

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

DIÉTÉTIQUE

E4 - Économie et Gestion

SESSION 2016

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

Objectifs de l'épreuve :

- L'épreuve permet d'apprécier les connaissances fondamentales en économie et gestion ainsi que leur mobilisation dans le cadre des activités du diététicien.

Matériel autorisé :

- Toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (circulaire n°99-186, 16/11/1999).

Document à rendre avec la copie :

- Annexe A.....page 9/9.
- Annexe B.....page 9/9.

Les 4 parties sont indépendantes

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 9 pages numérotées de 1/9 à 9/9.

AVERTISSEMENT

Si le texte du sujet, de ses questions ou de ses annexes, vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement dans votre copie.

Sommaire

Page de garde	Page 1/9
Présentation du sujet	Page 2/9
Partie 1 : Le marché de la vente à emporter (VAE)	Page 3/9
Annexe 1 : Snacking*, restauration rapide, VAE (vente à emporter) les nouvelles tendances alimentaires	Page 5 et 6/9
Partie 2 : Enquête par sondage	Page 3/9
Partie 3 : Étude juridique	Page 3/9
Annexe A : Tableau sur les statuts juridiques (à rendre avec la copie)	Page 9/9
Partie 4 : Gestion comptable	Page 4/9
Annexe 2 : Informations comptables	Page 7/9
Annexe 3 : Tableau d'amortissement du four	Page 7/9
Annexe 4 : Données prévisionnelles HT avril 2016	Page 8/9
Annexe B : Bilan d'ouverture au 1 ^{er} avril 2016 (à rendre avec la copie)	Page 9/9

Trois amies, ayant obtenu le diplôme de diététicien depuis octobre 2015, décident de créer leur propre entreprise. Le projet est le suivant : confection et vente de menus complets bio (entrée, plat, dessert) équilibrés. Elles souhaitent proposer une offre différente sur le marché des plats à emporter, à savoir utiliser des produits frais et promouvoir des producteurs locaux.

Leur offre s'adresse principalement :

- le midi : aux salariés qui ont peu de temps pour manger.
- le soir : aux familles, aux couples sans enfant, aux étudiants.

Elles souhaitent s'installer dans le quartier Saint Michel au centre de Toulouse à proximité des facultés de sciences et de médecine.

Les clients peuvent commander par téléphone et venir retirer sur place leur repas.

Vous êtes chargé(e) d'étudier les quatre dossiers suivants que vous traiterez avec l'aide des annexes.

* Le snacking correspond à une "restauration rapide et nomade".

PARTIE 1 : LE MARCHÉ DE LA VENTE À EMPORTER

(points 7/40)

Les trois amies veulent se positionner sur le marché de la vente à emporter et se demandent si c'est un marché porteur. À partir de l'annexe 1 et de vos connaissances, vous répondrez aux questions suivantes.

Travail à faire :

Question 1.1 : Présenter les principales caractéristiques de l'offre et la demande sur le marché de la vente à emporter (VAE).

Question 1.2 : Présenter les arguments essentiels quant à la pertinence du projet en tenant compte de la segmentation du marché et de la zone d'implantation.

PARTIE 2 : ENQUÊTE PAR SONDAGE

(points 6/40)

Pour mieux cerner les attentes des clients potentiels concernant ce type de restauration, elles décident de réaliser un sondage.

Travail à faire :

Question 2.1 : Présenter la structure du questionnaire envisagé

Question 2.2 : Rédiger trois questions pouvant figurer dans ce questionnaire et permettant de connaître les habitudes de restauration de la personne interrogée (proposer une question ouverte, une question fermée, une question à choix multiple).

Question 2.3 : Proposer et justifier une méthode d'administration du questionnaire.

PARTIE 3 : ÉTUDE JURIDIQUE

(points 8/40)

Dans le cadre de la mise en place de ce projet, se pose la question de la forme juridique à choisir. Les trois amies vous demandent de les aider, sachant qu'elles apportent respectivement 10 000 € chacune et qu'elles veulent protéger leur patrimoine personnel.

Travail à faire :

Question 3.1 : Comparer les différentes formes juridiques (Compléter le tableau en Annexe A).

Question 3.2 : Choisir la structure juridique la plus appropriée, en la justifiant.

BTS Diététique		Sujet 2016
E 4 : Économie et Gestion	Code : DIECOG1	Page : 3/9

PARTIE 4 : GESTION COMPTABLE

(points 19/40)

Les trois amies concrétisent leur projet, elles ouvriront le 1^{er} avril 2016. À l'aide des informations fournies en annexe 2 :

Travail à faire :

Question 4.1 : Présenter le bilan d'ouverture au 1^{er} avril 2016 en complétant l'annexe B.

Le comptable a communiqué le tableau d'amortissement du four (annexe 3) aux trois amies qui vous demandent de leur expliquer l'utilité de l'amortissement.

