

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

Les candidats au **BEP** doivent traiter **toutes les questions du sujet**.

Les candidats au **seul CAP** ne doivent traiter que les **questions indiquées dans les colonnes CAP des parties 1, 3, 4**.

	BEP	CAP
PARTIE 1 : Connaissance de l'entreprise	9 points	6 points
PARTIE 2 : Environnement institutionnel	7 points	
PARTIE 3 : Connaissances juridiques	7 points	8 points
PARTIE 4 : Connaissances économiques	9 points	6 points
PARTIE 5 : Commercialisation	8 points	
	TOTAL 40 points	TOTAL 20 points
	NOTE : ...../20	NOTE : ...../20

Groupement interacadémique II		Session 2005		Facultatif : code	
Ne rien inscrire dans cette case	<b>BEP ALIMENTATION - Option : BOULANGER et PÂTISSIER</b> <b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>				
	<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b> <b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT</b>				
Ne rien inscrire dans cette case	Corrigé 1		Durée : E.P.3 : 1 h 30 E.P.4 : 30 mn	Coefficient : 2	1/9
	Nom :	Prénoms :		N° d'inscription :	
BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur		E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT			

*Vous êtes stagiaire ou apprenti en 2ème année de formation dans la boulangerie - pâtisserie de M. MARTINO, située 9 rue du Château 36600 VALENCAY.*

### PARTIE 1 : CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE

Votre employeur vous demande de préparer l'analyse du bilan comptable de son entreprise à partir de l'annexe A.

Bilan entreprise MARTINO au 30/06/04 (en euros)

Annexe A

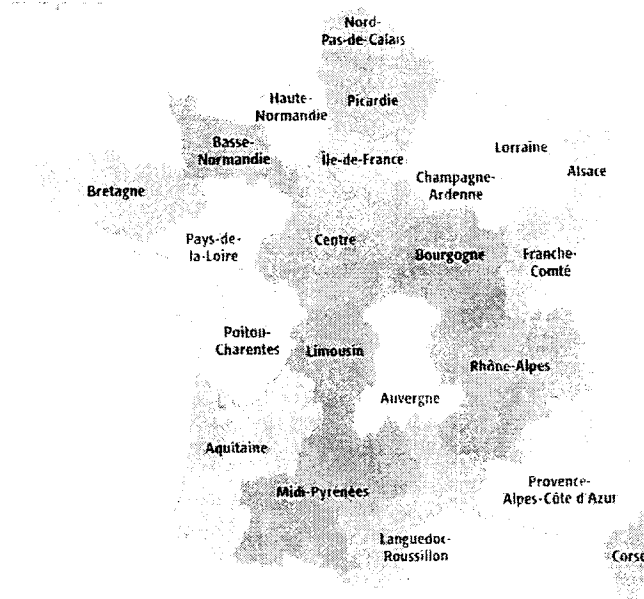
ACTIF	MONTANT	PASSIF	MONTANT
Fonds de commerce	100 000	Capital	20 000
Bâtiment et installations techniques	90 000	Résultat	46 750
Four	13 000		
Sous total	203 000	Sous total	66 750
Stocks	6 800	Emprunt long terme	130 000
Créances	2 200	Emprunt moyen terme	15 000
Disponibilités	8 750	Dettes fournisseurs	9 000
Sous total	17 750	Sous total	154 000
<b>Total actif</b>	<b>220 750</b>	<b>Total passif</b>	<b>220 750</b>

	BEP	CAP
1. Donner le montant du résultat de l'entreprise. <b>Le résultat est de 46 750 €.</b>	1	1
2. Préciser s'il s'agit d'une perte ou d'un bénéfice. <b>Il s'agit d'un bénéfice.</b>	2	2
3. Indiquer ce que représentent : ▪ Les disponibilités : <b>Elles représentent le montant des fonds disponibles pour l'entreprise : caisse, banque et/ou poste (compte chèque bancaire ou postal).</b> ▪ Les créances : <b>Elles sont le montant des sommes dues par les clients.</b>	2	2
4. Rechercher le montant des capitaux propres. <b>Dans l'entreprise Martino, les capitaux propres sont évalués à :</b> <b>66 750 €</b>	2	1
	9	6

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	<b>2/9</b>

## PARTIE 2 : ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL

### Annexe B



### Annexe C

La décentralisation a conduit l'État à se décharger de certains domaines de compétences vers les collectivités territoriales et à leur transférer les ressources nécessaires.

