerie est de 8% l'an.

Les charges annuelles de fonctionnement s'établissent de la manière suivante :

Années	2016	2017	2018	2019	2020
Charges de fonctionnement	500 000	500 000	600 000	600 000	700 000

Troisième travail à faire :

- 3.1-B : Présenter en annexe VII le tableau d'amortissement de l'emprunt. **5 Points**
- 3.2-B : Présenter en annexe VIII le tableau d'amortissement de l'immobilisation. **5 Points**
- 3.3-B : Présenter en annexe IX le tableau de flux net actualisé (arrondir les montants au Franc proche). **6 Points**
- 3.4-B : Calculer la valeur actuelle nette de ce projet. **2 Points**
- 3.5-B : Ce projet est-il rentable ? Dire pourquoi. **2 Points**

DOSSIER IV : PARTICIPATION AU SALON INTERNATIONAL DE L'ENTREPRISE 15 POINTS

En début décembre de l'année 2014, il a été organisé au palais des congrès de Yaoundé le quatrième salon internationale de l'entreprise.

Quelques mois avant cet événement, le directeur de la SIPB a reçu un prospectus venant de Monsieur Pierre ZUMBACH, promoteur dudit événement, l'invitant à participer comme exposant.

Compte tenu du coût relativement élevé de cet évènement, le directeur de la SIPB souhaite avant toute prise de décisions un éclairage de votre part.

Quatrième travail à faire :

4.1 Quelle différence faites vous entre un salon et une foire. **2 Points**

4.2 Citer cinq principales techniques de communication commerciales que vous connaissez. **2,5 Points**

4.3 Que lui conseillez –vous de faire pour une participation utile :

- Avant l'évènement ;
- Pendant l'évènement ;
- Après l'évènement. **6 Points**

4.4 Pour participer à PROMOTE 2014, la SIPB a retenu la solution d'une insertion publicitaire auprès d'OPTIMEDIA qui a été mandaté par Pierre ZUMBACH organisateur de PROMOTE pour commercialiser les espaces publicitaires de l'évènement. Compte tenu de l'objet de ce contrat, donner un

Nom technique aux structures suivantes :

- PROMOTE 2014 ;
- SIPB ;
- OPTIMEDIA. **4,5 Points**

DOSSIER V : CONQUETE DU MARCHÉ INTERNATIONAL 14 POINTS

Dans le cadre de PROMOTE 2014, le Directeur Général de la SIPB a reçu la visite d'un homme d'affaire français Monsieur Eric LOISEAU qui dirige une entreprise de produits de beauté solidement implantée sur le marché français. En outre, son entreprise dispose aussi d'une structure export très efficace qui lui permet également de conquérir le marché de l'union européenne.

Cinquième travail à faire :

5.1 En dehors de cette opportunité qui s'offre à la SIPB pour pénétrer le marché de l'Union Européen, citer quatre autres modes de présence sur les marchés étrangers pouvant Permettre à la SIPB de pénétrer le marché de l'Union Européenne. **2 Points**

5.2 Les négociations entre la SIPB et Monsieur Eric LOISEAU aboutissent à une première Commande de cinq tonnes de produits de beauté répartis dans deux containers de pieds pour un prix EXWORKS Douala de 3 000 000 FCFA. La SIPB sollicite l'expertise TRANSIMEX pour ce contrat.

5.2.1 Expliquer le fonctionnement de l'incoterm EXWORKS. **3 Points**

5.2.2 Expliquer le rôle d'un transitaire en commerce international. **3 Points**

5.2.3 Citer cinq clients probables de TRANSIMEX **3 Points**

5.2.4 Citer six documents que doit présenter la SIPB dans la réalisation de cette opération. **3 Points**

Annexe I : Les ventes réalisées par les trois produits de la SIPB

Années	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Produit							
Shampooing Vicol	17738200	19987100	22985200	28731300	38787200	52362800	65453500
Crème Epilatoire	-	-	-	-	-	-	-
Lotion prérassage Laprécol	-	-	-	-	-	-	-

Années	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produit							
Shampooing Vicol	81816900	98180200	112907300	90325800	99358400	69550900	55640700
Crème Epilatoire	1002700	1089000	1184800	1300000	1603800	1994000	2609000
Lotion Prérassage Laprécol	-	-	-	-	4400000	4504000	4702000

Annexe II : Evolution des charges d'exploitation du Shampooing VICOL de 2002 à 2015

Années	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Charges d'exploitation	18500000	20500000	23000000	28731300	37787200	50200000	56000000

Années	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Charges d'exploitation	65000000	66500000	74000000	79000000	85000000	61000000	50500000

Annexe III : Evolution des ventes du produit EPICOL de 2009 à 2015 ainsi que les sommes consacrées au budget publicitaire.

Années	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Budget publicitaire	102 000	110 000	115 000	130 000	150 000	160 000	210 000
Ventes	1002700	1089000	1184800	1300000	1603800	1994000	2609000

Annexe IV : Extrait des résultats de l'étude de marché

Prévisions de vente en quantité	0 à 500	500 à 1500	1500 à 2500	2500 à 3000	3000 à 4000	4000 à 5000	5000 à 5500	5500 à 6500
Nombre de clients potentiels	400	700	1700	1200	1700	2000	2000	300

Annexe IX : Tableau de calcul des flux nets actualisés

Eléments	Années				
Recettes Brutes					
Fonctionnement					
Amortissement					
Intérêt débiteur					
Recettes nettes avant impôt					
Impôt					
Recettes nettes après impôt					
Cash flow (recettes nettes après impôt+Amortissement)					
Remboursement emprunt					
Flux net de trésorerie non actualisé					
Coefficient d'actualisation	0,9259	0,8573	0,7938	0,7350	0,6805
Flux net de trésorerie actualisé					

Annexe v : Tableau Statistique (A RENDRE AVEC LA COPIE)

Prévisions de ventes en quantité		Nombre de personnes interrogées (ni)	niCi
Classes	Centre de classe (Ci)		

Annexe VI : Budget de ventes par région (A RENDRE AVEC LA COPIE)

Régions		AD	CE	EN	ES	LT	NO	NW	OU	SU	SW	Total
Echantillon	Taille											
	Proportion en %											
Ventes en quantité												

Annexe VII : Tableau d'amortissement de l'emprunt (A RENDRE AVEC LA COPIE)

Années	Valeurs à amortir	Intérêts	Amortissements	Annuités	Valeurs résiduelles

Annexe VIII : Tableau d'amortissement de l'immobilisation

Années	Valeur à amortir	Annuité d'amortissement	Cumul d'amortissement	VNC