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 :
formav.co/explorer

BTSA TECHNICO-COMMERCIAL • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

E5 Gestion technico-économique - Option : Technico-commercial

Session 2017 • Code sujet : **2017-BTS180-NOR-ME** • Durée : **240 minutes**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **La naissance de Fabrique du Sud et son adaptation au marché** (7 questions) — **Page 3**

2. **La recherche d'un nouveau partenariat avec Frais d'Ici** (3 questions) — **Page 6**

3. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 8**

Sujet officiel (PDF) : https://btsatc.fr/assets/annales/btsa-tc/E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux/2017/BTSA TC - E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. La naissance de Fabrique du Sud et son adaptation au marché

La Fabrique du Sud est une SCOP créée par d'anciens salariés de Pilpa à Carcassonne, qui fabrique et commercialise des glaces et sorbets sous la marque La Belle Aude. Les documents présentent son statut, sa gamme et le marché des glaces, puis fournissent des données financières pour étudier sa rentabilité.

Le choix du statut juridique

Question 1-1. Présenter les principales caractéristiques du statut de SCOP.

Une SCOP est une société coopérative dont les salariés associés détiennent la majorité du capital et des droits de vote. La gouvernance est démocratique : chaque associé dispose d'une voix, quel que soit son apport, et les dirigeants sont élus. Les bénéfices sont répartis entre les salariés, les associés et les réserves impartageables, qui renforcent les fonds propres de l'entreprise. Une SCOP peut adopter la forme d'une SARL, d'une SA ou d'une SAS. Ce statut associe donc participation des salariés et activité économique.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> SCOP : majorité détenue par les salariés associés, décisions démocratiques et bénéfices partagés entre salariés, associés et réserves collectives.

Question 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.

À La Fabrique du Sud, le fait d'être propriétaire de l'entreprise et de participer aux décisions renforce l'implication : les salariés choisissent notamment les parfums et débattent des rémunérations. La transparence sur le chiffre d'affaires, l'autonomie et la liberté de s'exprimer favorisent aussi la motivation. La polyvalence, les formations et la valorisation des compétences donnent des perspectives aux salariés. Enfin, reprendre l'usine et préserver un projet local donnent du sens au travail. En contrepartie, les salaires ont baissé et la décision collective peut créer des tensions.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La propriété collective, la participation, l'autonomie, la polyvalence et le projet commun motivent les salariés, malgré des rémunérations plus faibles.

L'adaptation au marché

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

Offre de La Belle Aude	Tendance du marché	Appréciation
Fabrication artisanale, qualité gustative, ingrédients locaux et emballage carton écoresponsable	Recherche de goût, de qualité, d'origine locale et d'emballages recyclables	Positionnement différenciant et responsable
Parfums variés, nouveautés, sorbets et bûches glacées	Innovation, gourmandise et renouvellement des parfums	Gamme cohérente avec les attentes
Pots de 356 g et bacs de 500 g, vendus en GMS	Développement des formats individuels et petits pots	Formats individuels à développer
Vanille à 15,48 €/kg	Concurrence des offres moins chères	Positionnement premium

La marque répond aux attentes de goût, d'innovation et de responsabilité. Sa présence en GMS facilite l'accès au marché, mais son prix élevé peut freiner les achats dans un contexte où les consommateurs sont plus attentifs à leurs dépenses. Les petits formats individuels constituent une piste de développement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une offre artisanale, innovante et responsable, bien positionnée sur la qualité, mais premium et à compléter par des formats individuels.

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

Le slogan repose sur une inversion des mots. « Le sens du goût » évoque des glaces savoureuses, fabriquées selon des méthodes artisanales et avec une exigence de qualité. « Le goût du sens » renvoie à l'engagement de l'entreprise : une SCOP créée par d'anciens salariés, des approvisionnements privilégiant les producteurs locaux et une attention à l'environnement. La formule associe ainsi le plaisir de déguster à des valeurs sociales et responsables. Elle résume le positionnement de La Fabrique du Sud et distingue la marque d'une offre uniquement fondée sur le prix.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le slogan associe plaisir gustatif et engagement coopératif, local et environnemental.

