

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR DIÉTÉTIQUE

E3 – U3 : ÉCONOMIE-GESTION

SESSION 2025

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 :

- L'usage d'une calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
- L'usage d'une calculatrice sans mémoire type collègue est autorisé.

Document à rendre avec la copie :

Document réponse : **Tableau d'amortissement de l'outil de conditionnement**

page 15/15

Le document-réponse sera à rendre non agrafé (même vierge) avec les copies.
Il vous appartient de compléter le bandeau au verso du document-réponse.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 15 pages, numérotées de 1 à 15.

Le sujet est composé de 4 dossiers, 8 annexes et 1 document-réponse.

Les 4 dossiers sont indépendants.

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.

Présentation du cas

- Dossier 1 : **Découvrir le marché d'une entreprise**
- Dossier 2 : **Créer une marque et la rendre visible**
- Dossier 3 : **Gérer les approvisionnements et prévoir les conséquences de l'investissement**
- Dossier 4 : **Accompagner le développement d'une entreprise**

Annexes

- Dossier 1 : **Découvrir le marché d'une entreprise**

Annexe 1	Les prix des fruits et légumes baissent enfin	Page 7/15
Annexe 2	Les soupes innovent entre naturalité et accessibilité	Pages 7 et 8/15
Annexe 3	Consommation : le marché des produits bio s'essouffle	Pages 8 et 9/15
Annexe 4	Les déterminants du « bien manger »	Page 10/15
Annexe 5	Pour un mode de vie plus équilibré, chaque petit pas compte	Page 11/15

- Dossier 2 : **Créer une marque et la rendre visible**

Annexe 6	Pourquoi rejoindre le réseau « Produit en Bretagne » ?	Page 12/15
Annexe 7	SIAL Paris	Page 13/15

- Dossier 3 : **Gérer les approvisionnements et prévoir les conséquences de l'investissement**

Annexe 8	Propositions faites par les fournisseurs potentiels	Page 14/15
Document-réponse	Tableau d'amortissement de l'outil de conditionnement	Page 15/15

PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION

L'entreprise familiale Boedec a été créée en 1954 en Bretagne dans le secteur agroalimentaire ; elle s'est spécialisée initialement dans les produits en conserve. Son effectif s'élève à quinze salariés.

Trois générations se sont déjà succédé à la tête de l'entreprise avec le même engagement pour assurer non seulement sa pérennité, mais aussi promouvoir le territoire et respecter l'environnement. Depuis 2013, c'est la quatrième génération qui est aux commandes de l'entreprise.

Morgan et Emmanuelle Boedec, frère et sœur, ont su la faire évoluer en apportant leur touche personnelle. Ils ont très vite eu recours aux compétences d'un diététicien pour revisiter les anciens produits et innover afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Outre les produits en conserve, l'entreprise propose désormais une gamme de soupes gourmandes, en brique, à base de produits frais du terroir. Les recettes sont élaborées avec des ingrédients issus de l'agriculture raisonnée, pauvres en sel, sans additifs, sans colorants, parfois atypiques (légumes oubliés, épices, gingembre, lait de coco, roquefort, camembert...). Parallèlement, elle a développé des soupes et des gaspachos¹ destinés aux rayons frais des distributeurs. Les produits sont proposés au format familial d'un litre ou individuel de 30 cl.

Vous êtes stagiaire dans l'entreprise Boedec et vous découvrez le fonctionnement de cette entreprise agroalimentaire.

DOSSIER 1 : Découvrir le marché d'une l'entreprise (8 points /40)

Morgan et Emmanuelle Boedec souhaitent développer avec le diététicien un produit innovant : des smoothies de légumes conditionnés en cubes congelés et protégés dans un sachet biodégradable. Ces cubes permettent de préparer un repas sain en quelques minutes. Il suffit de passer le cube sous l'eau quelques secondes pour le démouler, d'y ajouter le liquide de son choix, d'agiter, et c'est prêt !

Avant de prendre leur décision, ils vous chargent d'analyser le marché des soupes.

À partir des annexes 1 à 5 et de vos connaissances :

Question 1.1 : Identifier les opportunités et les menaces liées au macro-environnement de l'entreprise Boedec en structurant votre réponse.

