

# BARÈME

## PREMIÈRE PARTIE : L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

(20 points)

## DEUXIÈME PARTIE : NÉGOCIATION

(25 points)

- 2.1 - Éléments de la lettre (1 point par élément) (10 points)  
+ 2 points pour éléments du coupon réponse  
(0,5 point par élément)
- 2.2 - (0,5 par ligne de calcul) (4 points)
- 2.3 - Taux de retour (1 par réponse) (3 points)
- 2.4 - Coûts prévisionnels (1 par calcul) (6 points)
- 2.5 - Réponse justifiée (2 points)

## TROISIÈME PARTIE : LA RÉMUNÉRATION DU REPRÉSENTANT ET LA FISCALITÉ

(15 points)

- 3.1 - 2 points pour le calcul de la commission (5 points)  
(0,5 pt par calcul, y compris le total)  
2 points pour les primes (1 pt par calcul)  
1 point pour le total de la rémunération
- 3.2 - 2 points par réponse (4 points)  
(Accepter toutes réponses cohérentes)
- 3.3 - 1,5 point par résultat juste (6 points)

**CORRIGÉ**  
**PREMIÈRE PARTIE : L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE**  
**(20 points)**

**QUESTION 1.1 : (13 points)      SYNTHÈSE : les tendances du marché**

**Le marché de la confiserie de sucre en 1999 :**

C'est un marché en progression régulière depuis plusieurs années, qui représente un chiffre d'affaires de 7,2 milliards de francs avec des ventes de 242,8 millions de tonnes (hausse de 5 % par rapport à 1998).

Ventes en volume et en valeur relative de la confiserie en sachets pour les deux segments de marché :

"Adultes" = 88,5 millions de tonnes (soit 36,5 % des ventes).

"Enfants" = 154,2 millions de tonnes (soit 63,5 % des ventes).

**L'évolution du marché :**

- Progression des ventes grâce au segment confiserie enfants qui propose des nombreuses innovations produits notamment sur le créneau de la confiserie "ludique" dite aussi "interactive".
- Dépenses publicitaires importantes (520 millions de francs en 1998) avec une communication axée sur l'humour, la fraîcheur, la convivialité.
- Nouvelles occasions de consommation (succès de la fête d'Halloween).

**L'offre :**

Sur le marché de la confiserie en sachets 4 marques nationales représentent 64 % des ventes avec la marque "la Pie Qui Chante" qui détient la 1<sup>ère</sup> position avec 22 % des ventes. On peut noter que les marques de distributeurs occupent 1/5<sup>ème</sup> du marché.

Sur le nouveau créneau de la confiserie ludique on trouve des industriels tels que le fabricant de jouets Hasbro qui s'est lancé sur ce marché depuis 1999. Chupa Chups et Van Melle diversifient leurs gammes de produits.

Le cycle de vie des produits de la confiserie ludique est très court (inférieur à 6 mois)

Les innovations portent sur :

- Le goût : des bonbons plus acides pour cibler les enfants.
- Les arômes plus naturels pour viser la cible des mères de famille.
- Les "packaging" : création des sachets familiaux pour des occasions comme Halloween avec des conditionnements de 1 kg et à l'inverse des "formats de poche" pour une consommation individuelle entre les repas.

**La demande :**

Un français consomme en moyenne 3,6 kg de bonbons par an en 1998 (source : chambre syndicale de la confiserie).

Pour ce produit de consommation courante, la clientèle est plutôt jeune (33% de 18- 24 ans) et féminine.

Les occasions de consommer sont variées : instants de plaisir (61 % des réponses), sorties au théâtre ou au cinéma (40 %), soirées, remède "anti stress".

La confiserie s'adapte aux consommateurs adultes recherchant le plaisir avec des offres à base de fruits et de produits "naturels".

**FORME (3 points)**

On tiendra compte de la qualité, de la rédaction et de l'orthographe.

## Question 1-2 (3 points)

**ANNEXE 1 : Ventes en confiseries de sucre par familles de produits**

Familles de produits	Ventes En volume (en millions de tonnes)	Ventes En %	Évolution en 98/99
Pâtes à mâcher	16,4	12,4	+ 2,5 %
Gélifiés	45,4	34,3	+ 6,7 %
Dragéfiés	5,9	4,5	+ 6 %
Guimauves	11,8	8,9	+ 2,2 %
Assortiment fantaisie	8,9	6,7	- 4 %
Sucettes	11,1	8,4	+ 6,5 %
Bubble Gum	5,3	4	- 3,5 %
Bonbons pegboardables	18,4	13,9	+ 10,7 %
Bonbons avec jouet	9,2	6,9	+ 14,1 %
<b>Total</b>	<b>132,4</b>	<b>100</b>	

## Question 1-3 (4 points)

**Commentaires :**

\* La famille des gélifiés représente plus d'un tiers des ventes en volume avec une progression des ventes de + 6,7 %, cependant c'est un marché où les fabricants innoveront peu ("manque de différenciation et d'innovation").

\* Les meilleures progressions sont à noter sur les 2 familles : les bonbons pegboardables et la confiserie ludique (+ 14,1 %), qui représentent 25 % des ventes. Ces deux catégories de produits dynamisent le marché de la confiserie enfants.

\* Globalement toutes les familles de produits voient leurs ventes progresser à l'exception des assortiments fantaisie et des Bubble Gum.

