



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux - BTSA TC (Technico-Commercial) - Session 2017

1. Rappel du contexte du sujet

Ce sujet d'examen porte sur la gestion technico-économique d'une entreprise de production de glaces, La Fabrique du Sud, qui a été créée sous forme de SCOP. Les questions abordent divers aspects de la gestion d'entreprise, allant du statut juridique aux analyses de marché et de rentabilité.

2. Correction des questions

1-1. Présenter les principales caractéristiques du statut de SCOP. (1 point)

La question demande de définir les caractéristiques d'une SCOP.

Attendu : Les SCOP (Sociétés Coopératives et Participatives) sont des entreprises où les salariés sont également associés. Les principales caractéristiques incluent :

- **Propriété collective** : Les salariés détiennent la majorité des parts.
- **Gestion démocratique** : Chaque associé a une voix, indépendamment du nombre de parts détenues.
- **Distribution des bénéfices** : Les bénéfices sont partagés entre les salariés et réinvestis dans l'entreprise.
- **Engagement social** : La SCOP favorise l'emploi et la pérennité de l'entreprise.

1-2. Identifier les facteurs qui influencent la motivation des salariés d'une SCOP en vous appuyant sur l'exemple de La Fabrique du Sud. (2 points)

Cette question vise à explorer les éléments qui motivent les salariés dans une SCOP.

Attendu : Les facteurs de motivation incluent :

- **Participation à la prise de décision** : Les salariés sont impliqués dans les choix stratégiques.
- **Transparence** : Les informations financières et les décisions sont partagées, renforçant la confiance.
- **Engagement personnel** : Les salariés se sentent responsables de la réussite de l'entreprise.
- **Conditions de travail** : La SCOP favorise un environnement de travail collaboratif et respectueux.

Exemple : À La Fabrique du Sud, les salariés ont une forte implication dans les décisions, ce qui renforce leur motivation.

1-3. Analyser l'offre de la marque La Belle Aude au regard du marché des glaces et de ses évolutions. (4 points)

Cette question demande une analyse comparative entre l'offre de La Belle Aude et les tendances du marché.

Attendu : L'analyse doit aborder :

- **Positionnement** : La Belle Aude se positionne sur le marché haut de gamme avec des produits

artisanaux et locaux.

- **Tendances du marché** : Le marché des glaces évolue vers des produits bio et des innovations en termes de saveurs.
- **Concurrence** : La marque doit se démarquer face à de grands groupes et des marques de distributeurs.
- **Adaptation** : La Fabrique du Sud doit innover régulièrement pour répondre aux attentes des consommateurs.

1-4. Commenter le slogan de La Fabrique du Sud : « Le sens du goût, Le goût du sens ! » (1 point)

Il s'agit d'une analyse du slogan de l'entreprise.

Attendu : Le slogan évoque :

- **Qualité des produits** : « Le sens du goût » souligne l'importance de la qualité et du goût des glaces.
- **Valeurs éthiques** : « Le goût du sens » fait référence à l'engagement de l'entreprise envers des pratiques responsables et locales.

Ce slogan reflète l'identité de la marque et son positionnement sur le marché.

1-5. Présenter deux propositions argumentées de produits nouveaux qui permettraient à l'entreprise d'enrichir sa gamme. (1 point)

Cette question demande de proposer des idées de nouveaux produits.

Attendu : Propositions de nouveaux produits, par exemple :

- **Sorbet au thé vert et menthe** : Répond à la tendance santé et bien-être.
- **Glace au chocolat noir bio** : Attire les consommateurs soucieux de la qualité des ingrédients.

Chaque proposition doit être justifiée par rapport aux tendances du marché et aux attentes des consommateurs.

1-6. Calculer le seuil de rentabilité de la Fabrique du Sud et interpréter le résultat obtenu. (2 points)

Le seuil de rentabilité est le point où les recettes couvrent les coûts.

Calcul :

- $\text{Seuil de rentabilité} = \text{Charges fixes} / (1 - \text{Charges variables} / \text{Chiffre d'affaires})$
- $\text{Charges fixes} = \text{Montant total des charges} - \text{Charges variables} = 1\,500\,000\,€ - 450\,000\,€ = 1\,050\,000\,€$
- $\text{Seuil de rentabilité} = 1\,050\,000\,€ / (1 - 450\,000\,€ / 1\,571\,817\,€) \approx 1\,050\,000\,€ / 0,71 \approx 1\,480\,000\,€$

Interprétation : La Fabrique du Sud doit réaliser un chiffre d'affaires d'environ 1 480 000 € pour couvrir ses coûts.

1-7. Commenter les écarts observés. (2 points)

Cette question demande d'analyser les ratios de gestion.

Attendu : Commentaire sur les écarts :

- **Taux de valeur ajoutée** : La Fabrique du Sud est supérieure à la moyenne du secteur, ce qui indique une bonne capacité à créer de la valeur.
- **Poids des charges de personnel** : Élevé par rapport à la moyenne, ce qui peut indiquer une gestion des coûts à revoir.

Ces écarts soulignent la nécessité d'optimiser les charges tout en maintenant la qualité.

2-1. Évaluer la pertinence, d'un point de vue commercial, pour La Fabrique du Sud de démarcher l'enseigne Frais d'Ici. (3 points)

Cette question demande une évaluation stratégique.

Attendu : Évaluation des avantages :

- **Partenariat local** : Renforce l'image de marque et l'engagement local.
- **Accès à une clientèle ciblée** : Les consommateurs de Frais d'Ici sont sensibles aux produits locaux et de qualité.
- **Opportunités de co-marketing** : Possibilité de campagnes communes pour accroître la visibilité.

2-2. Montrer, par des calculs appropriés, que ce prix de vente consommateur permet de satisfaire les deux entreprises. (1 point)

Cette question demande des calculs de rentabilité.

Calculs :

- Coût de revient = 4,51 €
- Objectif de marge nette = 7 % → Marge nette = $4,51 \text{ €} \times 0,07 = 0,3167 \text{ €}$
- Prix de vente pour La Fabrique du Sud = Coût de revient + Marge nette = $4,51 \text{ €} + 0,3167 \text{ €} \approx 4,83 \text{ €}$
- Prix de vente consommateur = 7,30 € → Taux de marque = $(\text{PVC} - \text{Coût de revient}) / \text{PVC} = (7,30 \text{ €} - 4,51 \text{ €}) / 7,30 \text{ €} \approx 38 \%$

Conclusion : Le prix de vente permet à La Fabrique du Sud de réaliser sa marge et à Frais d'Ici de respecter son taux de marque.

2-3. Proposer les grands axes d'un plan de communication. (3 points)

Cette question demande des suggestions pour un plan de communication.

Attendu : Propositions d'axes de communication :

- **Mise en avant des valeurs** : Communiquer sur l'origine locale et les pratiques durables.
- **Événements de dégustation** : Organiser des événements pour faire découvrir les produits.
- **Campagne digitale** : Utiliser les réseaux sociaux pour engager la communauté et partager des recettes.

3. Synthèse finale

Dans ce corrigé, nous avons vu que les étudiants doivent être attentifs à :

- La clarté et la précision des réponses, en répondant directement aux questions posées.

- La nécessité d'appuyer les réponses avec des exemples concrets ou des calculs pertinents.
- La capacité à analyser et à interpréter des données financières et des indicateurs de gestion.

Conseils pour l'épreuve :

Il est essentiel de bien comprendre les concepts clés abordés dans le sujet et de se préparer à des questions d'analyse et de calcul. N'hésitez pas à vous entraîner avec des cas pratiques similaires pour vous familiariser avec la structure des réponses attendues.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.