

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR DIETETIQUE

SESSION 2004

ECONOMIE – GESTION

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

Documents autorisés (pour sujets comptables)

Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

Matériel autorisé

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans aucun moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire.

(Cirulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999 ; BOEN n° 42).

Document remis au candidat :

Le sujet comporte 7 pages numérotées de 1/7 à 7/7

Partie 1 : Étude de marché	page 2/7
Annexe 1 : Calcul du chiffre d'affaires potentiel du magasin « Chez Pierrine » (à remettre avec la copie)	page 5/7
Partie 2 : Étude juridique et économique	page 3/7
Annexe 2 : Devenez franchisé La vie claire	page 6/7 et 7/7
Partie 3 : Gestion comptable et financière	page 4/7
Annexe 3 : Tableau de remboursement de l'emprunt (à remettre avec la copie)	page 5/7

Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à disposition.



Pierrine Bordenave, titulaire d'un BTS Diététique, est responsable des achats d'un supermarché « bio » situé en périphérie de Bordeaux. Le local est une sorte de hangar, au confort minimal, et offre un assortiment très étendu en produits diététiques, biologiques et écologiques. Forte de son expérience, de sa connaissance des circuits d'approvisionnement et des bons contacts qu'elle a su établir avec les clients, elle envisage de créer sa propre entreprise de commerce de détail.

Elle dispose de moyens financiers limités, mesure la difficulté de la tâche pour laquelle elle se sent prête à s'investir totalement.

Pierrine a trouvé un local commercial de 78 m², rue de la Porte Dijeaux, rue piétonne très commerçante et assez chic, située au centre de Bordeaux. Elle choisit « Chez Pierrine » comme enseigne.

Depuis peu, un tramway relie la centre ville et la périphérie de l'agglomération.

PARTIE I. ETUDE DE MARCHÉ (15 points)

Pour connaître le marché de produits diététiques dans l'agglomération bordelaise, considérée comme la zone de chalandise, Pierrine a rassemblé quelques informations provenant de l'INSEE et autres organismes d'études économiques.

Afin d'évaluer le marché potentiel d'un magasin de produits diététiques, elle a ensuite consulté un conseiller en création d'entreprises à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux qui, après analyse de la concurrence existante tant à proximité que dans l'agglomération, a estimé qu'elle pouvait raisonnablement espérer de 1,9 % à 2,2 % de la part de marché revenant aux magasins spécialisés de la première année : par prudence, elle a retenu l'hypothèse basse.

Il existe à proximité (5-10 minutes à pied) de son emplacement :

- le centre commercial de Mériadeck avec un hypermarché, doté d'un rayon de produits diététiques,
- un magasin de détail de produits diététiques de 150 m², à l'écart des rues piétonnes,
- des petites boutiques un peu vieillottes commercialisant des produits naturels.

Le supermarché où elle travaille actuellement est situé près de la rocade, loin du centre, il est unique dans l'agglomération de Bordeaux.

TRAVAIL A FAIRE :

1 – Définissez le terme de « zone de chalandise ».

Indiquez ce qui justifie, selon vous, que Pierrine retienne l'agglomération bordelaise et non pas seulement Bordeaux comme zone de chalandise ?

2 – Calculez le chiffre d'affaires potentiel du magasin de produits diététiques en complétant l'annexe 1 (à rendre avec la copie).

3 –

a - Définissez le terme de « positionnement ».

b – Évaluez les atouts du projet de Pierrine Bordenave par rapport à la concurrence, *

c – Proposez-lui un positionnement en ce qui concerne les points suivants : assortiment, prix, service, communication.

4 – Dressez une liste ordonnée des motivations d'achat des produits diététiques afin d'aider Pierrine à adapter la politique commerciale du magasin « Chez Pierrine » aux attentes des consommateurs.

PARTIE 2
ETUDE JURIDIQUE ET ECONOMIQUE
(12 points)

A – Pierrine se demande quel statut choisir pour son entreprise. Elle en sera naturellement la « patronne », et souhaite en plus bénéficier du statut de salarié, qui présente des avantages sur le plan de la protection sociale.

Ses parents, eux-mêmes commerçants, l'encouragent dans cette voie. Ils sont prêts à l'aider financièrement, sous forme d'une donation ou bien d'une prise de participation dans le capital de l'entreprise si Pierrine choisit de constituer une société.

