

SESSION 2005

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
ASSISTANT DE GESTION DE PME-PMI**

**GESTION ADMINISTRATIVE COMPTABLE ET
COMMERCIALE**

**Coefficient : 5
DURÉE : 6 HEURES**

MATÉRIELS AUTORISÉS :

Aucun document autorisé.

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (Circulaire n°99 186 du 16/11/1999).

Document à rendre avec la copie : Annexe 5

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet comporte 16 pages, numérotées de 1 à 16

Code sujet : APGAC-N1

**BTS ASSISTANT DE GESTION DE PME-PMI
GESTION ADMINISTRATIVE COMPTABLE ET COMMERCIALE**

Durée : 6 heures

Coefficient : 5

DISTILLERIE GIFFARD

COMPOSITION DU CAS

- Présentation de l'entreprise
- Dossier 1 : analyse de la production du Mangalore – avril 2005
- Dossier 2 : organisation de la Giffard West Cup
- Dossier 3 : lancement du Mangalore auprès du grand public

Recommandations importantes

Chaque dossier peut être traité d'une manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l'ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s'imprégner du sujet. Il devra en outre faire preuve de discernement afin de repérer dans les documents annexés l'essentiel de l'accessoire.

L'étude de cas constitue un tout, et à ce titre, elle devra comporter une introduction et une conclusion générales.

Enfin, il est rappelé au candidat qu'il ne doit en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom dans la copie. En l'absence de précision dans le sujet, l'assistant de gestion sera madame, mademoiselle, monsieur X.

Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme ici retenue pour ce paragraphe.

BARÈME INDICATIF

Dossier 1 : 25 points
Dossier 2 : 35 points
Dossier 3 : 30 points
Introduction/Conclusion : 10 points

Présentation de l'entreprise

Dénomination :	DISTILLERIE GIFFARD
Activité :	Fabrication de liqueurs, sirops, crèmes de fruits
Siège social :	ZI Les violettes 49241 AVRILLÉ Cedex
Tél :	02 41 18 85 00
Fax :	02 41 18 85 05
Site Internet :	www.giffard.com
Mél. :	contact@giffard.com
Statut juridique :	SA
Capital :	500 000 €
Responsable :	Bruno GIFFARD
Effectif :	32 salariés

Les origines :

Localisée dans la région du Val de Loire, la distillerie GIFFARD fut fondée en 1885 par Emile GIFFARD, pharmacien à Angers. Celui-ci effectua des recherches sur diverses boissons et mit au point des produits pour les liquoristes angevins. L'été 1885 fut particulièrement chaud et le patron du Grand Hôtel, son voisin, lui demanda un produit pour soulager ses clients. Emile GIFFARD créa alors une liqueur de menthe blanche, la « Menthe Pastille », à partir d'huiles essentielles de menthe poivrée, qui eut un succès immédiat auprès de ses clients. Devant le succès de cette liqueur, il transforma sa pharmacie en distillerie. Quatre générations plus tard, la société est toujours détenue par la famille GIFFARD et privilégie la qualité de ses produits depuis son origine.

Aujourd'hui :

La société est implantée à Avrillé (périphérie d'Angers) et réalise un chiffre d'affaires d'environ 8 500 000 €, réparti à 60 % dans la grande distribution (GMS) et à 40 % dans les Cafés Hôtels Restaurants (CHR). La production s'élève à deux millions de bouteilles par an et ses produits sont exportés dans plus de vingt pays dans le monde, ce qui représente 25 % du CA.

Face à une concurrence toujours vive et au changement de comportement des consommateurs vis-à-vis des boissons alcoolisées, GIFFARD a choisi la voie de l'innovation : plusieurs produits ont été créés ces dernières années et notamment il y a un an, le *Mangalore*. C'est une liqueur aux saveurs épicées, couleur rouge rubis, suivant ainsi la mode orientalo-indienne qui envahit petit à petit la France.

Le *Mangalore* a déjà été lancé auprès des barmen des bars parisiens, qui lui ont réservé un accueil tout à fait favorable.

Aujourd'hui Bruno GIFFARD souhaite développer la distribution de ce nouveau produit auprès de l'ensemble du réseau des barmen de France et auprès du grand public.

Vous êtes stagiaire dans l'entreprise en mai-juin 2005. Bruno GIFFARD vous confie plusieurs missions qui permettront d'atteindre ces objectifs.

Annexe 1	Organigramme simplifié de la distillerie GIFFARD
Annexe 2	Éléments de l'entretien entre B. GIFFARD et JD. VINCENT
Annexe 3	Fiche produit du <i>Mangalore</i>
Annexe 4	Données chiffrées des prévisions/réalisations et de la production de <i>Mangalore</i> pour le mois d'avril 2005
Annexe 5	Tableaux de calcul et d'analyse des coûts et des écarts sur la production de <i>Mangalore</i> – Avril 2005 (à rendre avec la copie)
Annexe 6	Charges du courrier d'invitation à la GWC
Annexe 7	Pièces comptables
Annexe 8	Extrait du plan comptable de l'entreprise GIFFARD et liste des journaux utilisés
Annexe 9	La mode orientalo-indienne du Bollywood et le lancement du <i>Mangalore</i> à Paris
Annexe 10	Méthodologie et résultats du test consommateurs effectué en GMS
Annexe 11	Production de <i>Mangalore</i> sur une année complète

DOSSIER 1 : ANALYSE DE LA PRODUCTION DU MANGALORE – AVRIL 2005

Avant de généraliser le lancement du *Mangalore* auprès des différentes cibles, Bruno GIFFARD souhaite comparer les prévisions de production de ce nouveau produit aux réalisations du mois d'avril 2005. D'éventuels dysfonctionnements liés à la production pourront ainsi être mis en évidence.