Travail à faire :

Question 4.2 : Définir la notion d'amortissement.

Question 4.3 : Préciser les incidences de l'amortissement sur le bilan et le compte de résultat.

Question 4.4 : Présenter les calculs *pour l'année 2016* de chaque colonne du tableau d'amortissement (annexe 3).

Les trois amies souhaitent déterminer le seuil de rentabilité de leur activité. Elles vous communiquent dans l'annexe 4 les chiffres prévisionnels du mois d'avril 2016.

Travail à faire :

Question 4.5 : Déterminer le montant des charges fixes et variables. Justifier les calculs.

Question 4.6 : Calculer le seuil de rentabilité.

Afin de pouvoir couvrir à la fois leur rémunération et les cotisations sociales associées, les trois amies souhaitent dégager un montant global de 5 400 € pour le mois d'avril.

Travail à faire :

Question 4.7 : Déterminer le chiffre d'affaires qu'il faudrait alors réaliser afin de couvrir leur rémunération et les cotisations sociales associées.

ANNEXE 1 : Snacking, restauration rapide, VAE : Les nouvelles tendances alimentaires

Les modes alimentaires ont beaucoup évolué ces dernières années, selon les études et tendances de consommation. Snacking, restauration rapide, vente à emporter ou restauration nomade ont de plus en plus la préférence du consommateur. Ce phénomène marque une profonde mutation sociologique dans le comportement alimentaire de l'individu et structurelle dans l'organisation du marché...

De multiples facteurs expliquent la progression importante de ces formes d'alimentation. Face à la gestion de plus en plus problématique de son temps, le consommateur est en quête de formules alimentaires rapides, répondant à ses besoins nutritionnels, sans pour autant perturber son activité. Par ailleurs, il privilégie une consommation nomade moins onéreuse qu'une consommation à table. Il résulte de cette mutation, une modification des formats horaires des repas. Près d'un quart des consommations hors domicile se font le matin (en dehors du petit-déjeuner) ou dans l'après-midi. En France, un repas sur sept est pris à l'extérieur contre un sur trois en Grande-Bretagne et un sur deux aux USA. Il existe un développement de formes hybrides de consommation qui sont le grignotage ou des substituts de repas. De même, on assiste à une multiplication des lieux de consommation et à une délocalisation des établissements de restauration classique. Le temps consacré au déjeuner est passé en vingt ans, de 1h40 à 40 minutes en moyenne, voire à moins de 10 minutes chez certains « snackeurs », bouleversant à la fois les contours et l'offre de la restauration. De même, le ticket moyen restauration a connu une baisse de 20% en vingt ans. Ce phénomène important et fréquent chez les jeunes se généralise dans toutes les tranches d'âge et aux deux sexes (70% de cette population déjeune d'un snack à midi)... Si dans nos sociétés, le snacking s'est développé en suivant l'évolution économique, la baisse des coûts et la diversité de l'offre alimentaire, il n'est pas pour autant, une spécificité de notre monde occidental. Dans de nombreuses cultures, il est pratiqué depuis fort longtemps : « an choi » vietnamien, « mezzés » nord-africains... en sont quelques exemples. Certains pratiquent même le grignotage comme seul mode d'alimentation, en dehors de tout repas structuré (Iles Tonga).

Un marché en forte progression

Le marché du snacking et de la VAE (vente à emporter) représente un chiffre d'affaires de 23,5 Md€ dont 28% dans les cafés, 23% pour les fast-foods, 13% sur les sites de concession (grands stades, multiplex, parcs de loisirs...), 12% dans les commerces alimentaires (boulangeries, pâtisseries, charcuteries traiteurs...), 10% pour les ambulants, saisonniers et circuits quotidiens, 8% sur les sites de transport (aires d'autoroutes, gares SNCF...), 4% dans les stations-services, 2% dans les rayons traiteurs des grandes et moyennes surfaces (GMS). Le marché français enregistre une croissance deux à trois fois supérieure à la restauration traditionnelle (+13% l'an sur trente ans pour le snacking contre 5% l'an pour la restauration traditionnelle). Ce sont près de 240 000 établissements qui proposent des produits de consommation snacking et nomade. Le snack salé représente 40% des consommations, le sandwich 23% et le sucré 16%. Sur l'ensemble de ce marché, il existe un relatif équilibre entre les achats de

produits liquides et produits solides. En GMS, les ventes ont progressé de 11,9% en volume et de 9,9% en valeur (soit 10% du CA du traiteur libre-service).