TRAVAIL A FAIRE :

Proposez une forme juridique pour l'entreprise qui satisfasse aux vœux de Pierrine. Justifiez votre réponse.

B – En cherchant des informations sur Internet, Pierrine trouve le site de « La Vie Claire » (annexe 2). A première vue, la proposition lui paraît intéressante, elle veut étudier cette forme de commerce.

TRAVAIL A FAIRE :

Présentez les avantages et inconvénients du contrat de franchise présenté en annexe 2 compte tenu de la situation de Pierrine.

C – Elle renonce au contrat de franchise et décide d'ouvrir un commerce indépendant. Elle louera le local de la rue Porte Dijaux, dont le locataire actuel, chapelier, prend sa retraite.

TRAVAIL A FAIRE :

- 1 – Définissez le « *droit au bail* ».
- 2 – Indiquez l'intérêt que trouve Pierrine à l'acheter.
- 3 – Précisez les raisons pour lesquelles elle n'envisage pas d'acheter le fonds de commerce au chapelier.

**PARTIE 3 : GESTION COMPTABLE ET
FINANCIERE
(13 points)**

A – Étude de rentabilité

Pierrine veut savoir si son projet peut être rentable. Elle retient l'hypothèse d'un chiffre d'affaires annuel de 115 000 €.

Ventes :

Les charges variables représentent 60 % du chiffre d'affaires HT.

Les charges fixes HT nouvelles à prendre en compte sont les suivantes :

- le loyer mensuel : 500 €,
- les charges de personnel : le salaire de Pierrine s'élève à 1 680 € brut (les retenues salariales sont estimées à 20 % du salaire brut et les cotisations patronales sont estimées à 25 % du salaire brut),
- les charges diverses, d'un montant de 300 € par mois,
- dotation aux amortissements des immobilisations corporelles, selon le système de l'amortissement linéaire.

TRAVAIL A FAIRE :

- 1 – Calculez les dotations aux amortissements des immobilisations corporelles.
- 2 – Calculez le seuil de rentabilité annuel.
- 3 – Concluez sur la viabilité de l'affaire.

B – Gestion comptable

- Le 1^{er} juillet 2004, Pierrine dépose sur le compte bancaire de l'entreprise « Chez Pierrine » ouvert auprès de la BNP un chèque de 25 000 € afin de constituer le capital social de l'entreprise.
- L'entreprise achète le droit au bail pour 15 000 € HT payé comptant.
- L'entreprise contacte un emprunt de 24 000 € versé immédiatement sur le compte de l'entreprise au taux de 6 % l'an sur 10 ans auprès de la BNP, remboursable par mensualités constantes de 266,45 €. (Les conditions bancaires prévoient la méthode du taux proportionnel pour le calcul du taux mensuel).
- Elle fait les investissements suivants (tous réceptionnés et réglés le jour même) :
 - travaux d'agencements dans le magasin, 15 000 €, durée de vie 10 ans.
 - mobiliser commercial et matériel de bureau, 12 000 € durée de vie 5 ans.
- Elle se fait livrer 5 000 € HT de marchandises, payables à 30 jours.

NB : par mesure de simplification, vous ne tiendrez pas compte de la TVA.

TRAVAIL A FAIRE :

- 1 – Présentez le bilan de départ au 1^{er} juillet 2004.
- 2 – Complétez les trois premières lignes du plan de remboursement de l'emprunt (annexe 3 – à rendre avec la copie).

ANNEXE 1
(à rendre avec la copie)

Calcul du chiffre d'affaires potentiel du magasin « Chez Pierrine »

Consommation des ménages par habitant 2001 France entière	13 077
Croissance 2004 par rapport à 2001 France entière	3 %
Consommation des ménages par habitant 2004 France entière
Indice de disparité de la consommation agglomération de Bordeaux (1)	1,087 %
Consommation des ménages par habitant 2004 agglomération de Bordeaux
Part alimentation et boissons non alcoolisées	14,7 %
Dépenses alimentation et boissons non alcoolisées par habitant
Part produits diététiques par rapport aux dépenses alimentation et boissons non alcoolisées	0,64 %
Dépenses produits diététiques par habitant agglomération de Bordeaux
Nombre habitants agglomération de Bordeaux	754 000
Dépenses totales produits diététiques agglomération de Bordeaux
Part magasins spécialisés	57 %
CA magasins spécialisés produits diététiques agglomération de Bordeaux
Prévision part de marché du magasin « Chez Pierrine »	1,9 %
Chiffre d'affaires potentiel du magasin « Chez Pierrine »