**CORRIGÉ**  
**DEUXIÈME PARTIE : L'ORGANISATION DU REPRÉSENTANT**  
**(25 points)**

Question 2-1 (11 points)

Confisud



Distribution

*Coordonnées du prospect*

*Objet : organisation de la soirée Halloween*

**Vo**tre soirée  
**Halloween toute**  
**organisée.**

*Madame, (ou Monsieur les 2 sont acceptés)*

Vous souhaitez organiser **une soirée spéciale halloween le 31 octobre**. Notre société vous propose de parrainer cet événement et d'assurer l'animation tout au long de la nuit.

Créer autour d'halloween un événement aussi important que Noël ou Pâques se manifeste un peu plus chaque année. La sensibilité des ados sur tout ce qui touche à l'horreur n'est pas étrangère à ce phénomène.

Pour cette occasion, vous pouvez **bénéficier d'une promotion et d'une animation gratuites**. Prenez contact avec le représentant qui vous donnera de plus amples informations

Recevez, madame (monsieur), mes salutations distinguées.

*M. le représentant*  
signature

✂ .....

**renvoyer rapidement le coupon réponse pour prendre rendez vous**

*Nom de la société*

*Nom du responsable*

*Coordonnées*

**Date et heure de rendez vous souhaitées**

15, Avenue Banco 06300 NICE      Tél : 04.97.00.66.00  
e.mail : [confisud.distrib@wanadoo.fr](mailto:confisud.distrib@wanadoo.fr)

Fax : 04.92.0013.00

## Question 2-2 (4 points) Calcul du coût de l'opération de publipostage

Éléments	Coût unitaire	Total
Revenu du représentant 30 heures de travail	195 F / l'heure	$195 * 30 = 5\,850$ F
sous total 1		5 850 F
envoi du publipostage		
➤ Impression de la lettre	2,5	$2,5 * 74 = 185$
➤ Enveloppe	0,20	$0,20 * 74 = 14,80$
➤ Affranchissement	2,5	$2,5 * 74 = 185$
➤ Enveloppe retour	2	$2 * 74 = 148$
Sous total 2		532,80 F
Total général		6 382,80 F

## Question 2.3 (3 points) Calcul du taux de retour prévisionnel

Types d'activité	Nombre par catégorie	Taux de remontée prévisionnel	Nombre de contacts possibles
Discothèques	48	20 %	9
Pub	14	10 %	1
Associations d'étudiants	12	30 %	3

## Question 2.4 (5 points)

Éléments de calcul du coût prévisionnel pour l'ensemble de cette opération d'animation

Éléments	Coût unitaire	Coût total
Coût du publipostage		6 382,80 F
Animateurs / animatrices	500 F / personne pour la soirée	$13 * 2 * 500 = 13\,000$ F
Cadeaux, marchandise distribués	4 000 f / établissement	$4\,000 * 13 = 52\,000$ F
Affichage	200 F / 50 affiches	$200 * 13 = 2\,600$ F
Objets publicitaires de décoration	1 500 F / établissement	$1\,500 * 13 = 19\,500$ F
Coût total		93 482,80 F

## Question 2.5 (2 points) Conclusion à tirer

Le total des coûts de l'opération s'élèvent à 93 482,80 F ce qui correspond tout à fait à notre budget qui est de 110 000 F. il ne faut cependant pas que les taux de retour soient supérieurs car le risque de dépasser le budget prévu serait alors fort probable et impossible à assurer.

**CORRIGÉ**  
**TROISIÈME PARTIE : LA RÉMUNÉRATION DU REPRÉSENTANT**  
**ET LA FISCALITÉ (15 points)**

**Question 3.1 (2 points) Calcul de la rémunération du représentant**

Base de calcul pour les commissions

Familles	Taux de commission	CA réalisé	Montant
Confiserie adultes/enfants	1.5 %	82 170 F	1 232,55
Confiserie ludique	2,5 %	32 650 F	816,25
biscuiterie	1,5 %	84 890 F	1 273,35
Total		199 710 F	3 322,15

Rémunération du mois de septembre :

Fixe =	5 500 F
Commission =	3 322,15 F
Primes =	
➤ Au CA mensuel	1 500 F
➤ Au CA confiserie ludique	1 200 F
Rémunération totale	11 522,15 F

**question 3.2 (4 points) Critique de ce système de rémunération, donnez un point positif et un point négatif**

point positif :

- **Employeur : fixe des objectifs au représentant (pour réaliser le chiffre d'affaires mensuel mais aussi sur certains produits)**
- **Employé : salaire motivant avec un système de primes et de commissions**

point négatif :

- **Employeur : système complexe qui demande une grande rigueur dans la comptabilité.**
- **Employé : Risque de délaisser les produits pour lesquels le taux de commission n'est pas très élevé.**

**question 3.3 (6 points) Calculez vos frais professionnels pour l'année 99.**

Nature des frais	Calcul	Résultat
Frais de véhicule	$D * 1,997 : 22\ 000 * 1,997$	43 934,00 F
Cotisation syndicale	850 F	850,00 F
Repas pris à l'extérieur	$4 * 42 * (60 - 18.43)$	6 983.76 F
<b>Total des frais à déclarer</b>		<b>51 767,76 F</b>