

**ETUDE DE CAS****CAS BONRIZ**

L'entreprise BONRIZ a été créée en 2012 par un ancien stagiaire de votre école du nom de Bouba. Ce dernier a bénéficié d'un fonds d'aide à la jeunesse pour créer son entreprise qui est spécialisée dans la commercialisation de riz en sachet de 1 kg sur tout le territoire national.

Stagiaire dans cette entreprise, le premier responsable vous remet les dossiers ci-dessous à traiter

DOSSIER 1 : LE MARCHE DE RIZ

En 2016, le marché du riz est caractérisé par la présence de trois concurrents dont Bonriz (**Annexe 1**). Le marché théorique est de 3 000 000 000 F CFA.

Travail à faire :

- 1- Reproduisez et complétez le tableau en annexe 1.
- 2- Calculez le taux de saturation du marché.

DOSSIER 2 : LA POLITIQUE DE PRODUIT

Les produits de l'entreprise Bonriz sont vendus sous les marques suivantes, à savoir :

- « Topriz », apprécié par les célibataires car sa cuisson est rapide ;
- « Denicachia », destiné aux familles nombreuses ;
- « Le Grenier », riz de qualité, commercialisé en supermarché à un prix plus élevé

Tous les produits sont vendus dans un conditionnement en sachet plastiques et dans un emballage en carton. Le produit grenier est quant à lui vendu sous un label

Travail à faire :

- 1- Définissez les mots soulignés.
- 2- Quelle est la stratégie de marque adoptée par Bonriz et pourquoi ?
- 3- Donnez un avantage et inconvénient de cette stratégie.
- 4- Donnez deux avantages pour une entreprise à commercialiser ses produits sous un label.

DOSSIER 3 : POLITIQUE DE PRIX

L'entreprise Bonriz veut commercialiser une nouvelle variété de riz qui a la particularité de se conserver longtemps après la cuisson. L'entreprise Bonriz souhaite avoir une idée du prix auquel elle peut commercialiser son produit au consommateur. Elle vous soumet les résultats d'une enquête effectuée auprès des consommateurs (**ANNEXE 2**). Par ailleurs, pour la 1^{ère} année, elle décide de produire 50 000 sachets de 1 kg de ce type de riz.

Les informations relatives à la fabrication de ces 50 000 sachets de riz sont les suivantes :

- Charges fixes totales : 5 000 000 F
- Charges variables unitaire : 300 F

Taux de TVA 18 %.

Travail à faire :

- 1- Déterminez par le tableau le prix psychologique.
- 2- Calculez le chiffre d'affaires TTC pour les 50 000 sachets
- 3- Calculez le seuil de rentabilité en valeur et en quantité.
- 4- Déterminez le point mort.

DOSSIER 4 : LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION

L'entreprise Bonriz veut choisir un circuit de distribution pour distribuer ses produits à partir de critères définis dans le tableau ci-dessous :

Notes /10 relatives aux circuits

| Circuits \ Critères | Qualité accueil | Conservation | Image | Cadre |
|-----------------------------------|------------------------|---------------------|--------------|--------------|
| Vente directe | 3 | 5 | 4 | 1 |
| GMS | 4 | 5 | 2 | 4 |
| Grossistes | 6 | 4 | 4 | 2 |

Coefficients attribués aux critères

- Qualité accueil \implies 0,4
- Conservation \implies 0,2
- Image \implies 0,3
- Cadre \implies 0,1

Travail à faire :

- 1- Qu'est-ce que la distribution ?
- 2- Donnez un avantage et un inconvénient des circuits (direct ; court et long).
- 3- Quel sera le circuit à sélectionner par Bonriz pour commercialiser ses produits et pourquoi ?

DOSSIER 5 : COMMUNICATION

Les produits de Bonriz souvent vendus en promotion de vente. Une affiche présente aussi les produits de Bonriz à travers les grands quartiers de la capitale économique.

Travail à faire :

- 1- Quels sont les objectifs de la publicité ?
- 2- Proposez deux techniques de promotion des ventes que Bonriz peut utiliser.

DOSSIER 6 : GESTION DES STOCKS

L'entreprise Bonriz tient une quantité de stock de riz en magasin. En effet, par souci de répondre de façon permanente aux besoins des consommateurs, elle a décidé de constituer un stock de marchandises.

Travail à faire :

- 1- Donnez les avantages et inconvénients à détenir un stock de marchandises.
- 2- Qu'est-ce que la gestion des stocks ?

DOSSIER 7 : COMMERCE INTERNATIONAL

Les produits phytosanitaires utilisés par l'entreprise Bonriz pour conserver son riz sont achetés en France, précisément à Marseille. Pour cette année, l'entreprise a passé une commande de 40 tonnes de produits.

| ELEMENTS | VALEURS |
|----------------------|-----------------|
| Valeur CIF | 3 000 000 F CFA |
| Droit de douane (DD) | 10 % |
| RSTA | 1 % |
| TVA | 18 % |
| PCS | 1 % |
| PCC | 0,5 % |

- Acconage import : 120 000 F CFA ;
- Transit import : 95 000 F CFA ;
- Post acheminement : 80 000 F CFA.