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

1. **Des mini-pots individuels de glace praliné avec éclats croquants** : ils répondent à la demande de petits formats, de gourmandise et de textures sophistiquées.

2. **Une crème glacée végétale au cacao**, élaborée sans lait : elle élargirait la clientèle aux personnes intolérantes au lactose et aux consommateurs végétaliens, une cible mentionnée dans les tendances du marché.

Ces deux nouveautés compléteraient les pots de 356 g et les bacs de 500 g sans reproduire les parfums déjà proposés. Elles préserveraient le positionnement qualitatif de La Belle Aude.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Lancer des mini-pots gourmands au praliné et une crème glacée végétale sans lait.

La rentabilité

Question 1-6. À partir des informations relatives à l'exercice 2015, calculer le seuil de rentabilité de la Fabrique du Sud et interpréter le résultat obtenu.

Charges fixes : $1\,500\,000 - 450\,000 = 1\,050\,000$ €. Taux de marge sur coûts variables : $(1\,571\,817 - 450\,000)/1\,571\,817 \approx 71{,}37\,\%$. Le seuil de rentabilité est donc $1\,050\,000/(1 - 450\,000/1\,571\,817) \approx 1\,471\,192$ € de chiffre d'affaires. En 2015, le chiffre d'affaires dépasse ce seuil de $1\,571\,817 - 1\,471\,192 = 100\,625$ € environ. L'entreprise a donc couvert ses charges et réalisé un bénéfice de $1\,571\,817 - 1\,500\,000 = 71\,817$ €.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Seuil de rentabilité : environ 1 471 192 € de chiffre d'affaires. Bénéfice 2015 : 71 817 €.

Question 1-7. Commenter les écarts entre les ratios de gestion de La Fabrique du Sud et les valeurs moyennes du secteur.

Le taux de valeur ajoutée de La Fabrique du Sud est supérieur de 20,8 points à la moyenne du secteur. L'entreprise crée donc davantage de valeur ajoutée par rapport à son chiffre d'affaires, ce qui correspond à son positionnement qualitatif. En revanche, les charges de personnel représentent 82,5 % de cette valeur ajoutée, contre 67,2 % dans le secteur : l'écart est de 15,3 points. Cette part plus importante réduit la valeur disponible pour les autres charges et le résultat. Les deux ratios traduisent ainsi une forte création de valeur, mais aussi un poids salarial élevé.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Valeur ajoutée : +20,8 points par rapport au secteur. Charges de personnel : +15,3 points, ce qui pèse sur le résultat.

2. La recherche d'un nouveau partenariat avec Frais d'Ici

La Fabrique du Sud envisage de démarcher Frais d'Ici, une enseigne qui privilégie les produits frais et locaux, et qui a référencé la marque La Belle Aude. Les questions portent sur la pertinence commerciale du partenariat, le calcul des marges à partir du prix consommateur et la préparation d'une communication commune.

Le partenariat commercial

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

Le démarchage est commercialement pertinent : Frais d'Ici valorise le goût, la proximité, les coopératives et l'identification des producteurs, en cohérence avec l'histoire et le positionnement de La Belle Aude. La mise en avant du savoir-faire de la SCOP et de ses ingrédients d'origine connue peut attirer une clientèle attentive à la qualité et au local.

- L'enseigne ouvre un débouché spécialisé, présent à Toulouse, Dijon et Auch, avec des ambitions de développement.
- La proximité doit toutefois être nuancée : Carcassonne n'est pas en Midi-Pyrénées, même si certains approvisionnements de la SCOP viennent du Lot.
- Le positionnement haut de gamme doit rester compatible avec la recherche du prix juste de Frais d'Ici.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Démarchage pertinent pour les valeurs et le débouché commercial, sous réserve de vérifier l'origine des ingrédients et l'acceptabilité du prix.

Intérêt économique de l'opération

Question 2-2. À partir du coût de revient du bac de 750 ml, du taux de marge nette visé par La Fabrique du Sud, du taux de marque de Frais d'Ici, du prix de vente consommateur et du taux de TVA, montrer par des calculs appropriés que ce prix permet de satisfaire les deux entreprises.

