

SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

SESSION 2009

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

**GESTION ADMINISTRATIVE,
COMPTABLE ET COMMERCIALE**

**Coefficient : 5
Durée : 6 heures**

MATÉRIELS AUTORISÉS :

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

Aucun document autorisé.

Documents à rendre avec la copie : ANNEXE 6 et ANNEXE 12

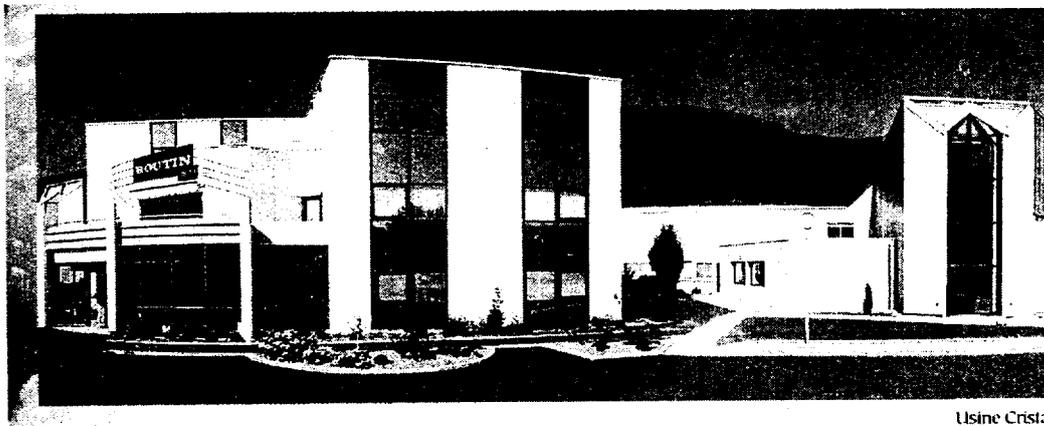
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 21 pages, numérotées de 1 à 21

Code sujet : APGAC-M09

ROUTIN

1883



Usine Cristal

COMPOSITION DU CAS

Présentation du cas

- Dossier 1 : LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT
- Dossier 2 : PROJET D'INVESTISSEMENT
- Dossier 3 : OBTENTION DU SIGNE « EXCELLENCE DU GOÛT 2010 »

Recommandations importantes

Chaque dossier peut être traité de façon 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. Le candidat 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 devra comporter une introduction et une conclusion.

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 de PME-PMI sera madame, mademoiselle ou 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

BAREME INDICATIF

DOSSIER 1 : 30 points

DOSSIER 2 : 35 points

DOSSIER 3 : 25 points

Introduction/Conclusion : 10 points

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Basée à Chambéry, ROUTIN est une PME de 180 personnes qui, après avoir commencé son activité dans la vente d'alcools et de spiritueux régionaux, s'est recentrée ensuite sur la fabrication de sirops.

Entreprise familiale créée en 1883, elle est devenue aujourd'hui le premier exportateur mondial de sirops alimentaires.

Cette réussite s'explique non seulement par la qualité de ses produits mais aussi par deux tournants dans l'histoire de l'entreprise. En 1976, ROUTIN devient le fournisseur de Carrefour puis Auchan et Système U pour leur propre marque. En 1988, ROUTIN lance également sa marque, « **Fruiss** », qui rencontre un vif succès.

◆ FICHE D'IDENTITÉ

Dénomination	ROUTIN SA
Siège social	Rue Émile Romanet –ZI Bissy-73000 Chambéry
Adresse postale	BP 9428 73094 Chambéry Cedex 9
Téléphone	04 79 25 68 76
Télécopie	04 79 25 68 55
E-mail et site internet	contact@routin.com – www.routin.com
Statut juridique	Société Anonyme
Président Directeur Général	Jean Clochet
Date de création	1883
Effectif	183 salariés
Chiffre d'affaires 2008	5,3 millions d'euros

◆ ROUTIN EN CHIFFRES

SIROPS :