Les établissements qui n'appartiennent pas directement au monde de la restauration sont dominants avec près de 75% des points de vente dont 115 000 commerces alimentaires (boulangeries pâtisseries, charcuteries traiteur), 38 000 commerces non alimentaires (bureau de tabac, kiosque presse), 31 000 magasins de proximité (épicerie traditionnelle à supérette de quartier), sans oublier plus de 4 500 shops (de la station-service au linéaire traiteur des 10 000 GMS). Le snacking constitue, depuis une décennie, le pilier de la croissance de la consommation hors domicile. De l'analyse des différents segments de la restauration, il ressort que le segment « super économique » (prix inférieur à 10€ : restauration rapide, snack, self-service...) a le plus progressé (+67%) devant le « segment luxe » (prix supérieur à 30€ : restauration gastronomique) en hausse de 3%. Les autres segments intermédiaires : « économique » (entre 10 et 15€ : pizzeria, restaurant ethnique, thématique), « intermédiaire » (entre 15 et 20€ : grill, traditionnel), « haut de gamme » (entre 20 et 30€ : traditionnel/gastronomique) ont baissé respectivement de 11%, 12% et 7%.

Le sandwich tient la vedette...

Dans l'ensemble du marché, le sandwich a beaucoup évolué ces dernières années. La preuve tangible de ces changements est l'instauration dans les chaînes de restauration rapide, des sandwicheries qui représentent désormais un tiers des points de vente, les fast-foods hamburger comptant pour un petit tiers, le reste se répartissant entre les autres concepts. On trouve en Europe une sandwicherie de chaîne pour 41 000 habitants en moyenne, ce concept y étant le plus populaire à l'exception des pays nordiques et du Benelux. On remarque que des sociétés d'investissement y sont plus présentes que sur les autres concepts, laissant à penser que le potentiel de ce créneau est supérieur aux autres segments de la restauration. De même, les groupes de panification sont aussi très présents parmi les détenteurs d'enseignes de sandwicheries. Les enseignes américaines ne possèdent que 9% du parc sandwicherie alors qu'elles détiennent 54% des autres points de vente de restauration rapide. Les opérations de rénovation du parc sandwicherie sont fréquentes et les structures s'agrandissent pour permettre une restauration sur place plus confortable.

Manifestement, la sandwicherie cherche à se démarquer du fast-food par un meilleur accueil et un cadre plus agréable. Tous ces éléments montrent le dynamisme de ce segment qui devrait encore s'accroître dans les prochaines années. En outre, le sandwich et plus largement la filière snacking, intègrent de nouvelles tendances alimentaires, les produits et menus alliant plaisir et équilibre nutritionnel. Les recettes sont élaborées avec des diététiciens qui prennent en compte largement ce besoin recherché par le consommateur, lui-même prêt à payer davantage un produit de qualité, voire bio ou haut de gamme. On remarque aussi l'apparition de nouveaux concepts comme la formule sandwich + dessert + bouteille d'eau, les sandwiches certifiés « halal », les sandwiches allégés en matière grasse, les sandwiches aux saveurs exotiques...

Source/ Rungis Actualités Décembre 2014.

BTS Diététique		Sujet 2016
E 4 : Économie et Gestion	Code : DIECOG1	Page : 6/9

ANNEXE 2 :

Pour la création de leur entreprise, les 3 amies ont réalisé les opérations suivantes :

- Effectué un apport personnel de 10 000 € chacune qu'elles ont déposé sur le compte bancaire de l'entreprise
- Acheté un droit au bail de 12 000 €
- Acquis divers matériels : matériel de cuisine pour 26 000 €, matériel informatique pour 4 000 €
- Contracté un emprunt de 20 000 €, somme versée sur le compte banque de l'entreprise
- Constitué un stock de matières premières et autres approvisionnements pour une valeur de 3 000 €

L'ensemble des achats a été réglé au comptant. Seule reste due une facture pour un montant de 4 000 € qui sera payée le 15 mai 2016.

ANNEXE 3 : Informations relatives à l'acquisition du four

- prix d'achat T.T.C : 9 000 ,00 €
- durée de vie : 5 ans
- date d'acquisition et de mise en service : 1 avril 2016
- l'année comptable coïncide avec l'année civile
- TVA taux normal 20%

Tableau d'amortissement du four

Année	Valeur d'origine	Amortissement	Cumul d'amortissement	Valeur nette comptable
2016	7500	1125	1125	6375
2017	7500	1500	2625	4875
2018	7500	1500	4125	3375
2019	7500	1500	5625	1875
2020	7500	1500	7125	375
2021	7500	375	7500	0

ANNEXE 4 : Données prévisionnelles hors taxe pour le mois d'avril 2016

Chiffre d'affaires prévisionnel : 10 000 €

Loyer mensuel : 1 100 €

Achat de denrées : 2 525 €

Amortissement des immobilisations : 500 €

Frais généraux : 875 €

Salaire de l'employé en CDI : 1 600 € brut

Charges sociales cotisations patronales 40 % du salaire brut

Remarque : 40 % du montant des frais généraux sont des charges fixes.