La gestion et l'attribution de l'aide sociale (enfants, personnes âgées, handicapés) représentent en moyenne le tiers des dépenses des départements. Le conseil général favorise le développement rural et encourage le tourisme «vert». D'autres tâches importantes incombent aux départements : la construction et l'entretien des collèges, la gestion des services de secours, l'entretien des routes départementales...

Les régions avaient pour mission initiale de

contribuer à l'aménagement du territoire. Depuis, leurs responsabilités ont été élargies. Elles assurent la construction et l'entretien des lycées, la gestion de la formation professionnelle et la responsabilité des transports collectifs régionaux. Elles contribuent également au développement économique : aides à la création d'emplois, aux entreprises en difficulté...

Les départements et les régions disposent d'un budget propre, destiné à financer les dépenses. Les ressources proviennent principalement des dotations de l'État destinées à compenser les charges découlant du transfert de compétences, des recettes fiscales et non fiscales, et des emprunts.

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	<b>3/9</b>

1 - Repérer dans l'annexe B la région dans laquelle se situe votre établissement de formation.

**Selon région**

2 - Citer les différentes collectivités territoriales.

- Commune
- Département
- Région

3 - Identifier, dans l'annexe C, deux missions du conseil régional.

**2 au choix parmi les suivantes :**

- Aménagement du territoire
- Construction et entretien des lycées
- Formation professionnelle
- Transports collectifs régionaux
- Aide à la création d'emplois
- Aide aux entreprises en difficulté.

4 - D'après l'annexe C, repérer deux ressources financières du conseil régional.

**2 au choix parmi les ressources suivantes :**

- Dotations de l'État
- Recettes fiscales ou non fiscales
- Emprunts

BEP	CAP
1	
-----	
3	
-----	
2	
-----	
1	
7	

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION	
E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.	4/9

## PARTIE 3 : CONNAISSANCES JURIDIQUES

*Au sein de l'entreprise dans laquelle vous travaillez, un ouvrier, Monsieur Popof, veut démissionner. Son ancienneté dans l'entreprise est de 5 ans, il vous demande des précisions sur la durée de son préavis.*

### Annexe D

**Art 32 Convention Collective :**

« En cas de licenciement ou de démission d'un salarié, la durée du préavis est fixée ainsi qu'il suit :

- *si le salarié a moins de six mois d'ancienneté, la durée du préavis est d'une semaine réciproquement.*
- *si le salarié a plus de six mois et moins de deux ans d'ancienneté, l'employeur doit à son salarié deux mois de préavis et le salarié doit à son employeur deux semaines de préavis.*
- *si le salarié a plus de deux ans d'ancienneté, l'employeur doit à son salarié deux mois de préavis et le salarié doit à son employeur deux semaines de préavis.*

*En cas de licenciement par l'employeur, le salarié aura droit, pour rechercher un nouvel emploi, à deux heures libres par jour au cours de la dernière semaine de préavis.*

*Les deux heures seront prises alternativement au choix de l'employeur et du salarié ; toutefois, un accord pourra intervenir permettant, entre autre, de grouper toute ou partie de ces heures.*

*Seules les heures utilisées seront rémunérées.*

*Source : La voix de la boulangerie février 2004*

1 - D'après l'annexe D, indiquer la durée du préavis que Monsieur Popof doit respecter pour démissionner.

**Monsieur Popof doit 2 semaines de préavis.**

2 - Préciser la durée minimum du préavis, pour un salarié ayant moins de 6 mois d'ancienneté.

**Durée minimum d'un préavis = 1 semaine**

3 – En cas de licenciement, donner le nombre d'heures auxquelles a droit un salarié pour rechercher un travail.

**En cas de licenciement, un salarié a droit à 2 heures par jour.**

4 – Dans sa situation, Monsieur POPOF a-t-il droit à des heures libres pour rechercher un nouvel emploi ? Justifier la réponse.