Question 1.2 : Montrer l'adéquation de l'offre de l'entreprise avec les besoins des consommateurs.

¹ Gaspacho : potage froid d'origine espagnole, à base de tomates, de piments et d'ail.

DOSSIER 2 : Créer une marque et la rendre visible (8 points /40)

Morgan et Emmanuelle Boedec ont élaboré avec le diététicien leur produit : les smoothies de légumes conditionnés en cubes congelés.

Ils se sont inscrits au SIAL² 2026 pour présenter leurs nouveaux produits.

Cette nouvelle gamme de produits serait commercialisée sous la marque « Naturellement B », que l'entreprise familiale souhaite protéger et déposer auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

Pourquoi « B » ? Morgan et Emmanuelle Boedec l'expliquent avec un sourire : B comme Boedec, B comme Bon, B comme Biodégradable, B comme Bretagne.

Après avoir consulté le site de l'INPI, ils découvrent que le choix d'une marque est contraint par les conditions juridiques de validité suivantes :

- la distinctivité ;
- la licéité ;
- la non-déceptivité ;
- la disponibilité.

Par ailleurs, Morgan et Emmanuelle Boedec ont entrepris les démarches pour adhérer au réseau « Produit en Bretagne ».

À partir des annexes 6 et 7 et de vos connaissances :

Question 2.1 : Vérifier si la marque « Naturellement B » remplit les quatre conditions juridiques de validité nécessaires à son dépôt auprès de l'INPI.

Question 2.2 : Indiquer si le nom « Naturellement B » présente les qualités commerciales attendues d'une bonne marque.

Question 2.3 : Présenter les avantages pour l'entreprise d'adhérer au réseau « Produit en Bretagne ».

Question 2.4 : Apprécier l'intérêt de participer à un salon comme le SIAL.

DOSSIER 3 : Gérer les approvisionnements et prévoir les conséquences de l'investissement (13 points /40)

Depuis dix ans, l'entreprise Boedec s'approvisionne en emballages auprès du même fournisseur. Ce dernier est actuellement en liquidation judiciaire. Le contrat qui les liait a été résilié.

L'entreprise Boedec est donc à la recherche d'un nouveau fournisseur, partageant ses valeurs, pour ses emballages cartonnés.

² SIAL : Salon international de l'alimentation qui se tient à Paris.

Elle utilise des cartons de type « caisse américaine double cannelure » de dimensions 600 x 300 x 200 mm. Ces cartons servent à transporter les soupes par lots de douze et sont ensuite expédiés dans les points de vente.

L'entreprise souhaite passer une commande de 1 500 pièces en privilégiant le prix, un délai de livraison inférieur à huit jours et un délai de paiement satisfaisant. À la suite d'un appel d'offres, trois partenaires potentiels ont fait parvenir une proposition. Ces offres sont présentées en annexe 8.

À partir de l'annexe 8 et de vos connaissances :

Question 3.1 : Comparer les offres des fournisseurs à l'aide d'un tableau.

Question 3.2 : Commenter chaque offre et sélectionner l'un des fournisseurs en justifiant votre réponse.

Le nouveau fournisseur des emballages a été sélectionné. Après avoir passé la commande, Morgan et Emmanuelle vous sollicitent pour les éclairer sur les risques encourus par une gestion des stocks peu optimisée.

À partir de vos connaissances :

Question 3.3 : Rappeler l'importance de mettre en place une gestion des stocks rigoureuse.

Morgan et Emmanuelle Boedec souhaitent donner une autre dimension à leur entreprise. Ils projettent d'investir dans une nouvelle ligne de production pour fabriquer les smoothies.

Un nouvel outil de conditionnement a donc été acquis pour la somme de 120 000 euros hors taxes et mis en service le 15 mai 2025. Il sera amorti par amortissement linéaire sur une durée de cinq ans. L'exercice comptable correspond à l'année civile.

À partir de vos connaissances :

Question 3.4 : Compléter le tableau d'amortissement du nouvel outil de conditionnement (document-réponse à rendre avec la copie).