1.1 Présentez sous forme d'un diagramme causes/effet les difficultés de production rencontrées au mois d'avril 2005.

Il étudie les données chiffrées du mois d'avril 2005 et consulte Jean-Denis VINCENT, responsable de production. L'analyse des écarts favorables ou défavorables pour l'entreprise entre les prévisions et les réalisations va permettre d'en dégager les causes et d'y remédier.

1.2 Calculez les coûts réels, les coûts prévisionnels et les écarts constatés sur la production du *Mangalore* en avril 2005 sur l'annexe 5 (à rendre avec la copie).

1.3 À partir des travaux précédents, analysez et commentez l'origine de chacun de ces écarts.

DOSSIER 2 : ORGANISATION DE LA GIFFARD WEST CUP (GWC)

Depuis quelques années, l'entreprise organise un concours de composition de cocktails avec les associations de barmen. L'objectif est de fidéliser les professionnels à une marque en créant un événement.

Cette année, les barmen de l'Association des Barmen de France seront conviés à Avrillé le lundi 12 septembre 2005 à onze heures pour mettre au point un cocktail original à base de *Mangalore*. Un voyage de quinze jours en Inde pour deux personnes dans un hôtel 5 étoiles sera offert au gagnant. Chaque participant recevra deux bouteilles de *Mangalore* en cadeau.

Le courrier d'invitation à la GWC, accompagné d'un dépliant sur le *Mangalore*, devra être envoyé le 20 juin 2005. Il devra permettre, en particulier, d'identifier avant le 19 août les participants à cette manifestation.

2.1 Concevez la lettre d'invitation destinée aux barmen.

L'incidence financière de la GWC n'est pas à négliger. Connaître les coûts administratifs d'une telle opération est indispensable, à la fois pour estimer cette dépense et également, à plus long terme, pour mesurer son efficacité.

Le courrier d'invitation rédigé précédemment sera envoyé en 250 exemplaires, à l'aide du fichier des adhérents de l'Association des Barmen de France.

À cette occasion, l'entreprise a renouvelé l'un de ses ordinateurs et une imprimante.

D'autres informations sur les charges de cette opération vous ont été fournies par le Responsable de la Comptabilité.

2.2 Calculez le coût de ce publipostage.

2.3 Passez, dans les journaux appropriés, les écritures liées aux opérations des investissements réalisés à l'occasion de ce publipostage.

DOSSIER 3 : LANCEMENT DU MANGALORE AUPRES DU GRAND PUBLIC

Le lancement du *Mangalore* s'est appuyé sur un phénomène de société : la mode orientalo-indienne, surtout présente dans les milieux parisiens très prisés. Ainsi le *Mangalore* a-t-il déjà été lancé sur ce marché.

Aujourd'hui, la société GIFFARD veut élargir la distribution et le public pour son nouveau produit, en le référant dans les GMS (*) de la France entière. Pour cela, Bruno GIFFARD souhaite vérifier qu'un public plus large, pas uniquement parisien, sera aussi sensible à cette mode.

Dans cette optique, l'entreprise a réalisé un test consommateur dans deux hypermarchés de la région. Les bouteilles de *Mangalore* ont ainsi été proposées dans ces magasins, en avant-première, pendant une période de trois semaines, et environ 500 personnes ont été interrogées. Le visuel de la PLV montrait en particulier les studios de Bollywood (l'équivalent indien du Hollywood américain).

Par ailleurs, la responsable communication a sélectionné un certain nombre d'articles de presse ou de sites Internet qui évoquent cette mode orientalo-indienne et le lancement du *Mangalore* dans les bars parisiens.

(*) Grandes et moyennes surfaces.

3.1 Dans une note adressée à Bruno GIFFARD, justifiez le lancement du *Mangalore* par rapport au comportement du consommateur. Précisez la cible ainsi que les éléments favorables au développement des ventes du produit.

Avant le lancement en GMS, Bruno GIFFARD souhaite également s'assurer de la réussite économique de cette innovation.

3.2

- a) **Présentez dans le tableau le calcul des charges variables et des charges fixes annuelles correspondant aux prévisions.**
- b) **Après avoir déterminé le chiffre d'affaires hors taxes (TVA et taxe sur les alcools)
Présentez le compte de résultat différentiel lié à cette prévision.**
- c) **En déduire le montant du CA. HT., le volume de production en nombre de bouteilles et le délai nécessaire permettant de rentabiliser la production du *Mangalore* sur une année.**

3.3 Calculez le CA. à réaliser pour atteindre un bénéfice de 6 % du CA annuel.