- ❖ 2^{ème} fabricant français
- ❖ 1^{er} fabricant de produits à marque de distributeurs en France et en Europe
- ❖ 1^{er} exportateur mondial
- ❖ Leader au Danemark et en Hollande

CA sirops 2008 : 5,1 millions d'euros

EXPORTATION : elle concerne 72 pays et représente 25 % du CA

PRODUCTION : 2,8 millions de bidons et 1,3 million de bouteilles

◆ LA CLIENTÈLE

Elle se compose essentiellement pour la France des hypers et supermarchés tels que Carrefour, Leader Price, Système U, Leclerc, Auchan, Casino, Intermarché, Champion, pour l'export Delhaize (Belgique), Bloc (Belgique), Albert Heijn (Pays Bas) etc.

Cette clientèle impose une exigence qualité de la conception à la manipulation des produits.

◆ LES PRINCIPALES MARQUES

FRUISS Formule vitaminée		SAVEURS D'ÉTÉ	
			
FRUISS	IBIZA		SAVEURS COCKTAIL
			

mais aussi :

- ❖ 1883 de PHILIBERT ROUTIN
- ❖ CIPRESS
- ❖ FRUISCO
- ❖ Gamme économique
- ❖ et toutes les marques de distributeurs

Dans le but d'élargir la gamme de produits de l'entreprise et de mieux répondre aux attentes des consommateurs, le service Recherche et Développement vient de proposer le prototype d'un nouveau sirop « sans sucre » : le "**FRUISS sans sucre**". Le directeur commercial envisage le lancement de ce nouveau produit sur le marché au premier trimestre 2010.

Dans ce contexte, vous venez d'être embauché(e) en tant qu'assistant(e) de gestion. Vos fonctions vous amènent à travailler en collaboration avec M. DUBOIS (Directeur commercial) et Mme GRANGEAT (Directrice financière).

ANNEXE 1 :	Informations recueillies auprès des différents services pour le lancement du " FRUISS sans sucre "
ANNEXE 2 :	Extrait du calendrier 2009
ANNEXE 3 :	Descriptif du nouveau produit " FRUISS sans sucre "
ANNEXE 4 :	Notes prises lors d'une réunion avec M. DUBOIS
ANNEXE 5 :	Compte de résultat 2008
ANNEXE 6 :	(à rendre avec la copie) Calcul des soldes intermédiaires de gestion 2008
ANNEXE 7 :	Informations comptables complémentaires
ANNEXE 8 :	Proposition d'inscription au concours « Excellence du goût 2010 »
ANNEXE 9 :	Extraits de l'enquête 2008 « Excellence du goût »
ANNEXE 10 :	Règlement et méthodologie « Excellence du goût » (extraits)
ANNEXE 11 :	Gestion des stocks
ANNEXE 12 :	(à rendre avec la copie) Calendrier d'approvisionnement 2010

Avertissement :

Dans le souci du respect de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, les extraits d'articles de presse spécialisée ou non, sont reproduits en leur état originel. Ils sont donc susceptibles de comporter des mots ou expressions de style oral ou professionnel.

DOSSIER 1
LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT
ANNEXES 1 à 4

M. DUBOIS souhaite déterminer l'ordonnancement des tâches effectuées par les différents services de l'entreprise pour mettre en œuvre le lancement du nouveau produit "**FRUISS sans sucre**".

Il vous a chargé de recueillir les informations nécessaires à cette planification auprès des quatre services concernés.

1.1 Réalisez le planning d'ordonnancement de la mise en œuvre de ce projet avant le lancement définitif du nouveau produit sur le marché en janvier 2010.

M. DUBOIS souhaite participer au salon « FIPROAL », forum alimentaire, qui se tiendra du 7 au 10 octobre 2009 à EUREXPO LYON.

De renommée internationale, le FIPROAL a accueilli lors de sa précédente édition près de 15 000 visiteurs parmi lesquels les plus grands acheteurs alimentaires du monde entier.