(1) $\frac{\text{consommation des ménages par habitant agglomération de Bordeaux}}{\text{consommation des ménages par habitant France entière}} = 1,087$

ANNEXE 2
Voir page suivante

ANNEXE 3
(à rendre avec la copie)

Tableau de remboursement de l'emprunt

Mensualités : 266,45 €

Mois	Capital dû début de mois	Intérêts	Remboursement de l'emprunt	Mensualités	Capital restant dû fin de mois
Octobre	24 000,00				
Novembre					
décembre					

ANNEXE 2

DEVENEZ FRANCHISE LA VIE CLAIRE

Forte d'un concept moderne, clair et convivial, centré autour du commerçant, La Vie Claire se positionne comme le spécialiste de la distribution de proximité des produits naturels et biologiques en France.

La Vie Claire appuie son activité sur un marché en pleine expansion...

Avec un taux de croissance à deux chiffres, le marché des produits naturels et biologiques en France dépasse largement le simple phénomène de mode.

Il s'inscrit dans de nouvelles tendances de consommation et de comportement vis à vis de notre environnement.

De plus, les Français ont désormais grandement pris conscience que l'alimentation est un facteur fondamental de santé et de bien-être.

La Vie Claire, spécialiste de l'alimentation naturelle et biologique, répond aux attentes profondes des consommateurs en quête :

- de naturalité,
- d'authenticité,
- de redécouverte des goûts vrais,
- de « sécurité » (produits sains et contrôlés).

La Vie Claire s'inscrit dans une tendance sociologique de fond à travers un plus grand respect écologique et une attitude plus responsable vis-à-vis de l'environnement.



La Vie Claire participe à cet élan en favorisant le développement de l'Agriculture Biologique, mode de production sans engrais chimique ni pesticide de synthèse, qui préserve les richesses de la terre et donne naissance à des aliments sains et bons...

La Vie Claire : une expérience et un savoir-faire de plus de 50 ans...

Créée en 1946 par Henri-Charles Geffroy, un humaniste respectueux de la terre, La Vie Claire s'est construite sur l'éthique et la sincérité de son fondateur, qui a su développer et cultiver en France ce nouvel art de vivre à table grâce à des produits sains, naturels et biologiques. Toujours attentive aux exigences des consommateurs, La Vie Claire perpétue cet amour et ce respect des produits naturels et biologiques en offrant une large sélection de produits variés, goûteux et originaux.

La Vie Claire : une Marque-Enseigne connue et reconnue en France.

Franchise à forte notoriété comptant près de 100 points de vente sur le territoire national, La Vie Claire est une marque de référence auprès des consommateurs qui lui associent des valeurs de qualité et de confiance. Sa légitimité sur le marché des produits naturels et biologiques et sa couverture nationale positionnent La Vie Claire comme l'Enseigne la plus reconnue en France.

La Vie Claire : 1^{er} réseau de magasins franchisés en France dans la distribution de produits naturels et biologiques.



La Vie Claire, un tout nouveau concept de magasin d'alimentation naturelle et biologique unique en France...

1 C'est une franchise qui vous offre :

une Marque-Enseigne à très forte notoriété,
une exclusivité territoriale sur notre marque,
un assortiment large de plus de 1 500 références couvrant tous les besoins alimentaires (pains, fruits et légumes, produits frais et toute l'épicerie...) ainsi qu'une large gamme de compléments alimentaires, produits diététiques et cosmétiques naturels.

2 C'est un concept de magasin basé sur la proximité :

proximité géographique :

Situé en centre-ville, il s'inscrit dans la vie quotidienne et l'animation du quartier.

proximité humaine :

La Vie Claire, c'est un concept de magasin construit autour du commerçant. L'homme est au cœur du magasin « nouvelle génération » pour répondre aux attentes des consommateurs en quête de produits de qualité, de convivialité, de conseils et d'informations.

3 C'est un concept qui vous assure

une activité régulière,
une rentabilité intéressante,
un retour sur investissement performant.

Choisir La Vie Claire, c'est s'assurer l'exclusivité d'une marque forte et réputée sur un territoire défini, offrant un large assortiment de produits naturels et biologiques de qualité.

**Vous souhaitez devenir Franchisé La Vie Claire ?
Contactez-nous :**

LA VIE CLAIRE – SERVICE DEVELOPPEMENT