

## Etude de cas

### Récapitulatif de votre recherche :

- Série : Terminale Techno STG Compta finance entreprises
- Matière : Etude de cas

## Le sujet

2007 - Terminale Techno STG Compta finance entreprises - Epreuve de spécialité - Partie

### Partie : Tableau différentiel et seuil de rentabilité

## DOSSIER 3 - PROJET DE DEVELOPPEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT

### PREMIÈRE PARTIE : Rentabilité du nouveau produit

Monsieur Brossart souhaite développer la clientèle des décorateurs en lançant un nouveau produit : le film vitrail. Ce film a la particularité d'imiter parfaitement le relief du vitrail.

La fabrication en grande série de ce film nécessite l'achat d'un matériel industriel dont le devis vous est donné en **annexe 6**. Il est prévu d'utiliser ce matériel cinq ans et de l'amortir en linéaire. Le comptable estime le prix de revente HT après 5 ans à 3 500 euros.

Vous disposez des éléments prévisionnels concernant la fabrication et la vente de ce produit en **annexe 7**

#### Travail à faire

1. Justifier le montant de l'annuité d'amortissement du matériel XS PL 1200.
2. Présenter le compte de résultat prévisionnel par variabilité de l'année 2007.
3. Calculer le seuil de rentabilité et l'indice de sécurité.
4. Interpréter et commenter les résultats obtenus pour aider Monsieur Brossart à prendre la décision de fabrication de ce nouveau produit.

### DEUXIÈME PARTIE : Lancement du nouveau produit

Pour accélérer la commercialisation de ce nouveau produit, Monsieur Brossart a décidé de mettre en place une campagne de téléprospection. Il vous a donné un certain nombre d'indications (**l'annexe 8** reprend un extrait de cet entretien) et vous disposez en **annexe 9** du schéma relationnel de la base de données sous ACCESS.

#### Travail à faire

1. Compléter le tableau de gestion des droits d'accès à la base de données (**annexe B** à rendre avec la copie) en utilisant le dictionnaire des droits présenté en **annexe 10**.
2. Sachant que le coût de cette prospection est estimé à 1 800€ (salaire des téléprospecteurs, coût des communications téléphoniques), quelle sera l'incidence de cette prospection sur la marge sur coût variable, sur le résultat prévisionnel et sur le seuil de rentabilité du film vitrail ?

### Annexe 6 : Devis pour la machine XS PL 1200

Matériel XS PL 1200	11 800,00
Frais de port	100,00
Frais d'installation	248,23
Remise 5%	607,41

Net commercial Escompte 2%	11 540,82 230,82
Net financier TVA 19,6%	11310,00 2 216,76
TTC	13 526,76

Ventes : 4 500 m<sup>2</sup>

Prix de vente d'un m<sup>2</sup> de film : 32€

Matières premières nécessaires à la fabrication d'un m<sup>2</sup> de film : 10,20€

Autres charges variables unitaires de production et de distribution par m<sup>2</sup> de film : 3,30€

Annuité d'amortissement du matériel XS PL 1200 : 1 562,00€

Autres charges fixes liées à la fabrication et à la production du film vitrail : 62 600€

### Annexe 8 : Extrait de l'entretien avec Monsieur Brossart

"J'ai décidé de lancer une campagne de téléprospection pour le lancement du film vitrail.

Monsieur Bertrand, chef des ventes, a créé la base de données. Il a établi la liste des prospects et saisi les questions. Ces questions auront pour objet de proposer l'envoi d'une documentation et la participation à une séance de démonstration, trois dates différentes étant prévues pour celle-ci. La liste des questions sera remise aux deux téléprospecteurs.

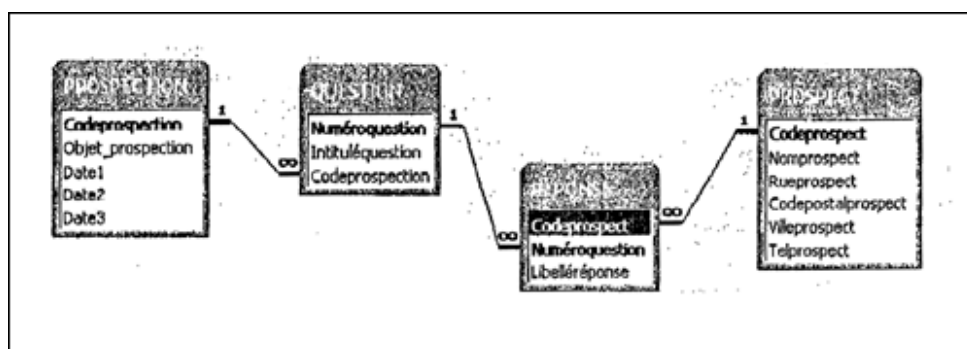
La campagne durera une semaine. Chaque jour, Monsieur Bertrand éditera une liste de prospects à contacter par chaque téléprospecteur. Il sera seul à pouvoir supprimer ou modifier des enregistrements. Les téléprospecteurs devront saisir le code du prospect appelé, le numéro de la question posée et la réponse. Si le prospect est d'accord pour assister à une démonstration, la réponse à cette question sera la date choisie.

Mme Perrin, l'assistante commerciale, éditera la liste des prospects avec les réponses pour adresser à ceux qui l'ont souhaité une documentation et une invitation.

Je souhaite moi-même pouvoir avoir accès à toutes les informations.

Je vous ai demandé de venir me voir pour vous charger d'établir l'annuaire des utilisateurs qui définira pour chacun des acteurs de la prospection ses droits d'accès. Vous êtes, dans l'entreprise, la personne la plus qualifiée pour le faire...".

### Annexe 9 : Extrait du schéma relationnel de la base de données sous ACCESS



### Annexe 10 : Dictionnaire des droits d'accès

Symbole	Droits	Description

C	Création	Création d'un nouvel enregistrement
M	Modification	Modification ou mise à jour d'enregistrement
I	Interrogation	Droit de lecture ou d'édition d'enregistrements
S	Suppression	Suppression d'enregistrement

ANNEXE B : Annuaire des droits d'accès à la base de données PROSPECTION (à rendre avec la copie)

Tables	M. Bertrand	Téléprospecteurs	Mme Perrin	M. Brossard
PROSPECT				
QUESTION				
REPONSE				
PROSPECTION				