**Non, car ce n'est pas un licenciement mais une démission.**

BEP	CAP
2	2
-----	-----
1	1
-----	-----
1	2
-----	-----
3	3
-----	-----
7	8

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	<b>5/9</b>

## PARTIE 4 : CONNAISSANCES ÉCONOMIQUES

### Annexe E

*Hautement spéculatif et très réactif à la rumeur, le marché international de la vanille n'a rien de standard. Sur un marché mondial de l'arôme vanille estimé à 20 000 tonnes, la vanille naturelle ne représente plus que 2 000 tonnes dans ces transactions, remplacée progressivement par la vanille de synthèse, beaucoup moins coûteuse. Ces dernières années, Madagascar, premier exportateur mondial de vanille naturelle, fournissait entre 60 et 75 % du marché de la vanille naturelle, essentiellement aux États-Unis et à la France.*

*Le succès des vanilles produites tient essentiellement à leur qualité car elles contiennent en général un taux élevé de vanilline (entre 1,5 et 2 %) et tout accident de production a donc un impact énorme sur le marché mondial.*

*"La dernière campagne de vanille 2003/2004 à Madagascar a été désastreuse compte tenu d'une récolte réduite de 50 % : 400 tonnes contre 1 100 tonnes l'année précédente. Avec en parallèle une augmentation des besoins en vanille, l'année 2004 a été marquée par une forte hausse du cours de la vanille atteignant 400 à 450 €/kg", explique Julie Lemahieu, responsable marketing chez Métarom. Cette conjoncture a amené nombre d'industriels de l'agro-alimentaire à transformer leur arôme naturel de vanille en version nature identique.*

*"Personne dans l'industrie ne peut soutenir un tel prix. Quand on sait que cette année le coût de la gousse de vanille représentait la moitié du prix d'un pot de glace à la vanille et qu'il nous était quasiment impossible de répercuter cette hausse sur le prix de vente, il y avait de quoi s'affoler", souligne un glacier.*

*Comble de malchance, alors que la prochaine récolte de vanille devait se révéler encourageante (1 800 à 2 000 tonnes attendues), le cyclone Galifo s'est abattu en mars dernier sur la côte nord-est de Madagascar détruisant environ 1/3 des plants de vanille. En parallèle, les Malgaches ont dû faire face à une dévaluation du franc malgache à la suite d'une détaxation mal préparée et mal maîtrisée des produits finis importés, entraînant des répercussions immédiates sur le coût des denrées. "Malgré ces événements, on espère une récolte aux alentours de 1 200 tonnes et des cours de la vanille gousse en septembre de l'ordre de 150 à 200 €/kg" souligne Julie Lemahieu.*

Source : Filière gourmande mai – juin 2004

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	6/9

Après avoir lu l'annexe E, répondre aux questions suivantes :

1 – Citer les différents éléments qui constituent le marché.

**Marché : lieu où se rencontre l'offre et la demande (d'un produit)**

2 - Nommer le premier exportateur mondial de vanille naturelle.

**1<sup>er</sup> exportateur mondial : Madagascar**

3 - Identifier les deux principaux pays importateurs de vanille naturelle.

- **États Unis**
- **France**

4 - Repérer les deux facteurs de l'augmentation du prix de la vanille naturelle sur la saison 2003/2004.

- **Récolte réduite de 50 %**
- **Augmentation des besoins en vanille**

5 - Expliquer quel a été l'impact de la hausse des prix de la vanille naturelle sur le prix d'un pot de glace à la vanille.

**Impact de la hausse du prix : « le coût de la gousse de vanille représentait la moitié du prix d'un pot de glace ».**

6 - Donner le prix espéré du kilogramme de vanille naturelle sur la dernière saison de récolte.