À l'occasion de ce forum, ROUTIN présentera ses dernières nouveautés dont "**FRUISS sans sucre**" décliné en 6 parfums.

1.2 Rédigez l'argumentaire de vente qui servira de base aux commerciaux présents sur le salon pour mettre en avant le nouveau sirop "FRUISS sans sucre".

Le logiciel de GRC(*), installé à l'occasion du lancement du "**FRUISS sans sucre**", nécessite que les commerciaux en acquièrent une maîtrise suffisante. M. DUBOIS a donc décidé de mettre en place un stage de formation.

1.3 Rédigez la lettre de convocation personnalisée qui sera adressée à chacun des commerciaux.

(*) Gestion de la Relation Client

DOSSIER 2
PROJET D'INVESTISSEMENT
ANNEXES 5 à 7

La production des sirops "**FRUISS sans sucre**" nécessite la création d'une nouvelle ligne de production ainsi qu'un agrandissement de la surface des locaux actuels. Le montant de l'investissement nécessaire a été évalué à environ 150 000 €.

Mme GRANGEAT souhaite négocier un prêt auprès de sa banque à hauteur de 80% de l'investissement, les 20% restants devant faire l'objet d'un autofinancement.

Dans ce contexte, Mme GRANGEAT vous demande un diagnostic sur la situation financière de l'entreprise. En effet, elle souhaite que l'équilibre financier de son bilan soit maintenu et que le taux d'endettement soit acceptable afin de garder une certaine indépendance.

2.1. Analysez le compte de résultat de l'entreprise en calculant :

- **les soldes intermédiaires de gestion pour l'année 2008 (ANNEXE 6 à rendre avec la copie)**
- **la capacité d'autofinancement pour l'année 2008**

2.2. Pour compléter cette analyse, étudiez la structure financière du bilan en calculant le fonds de roulement net global, le besoin en fonds de roulement et la trésorerie nette de l'entreprise.

2.3. À partir de vos calculs et de votre analyse, présentez dans un rapport les points forts et les points faibles de la situation financière de l'entreprise dans la perspective de ce projet d'investissement. Vous donnerez votre avis sur sa pertinence et sur sa faisabilité au vu des exigences de la directrice financière.

DOSSIER 3
OBTENTION DU SIGNE « EXCELLENCE DU GOÛT 2010 »
ANNEXES 8 à 12

Le directeur commercial vient de recevoir une proposition de l'entreprise TOVADIA. Cette structure indépendante s'est spécialisée dans les démarches d'évaluation de produits par des consommateurs. Elle est propriétaire de la marque collective « Excellence du goût ».

Chaque année, elle réunit des consommateurs qui goûtent puis évaluent les différents produits candidats. Le lauréat est autorisé à apposer le signe « Excellence du goût » (signe distinctif bien connu des consommateurs) sur son produit.

TOVADIA, dans son courrier, annonce l'ouverture de la 12^{ème} édition de « Excellence du goût » et propose à l'entreprise ROUTIN d'inscrire un ou plusieurs de ses produits.

Le directeur commercial vous confie la réalisation d'une étude d'opportunité articulée autour des points suivants :

- avantages et inconvénients de l'obtention de ce signe
- nombre de produits susceptibles de concourir compte tenu d'un budget limité
- conséquences sur l'organisation des approvisionnements en bidons de "FRUISS" (classique et sans sucre)

3.1. Présentez dans une note de synthèse les avantages et les inconvénients de l'obtention du signe « Excellence du goût 2010 ».

L'obtention du signe « Excellence du goût » 2010 occasionnerait, selon les premières estimations, une augmentation des ventes de 10 % sur les produits de la gamme **FRUISS** (conditionnement : bidon métallique). Il faudra en conséquence augmenter l'approvisionnement en bidons de cette gamme et éventuellement modifier le nombre de commandes et le calendrier d'approvisionnement.

3.2 Déterminez le nombre optimal de commandes pour l'année 2010 et établissez le calendrier d'approvisionnement pour les 6 premiers mois de 2010 (ANNEXE 12 à rendre avec la copie).