Le prix consommateur hors taxe est de 7,30 / 1,055 = 6,9194 €. Avec un taux de marque de 30 %, le prix d'achat HT de Frais d'Ici est 6,9194 × 0,70 = 4,8436 €. La marge nette de La Fabrique du Sud est donc 4,8436 - 4,51 = 0,3336 €, soit 0,3336 / 4,51 × 100 = 7,40 % du coût de revient. Ce résultat dépasse l'objectif de 7 %. Le PVC permet ainsi de satisfaire les deux entreprises.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Prix d'achat HT : 4,8436 €. Taux de marque de Frais d'Ici : 30 %. Taux de marge de La Fabrique du Sud : 7,40 %.

Le lancement de l'opération

Question 2-3. Proposer les grands axes d'un plan de communication pour l'opération commune de La Fabrique du Sud et de Frais d'Ici, dont les frais seront partagés.

Concevoir une opération de lancement qui fasse connaître la glace et incite à la goûter, en soulignant le goût, l'histoire de la SCOP et l'origine des ingrédients.

1. En magasin : affichage et balisage du rayon, dégustations, présentation du produit et rencontre avec un coopérateur ou un producteur.
2. Avant et pendant l'opération : relayer l'annonce dans les supports et la lettre d'information de Frais d'Ici, sur ses réseaux sociaux et auprès de la presse locale.
3. Fixer ensemble la durée, les moyens et la répartition des frais. Mesurer ensuite les ventes, la participation aux dégustations et les retours des clients.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Lancement en magasin avec dégustations et mise en avant des producteurs, relayé par les supports numériques et la presse locale, puis évalué par les ventes et les retours clients.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2017)

Bilan de l'épreuve : Épreuve de BTSA Technico-commercial, E5 Gestion technico-économique, session 2017, code 2017-BTS180-NOR-ME, d'une durée de 240 minutes, sans coefficient imprimé. Le sujet étudie la SCOP La Fabrique du Sud et sa marque La Belle Aude, puis un partenariat avec Frais d'Ici. Il évalue l'analyse de marché, la gestion de la rentabilité, les choix commerciaux et la communication.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Seuil de rentabilité en valeur = charges fixes / taux de marge sur coûts variables.
- Taux de marge nette = marge nette / coût de revient ; taux de marque = marge / prix de vente.
- Le taux de valeur ajoutée rapporte la valeur ajoutée au chiffre d'affaires hors taxes.
- Pour comparer une offre au marché, tenir compte de la gamme, du prix, de la qualité et des attentes des consommateurs.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les caractéristiques du statut de SCOP des facteurs de motivation observés chez ses salariés.
- Étayer l'analyse de l'offre par des données sur les produits, les prix et les tendances du marché.
- Pour le seuil de rentabilité, distinguer charges fixes et variables, puis interpréter le résultat.
- Pour les marges, identifier la base de calcul et tenir compte de la TVA avant de comparer les prix.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le seuil de rentabilité avec les données de l'exercice ?

Soustrayez les charges variables des charges totales pour obtenir les charges fixes. Calculez le taux de marge sur coûts variables en divisant le chiffre d'affaires moins les charges variables par le chiffre d'affaires, puis divisez les charges fixes par ce taux.

Q : Quelle différence faut-il faire entre taux de marge nette et taux de marque dans ce sujet ?

La Fabrique du Sud calcule son taux de marge nette par rapport au coût de revient. Frais d'Ici calcule son taux de marque par rapport au prix de vente. Il faut donc appliquer chaque pourcentage à sa base propre.

Q : Comment organiser les quatre heures de l'épreuve ?

L'épreuve dure 240 minutes et compte 20 points : 13 pour la première partie et 7 pour la seconde. Répartissez votre temps selon ces barèmes, en gardant quelques minutes pour vérifier les calculs et les réponses.

Q : Quels critères de notation le jury retient-il ?

La grille évalue l'identification du statut, l'analyse de marché, les propositions de produits, les calculs et interprétations de gestion, les choix de distribution et le plan de communication. Appuyez vos arguments sur les informations des documents.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsatc.fr/assets/annales/btsa-tc/E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux/2017/BTSA TC - E5 - Optimiser la gestion de l'information des processus technicocommerciaux - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

Ressources BTSA Technico-Commercial : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.