**Prix espéré pour la dernière saison : 150 à 200 € le kg.**

BEP	CAP
1	2
-----	-----
1	1
-----	-----
1	1
-----	-----
2	2
-----	-----
2	
-----	-----
2	
-----	-----
9	6

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	<b>7/9</b>



## PARTIE 5 : COMMERCIALISATION

### Annexe F

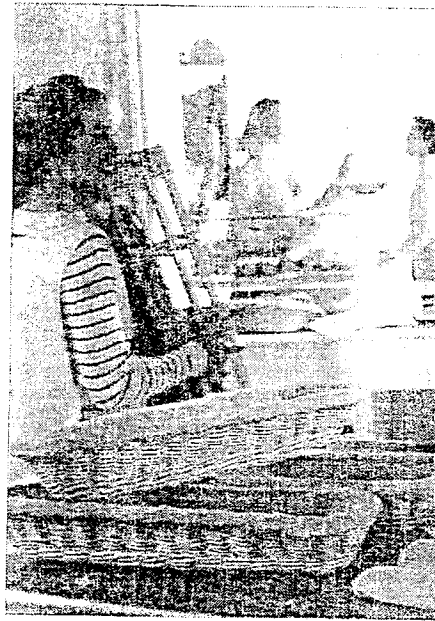
*Quoi de plus anodin que d'entrer dans une boulangerie pour acheter une baguette ? Pourtant, ce comportement si quotidien et ancré dans notre culture s'avère plus subtil qu'il n'y paraît. « Une fois dans la boutique, le consommateur achète autre chose qu'une simple baguette, et son comportement sera dicté par différents éléments tels que la qualité de la présentation ou la beauté des produits », résume le marketing de Baguépi (Moulins Soufflet Pantin). Ainsi, la mise en scène, la présentation, l'aspect des produits et l'accueil conditionnent la vente.*

#### *Les 5 sens dictent l'achat*

*Par ailleurs, une étude réalisée par l'Institut Ipsos pour Baguépi, en décembre 2003, auprès d'un échantillon de 507 consommateurs a mis en exergue de nombreux enseignements. A la question : « A votre avis, quelles sont les qualités d'un bon pain ? » l'importance des sens est citée par*

*55 % des personnes interrogées. Avec une priorité conférée au goût (38 %), à la vue (19 %) et à l'odorat (12 %). La bonne texture du pain (52 %) affiche des scores très proches de ceux obtenus par les sens, la sensibilité des consommateurs s'attachant essentiellement à la texture extérieure du pain (37 %), suivie par la texture intérieure (21 %) et la qualité de la mie (12 %).*

*La bonne cuisson intéresse une petite moitié de l'échantillon interrogé (43 %) qui estime que le pain doit être « cuit à point » (20 %), "bien cuit/bien grillé" (19 %) et être accessoirement enveloppé d'une croûte "bien cuite/bien dorée" (5 %). Par ailleurs, près d'un consommateur sur trois (31 %) se préoccupe de la préparation du pain, et notamment des critères de fraîcheur (16 %). Enfin, un consommateur sur quatre est attentif à la bonne conservation du pain (25 %) et à la qualité des produits utilisés (13 %). Des items à méditer sans modération !*



*Source : filière gourmande sept 2004*

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	8/9

À l'aide de l'annexe F, répondre aux questions suivantes :

1 - Citer les éléments dictant le comportement d'achat du consommateur entrant dans une boulangerie.

**Éléments : qualité de la présentation et beauté des produits.**

2 - Donner la différence entre un achat prévu et un achat impulsif.

**L'achat prévu est celui pour lequel le client est entré dans la boulangerie.**

**L'achat impulsif constitue l'achat supplémentaire.**

3 - Citer deux actions d'animation effectuées en boulangerie-pâtisserie :

- **Dégustation,**
- **Affiches**
- **prospectus,**
- **Animation de la vitrine en fonction de la saison et des fêtes.**

3 - Repérer le sens le plus développé pour évaluer la qualité du pain.

**Sens le plus développé : le goût.**

4 - Tenant compte du sens le plus développé, donner un exemple d'opération que la boulangère peut mettre en œuvre pour mieux vendre son pain.

**Exemple : dégustation de produits.**

BEP	CAP
2	
-----	
2	
-----	
2	
-----	
1	
-----	
1	
8	

<b>BEP ALIMENTATION - Option : Boulanger et Pâtissier</b>	
<b>CAP Pâtissier – glacier – chocolatier - confiseur</b>	2005
<b>E.P.3 – VIE ECONOMIQUE ET JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE. COMMERCIALISATION</b>	
<b>E.P.4 – CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE ET DE SON ENVIRONNEMENT.</b>	<b>9/9</b>