Question 3.5 : Expliquer l'incidence de l'amortissement d'une immobilisation sur le compte de résultat et le bilan de l'entreprise Boedec.

DOSSIER 4 : Accompagner le développement d'une entreprise (11 points /40)

Pour accompagner le développement de leur entreprise, Morgan et Emmanuelle Boedec ont l'intention de créer, le 1^{er} juillet 2025, un poste de responsable de ligne de production qui serait chargé de coordonner l'équipe de conditionnement et de garantir la qualité des produits.

Monsieur Le Gall, responsable des ressources humaines, envisage un recrutement externe.

Madame Quéré, retenue pour le poste de responsable de ligne de production, prendra ses fonctions le mardi 1^{er} juillet 2025. Elle sera encadrée par Monsieur Boedec durant son parcours d'intégration.

Le 25 juin 2025, le responsable des ressources humaines vous sollicite pour informer le personnel de l'arrivée de cette nouvelle salariée au sein de l'unité de fabrication.

Question 4.1 : Présenter les avantages d'un recrutement externe.

Question 4.2 : Rédiger une note à destination des salariés qui sera affichée sur le tableau dédié à l'information du personnel.

Question 4.3 : Indiquer le type de contrat de travail le plus adapté au cas de Madame Quéré. Justifier votre réponse.

Question 4.4 : Préciser les principales obligations de l'employeur et du salarié qui découlent de cette relation de travail.

ANNEXE 1 : Les prix des fruits et légumes baissent enfin

C'est une bonne nouvelle pour le portefeuille. Les prix des fruits et légumes, qui avaient augmenté de 25 % entre 2021 et 2023, ont globalement reculé en 2024 par rapport à l'année précédente, annonce ce mardi l'association de défense des consommateurs « Familles rurales », qui effectue chaque année des relevés de prix en grandes surfaces.

C'est le cas notamment des citrons jaunes « conventionnels » – non issus de l'agriculture biologique – : ils coûtent aujourd'hui 19 % moins cher qu'en juin 2023, mais aussi des carottes conventionnelles (14 % moins chères) et des tomates grappe : leur prix est passé de 2,57 à 1,78 euro, soit une décreue de 31 %. [...]

Une facture globale qui reste élevée. Globalement, les prix moyens des fruits et légumes conventionnels ont reculé respectivement de 5 et 9 % et ceux des légumes issus de l'agriculture biologique ont perdu 3 %. À l'inverse, les fruits « bio » sont 2 % plus chers que l'année précédente. [...] Cependant, ces baisses sur un an sont loin de compenser les augmentations des années précédentes. Et la tendance sur le long terme est préoccupante aux yeux de l'association. Sur dix ans, « le prix des fruits a augmenté de près de 50 % et celui des légumes de plus de 67 % », alors que « le salaire moyen par tête n'a progressé que de 22 % », dénonce Familles rurales. De quoi freiner la consommation de fruits et légumes. Celle-ci aurait baissé de l'ordre de 8 % entre 2020 et 2023, « quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle ». [...]

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/les-prix-des-fruit-et-legumes-baissent-enfin-2109488>

Publié le 23 juillet 2024

ANNEXE 2 : Les soupes innovent entre naturalité et accessibilité

Les industriels du marché de la soupe veulent mettre tous les atouts de leur côté pour réussir la saison hivernale avec des recettes variées et originales.

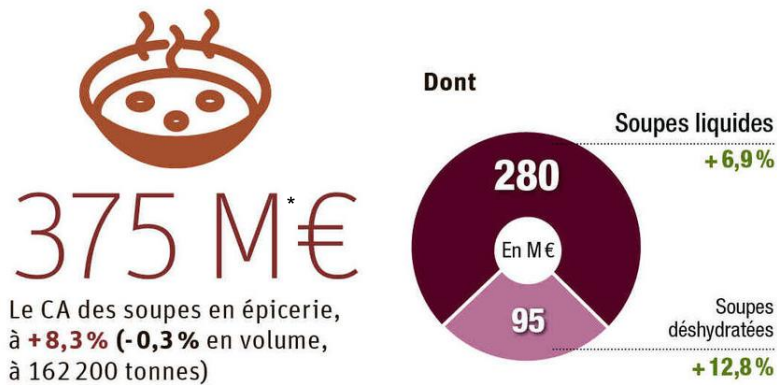
Le rayon soupes ambiantes a renoué avec la croissance lors de la dernière saison (d'octobre à fin mars), affichant des volumes en hausse de 1,8 % et une valorisation en progression de 10,1 %, portée par l'inflation. [...]