Travail à faire :

Calculez les valeurs DAT, DAP et DDP de cette commande.

ANNEXES

ANNEXE 1

| Les concurrents | Part de marché | Chiffre d'affaires | Taux de pénétration | Part de marché relative |
|------------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| BONRIZ | | 800 000 000 | | |
| IVOIR RIZ | 15 % | | | |
| RIZOTO | | | 30 % | |

ANNEXE 2

| Prix proposés | 250 | 300 | 350 | 400 | 450 | 500 | 550 | 600 | 650 | 700 |
|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Prix moins chers | 168 | 135 | 58 | 20 | 11 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Prix chers | 0 | 0 | 0 | 2 | 15 | 33 | 40 | 66 | 95 | 149 |

CORRIGÉ ET BARÈME

Barème

Examens : BT Option : Compta - Cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

DOSSIER 1

1 - Reproduisons et complétons le tableau
Calculs préliminaires

• On sait que
$$TP_{Rigoto} = \frac{CA_{Rigoto}}{MT}$$

AN
$$CA_{Rigoto} = TP_{Rigoto} \times MT$$

$$= 0,3 \times 3.000.000.000$$

$$CA_{Rigoto} = 900.000.000$$

• $PM_{margis} = 15\% \Rightarrow (PM_{Borrig} + PM_{Rigoto}) = 85\%$

$$PM = \frac{CA}{MAP} \times 100 \Rightarrow MAP = \frac{CA}{PM}$$

$$MAP = \frac{800.000.000 + 900.000.000}{0,85} = \frac{1.700.000.000}{0,85}$$

$$MAP = CA_{Total} = 2.000.000.000$$

du Secteur

CORRIGÉ ET BARÈME

Barème

Examens : BT Option : Compta Cc
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

• On sait que $PM_{Ivoirrig} = \frac{CA_{Ivoirrig}}{MAP} \times 100$

$\Rightarrow CA_{Ivoirrig} = PM_{Ivoirrig} \times MAP$

AN $CA_{Ivoirrig} = 0,15 \times 2.000.000.000^F$

$CA_{Ivoirrig} = 3.000.000.000^F$

• $PM_{Bonrig} = \frac{CA_{Bonrig}}{MAP} \times 100$

AN $PM = \frac{800.000.000}{2.000.000.000} \times 100 = 40\%$

• $PM_{Rigoto} = \frac{CA_{Rigoto}}{MAP} \times 100$

AN $PM = \frac{900.000.000}{2.000.000.000} \times 100 = 45\%$

• $TP_{Bonrig} = \frac{CA_{Bonrig}}{MT} \times 100$

AN $= \frac{800.000.000}{3.000.000.000} \times 100 = 26,67\%$

• $TP_{Ivoirrig} = \frac{300.000.000}{3.000.000.000} \times 100 = 10\%$



CORRIGÉ ET BARÈME

Barème

Examens : BT Option : Compta - Ce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

$$\bullet \text{ PMR}_{\text{bon rig}} = \frac{\text{PM}_{\text{bon rig}}}{\text{PM du principal concurrent}}$$

NB Le principal concurrent est Rigoto (PM = 45%)

AN
$$\text{PMR}_{\text{bon rig}} = \frac{40}{45} \times 100 = 88,89\% \text{ ou } 0,89$$

$$\bullet \text{ PMR}_{\text{voir rig}} = \frac{15}{45} \times 100 = 33,33\% \text{ ou } 0,33$$

$$\bullet \text{ PMR}_{\text{Rigoto}} = \frac{\text{PM}_{\text{Rigoto}}}{\text{PM}_{\text{principal concurrent de Rigoto}}}$$

NB: Le principal concurrent de Rigoto est l'entreprise Bonrig

AN
$$\text{PMR}_{\text{Rigoto}} = \frac{45}{40} \times 100 = 112,5\% \text{ ou } 1,12$$



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

| Les concurrents | Part de marché | Chiffre d'affaires | Taux de pénétration | Part de marché relative |
|-----------------|----------------|--------------------|---------------------|-------------------------|
| Bon riz | <u>40%</u> | <u>800.000.000</u> | <u>26,67%</u> | <u>0,89</u> |
| Ivoir riz | <u>15%</u> | <u>300.000.000</u> | <u>10%</u> | <u>0,33</u> |
| Rizoto | <u>45%</u> | <u>900.000.000</u> | <u>30%</u> | <u>1,12</u> |

CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

DOSSIER 2

1 - Définissons les mots soulignés

- La marque c'est un nom, un signe, un dessin, une phrase ou toute combinaison de ces éléments permettant d'identifier les produits de l'entreprise et de les différencier de ceux de la concurrence
- Le conditionnement C'est la première enveloppe du produit en contact direct avec lui
- Emballage C'est l'ensemble des enveloppes successives ajoutées au conditionnement
- Label signe de qualité accordé par un organisme certificateur attestant d'un certain niveau de qualité du produit

2 - La stratégie de marque adoptée par Bonrie est la stratégie de marque produit ou stratégie de marque multiples car Bonrie attribue des marques différentes à chacun de ses produits

3 - Avantage et Inconvénient de la stratégie de marque produit

- Avantages :
- La non performance d'un produit n'influence pas l'image des autres
 - Possibilité de l'entreprise de positionner son produit sur plusieurs segments du marché
 - Chaque produit de l'entreprise bénéficie



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - Cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

d'une communication particulière.
Inconvénients lourdes charges administratives,
financières supportées par l'entreprise.

- 4- Les avantages d'une entreprise à commercialiser ses produits sous un label.
- Fidélisation de la clientèle.
 - Image de marque du produit.
 - Bonne position concurrentielle.

DOSSIER 3

1- Détermination du prix psychologique par le tableau.

Calculs préliminaires

$$\begin{aligned} \text{Echantillon} &= 168 + 135 + 58 + 20 + 11 + 7 + 1 \\ &= 400 \end{aligned}$$

$$\% \text{ réponses (prix 250)} = \frac{168}{400} \times 100 = 42\%$$



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

| PV | Prix moins chers | | | Prix chers | | | % acheteurs |
|------------------|------------------|-------|-------|------------|-------|-------|-------------|
| | Réponse | % | Cumul | Réponse | % | Cumul | |
| 250 ^F | 168 | 42 | 100 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| 300 ^F | 135 | 33,75 | 58 | 00 | 00 | 00 | 42 |
| 350 ^F | 58 | 14,5 | 24,25 | 00 | 00 | 00 | 75,75 |
| 400 ^F | 20 | 5 | 9,75 | 02 | 0,5 | 0,5 | 89,75 |
| 450 ^F | 11 | 2,75 | 4,75 | 15 | 3,75 | 4,25 | 91 |
| 500 ^F | 07 | 1,75 | 2 | 33 | 8,25 | 12,5 | 85,5 |
| 550 ^F | 01 | 0,25 | 0,25 | 40 | 10 | 22,5 | 77,25 |
| 600 ^F | 00 | 00 | 00 | 66 | 16,5 | 39 | 61 |
| 650 ^F | 00 | 00 | 00 | 95 | 23,75 | 62,75 | 37,25 |
| 700 ^F | 00 | 00 | 00 | 149 | 37,25 | 100 | 00 |

Le prix psychologique est de 450^F car il correspond au pourcentage d'acheteurs potentiels le plus élevé (91%)

2 - Calcul du chiffre d'affaires TTC pour 50.000 sachets

$$CA = \text{Quantité} \times \text{PVU}$$

CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

AN : $CA_{HT} = 50.000 \times 450 = 22.500.000 \text{ FCFA}$

$$CA_{TTC} = CA_{HT} + CA_{HT} \cdot t_{VVA}$$

$$CA_{TTC} = CA_{HT} (1 + t_{VVA})$$

AN $CA_{TTC} = CA_{HT} (1 + 0,18)$

AN $CA_{TTC} = 22.500.000 \times 1,18$

$$CA_{TTC} = 26.550.000 \text{ FCFA}$$

3 - calcul du seuil de rentabilité (SRV)

$$SR_V = \frac{CA \times CF}{MCV}$$

AN
- $CA = 22.500.000 \text{ F}$

- $CF = 5.000.000 \text{ F}$

- $CV = 300 \times 500.000 (15.000.000 \text{ F})$

$$MCV = CA - CV$$

AN

$$MCV = 22.500.000 - 15.000.000$$

$$MCV = 7.500.000 \text{ F}$$

$$SR_V = \frac{22.500.000 \times 5.000.000}{7.500.000}$$

$$SR_V = 15.000.000 \text{ FCFA}$$

CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

$$SRQ = \frac{SRV}{PVU} = \frac{15\,000\,000}{450}$$

$$SRQ = 33\,333 \text{ sachets}$$

4 - Détermination du point mort

$$PM_j = \frac{SRV}{CA} \times 360 = \frac{15\,000\,000}{22\,500\,000} \times 360$$

PM = 240 jours soit 8 mois

Le seuil de rentabilité est atteint le 30 Août

DOSSIER 4 : LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION

1 - l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer le produit depuis le point de production au consommateur final.