[...] Cependant, les consommateurs apprécient les alternatives hors saison comme les gaspachos. On trouve aujourd'hui des recettes concombre/menthe ou carotte/melon chez Créaline, et même du velouté betteraves-gingembre chez Picard. [...]

Les recettes ont été retravaillées pour plus de naturalité et moins de sel (-10 % en trois ans) et segmentées pour répondre à tous les profils d'acheteurs.

Du côté de l'innovation, l'exotisme inspire toujours fortement les acteurs du rayon. Liebig invite cette année à voyager en Thaïlande et en Inde, quand Knorr lance des soupes déshydratées d'inspiration chinoise et indonésienne. Le légume reste aussi bien sûr un incontournable. [...]

[...] Si les briques d'un litre représentent encore 70 % des ventes, les ventes de formats individuels augmentent fortement. En brique, les 30 cl représentent déjà 30 % du marché. « 50 % des foyers sont composés d'une ou deux personnes », explique Ludovic Aujogue, chef de groupe chez Herta. [...]



* M = millions

Adapté de <https://www.lsa-conso.fr/les-soupes-innovent-entre-naturalite-et-accessibilite,450526>
Publié le 12 novembre 2023

ANNEXE 3 : Consommation : le marché des produits bio s'essouffle

Les ménages français, s'ils sont attirés par les produits issus de l'agriculture biologique depuis 2015, ont changé leurs habitudes alimentaires dans un contexte inflationniste et de crise climatique.

Perte de confiance des ménages pour le bio. Cet essoufflement des achats en produits bio s'explique par plusieurs facteurs, selon l'étude. « Cela peut traduire une maturité pour certains marchés bio, une moindre attractivité du bio pour d'autres ou encore, des arbitrages différents de la part des consommateurs en défaveur des produits bio. »