2 - Avantages et inconvénients des circuits (direct; court et long)

Circuit direct

Avantage

Inconvénient

Bonne connaissance du marché
Maîtrise des prix

L'Entreprise supporte seule les charges liées à la distribution



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - CCE
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

Circuit Court

| | |
|---|--|
| <u>Avantage</u> Bon contact avec le marché | <u>Inconvenient</u> Charges administratives lourdes |
|---|--|

Circuit Long

| | |
|---|--|
| <u>Avantage</u> Large diffusion du produit sur le marché | <u>Inconvenient</u> Non maîtrise des prix pratiqués sur le marché |
|---|--|

3 - Le circuit à sélectionner

| Critères | Qualité Accueil | Conservation | Image | Cadre | Total |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------|
| Vente directe | $3 \times 0,4 = 1,2$ | $5 \times 0,2 = 1$ | $4 \times 0,3 = 1,2$ | $1 \times 0,1 = 0,1$ | 3,5 |
| GMS | $4 \times 0,4 = 1,6$ | $5 \times 0,2 = 1$ | $2 \times 0,3 = 0,6$ | $4 \times 0,1 = 0,4$ | 3,6 |
| Grossistes | $6 \times 0,4 = 2,4$ | $4 \times 0,2 = 0,8$ | $4 \times 0,3 = 1,2$ | $2 \times 0,1 = 0,2$ | 4,6 |

Le circuit que Bonriz devra sélectionner pour commercialiser ses produits est le circuit des grossistes.



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - Ce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

Ce choix est justifié parce que le circuit des grossistes totalise la note la plus élevée.

DOSSIER 5 : COMMUNICATION

1 - Les objectifs de la publicité

- Faire connaître le produit
- Faire aimer le produit
- Faire acheter le produit

2 -

Bonriz peut faire :

- des distributions gratuites d'échantillon de riz
- des réductions de prix.

DOSSIER 6 : GESTION DES STOCKS

1 - Avantages

- Eviter les ruptures de stock
- Fidéliser la clientèle
- Réguler la production
- Se prémunir contre les aléas de la livraison et de la demande.

Inconvénients

- Coût de possession ou de détention
- Immobilisation financière
- Risque de vol
- Dépréciation des produits



CORRIGÉ ET BARÈME

Examens : BT Option : Compta - cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

2- C'est une activité qui permet de mettre à la disposition d'une entreprise le stock nécessaire à son fonctionnement (approvisionnement, livraison...)

DOSSIER 7 COMMERCE INTERNATIONAL

$$\begin{aligned} \text{Prix DAI Abidjan} &= \text{prix CIF} + \text{Acconage import} \\ &= 3.000.000 + 120.000 \\ &= 3.120.000 \text{ F CFA} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Prix DAP Abidjan} &= \text{prix DAI} + \text{post acheminement} \\ &= 3.120.000 + 80.000 \\ &= 3.200.000 \text{ F CFA} \end{aligned}$$

Calculons le taux cumulé des droits et taxes (TCD x T)

$$\begin{aligned} \text{TCD x T} &= \text{DD} + \text{RSTA} + \text{PCS} + \text{PCC} + \text{TVA} \\ &= \text{DD} + \text{RSTA} + \text{PCS} + \text{PCC} + (\text{VD} + \text{DD} + \text{RSTA}) \times 18\% \\ &= 10 + 1 + 1 + 0,5 + (100 + 10 + 1) \times 0,18 \\ &= 12,5 + 19,98 \\ &= 32,48\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Somme des droits et taxes} &= \text{TC}_{\text{Droits et taxes}} \times \text{VD} \\ &= 0,3248 \times 3.000.000 \\ &= 974.400 \text{ F} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Prix DDP}_{\text{Abj}} &= \text{prix DAP} + \Sigma \text{DxI} + \text{transit import} \\ &= 3.200.000 + 974.400 + 95.000 = 4.269.400 \text{ F} \end{aligned}$$



CORRIGÉ ET BARÈME

Barème

Examens : BT Option : Compta - Cce
Epreuve de : ETUDE DE CAS
Coefficient : 5

Barème

DOSSIER 1 4 pts

1/ → 3 pts
2/ → 1 pt

DOSSIER 5 5 pts

1/ → 2 pts
2/ → 3 pts

DOSSIER 2 5 pts

1/ → 1,5 pts
2/ → 1 pt
3/ → 1 pt
4/ → 1,5 pts

DOSSIER 6 5 pts

1/ → 3 pts
2/ → 2 pts

DOSSIER 3 10 pts

1/ → 5,5 pts
2/ → 1,5 pts
3/ → 2 pts
4/ → 1 pt

DOSSIER 7 5 pts

DAT → 1,5 pts
DAP → 1,5 pts
DDP → 1,5 pts
TC_{EXT} → 0,5 pts

DOSSIER 4

1/ → 1 pt
2/ → 3 pts
3/ → 2 pts

40/40