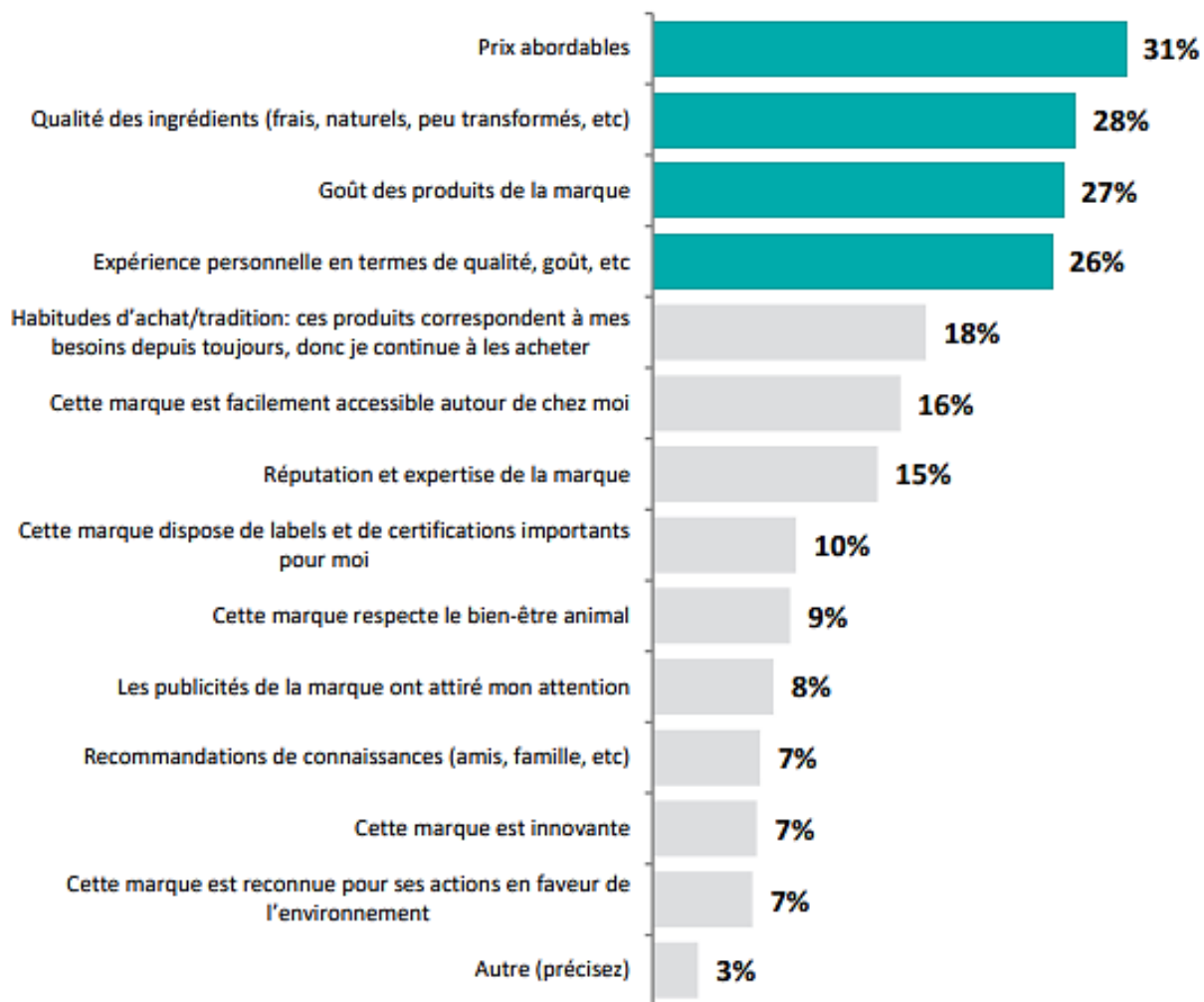
Pendant la crise sanitaire, les ménages se sont davantage tournés vers des produits d'origine française et des produits locaux, par souci notamment de réduction de l'impact environnemental. Conséquence : le bio a été délaissé par une partie des acheteurs au profit des autres labels qui se sont multipliés dans les rayons. La rupture de tendance touche l'ensemble des produits bio, constate l'étude. [...]

Et en 2023, qu'en est-il ? Aux causes énoncées s'ajoute le coût élevé des produits bio, amplifié par l'inflation sur les produits alimentaires. Depuis le début de 2022, « le contexte actuel avec la crise en Ukraine, les enjeux climatiques, les pénuries de

certaines produits et les fortes tensions sur de nombreuses matières premières entraînent l'ensemble des prix à la hausse ». Selon un baromètre de consommation de l'institut d'études CSA de janvier 2022 cité dans l'étude, le prix des produits bio apparaît comme un frein pour 51 % des consommateurs quotidiens et pour 70 % des consommateurs plus occasionnels et réfractaires. Au total, les achats en produits bio reculent de -3,9 % en valeur et de -7,8 % en volume en 2022 par rapport à 2021.

<https://www.lafranceagricole.fr/agriculture-biologique/article/841135/le-marche-des-produits-bio-s-essouffle>
Publié le 15 juin 2023

ANNEXE 4 : Les déterminants du « bien manger »



https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/explore/deloitte_les-franc%CC%A7ais-et-alimentation-2024.pdf

ANNEXE 5 : Pour un mode de vie plus équilibré, chaque petit pas compte

Pour un mode de vie plus équilibré, chaque petit pas compte.

Augmenter ↗



Les fruits et légumes



Les légumes secs: lentilles, haricots, pois chiches, etc.



Les fruits à coque: noix, noisettes, amandes non salées, etc.



Le fait maison



L'activité physique

Aller vers ↘



Le pain complet ou aux céréales, les pâtes, la semoule et le riz complets



Les poissons gras et maigres en alternance



L'huile de colza, de noix, d'olive



Une consommation de produits laitiers suffisante mais limitée



Les aliments de saison et les aliments produits localement



Les aliments bio

Réduire ↘



Les produits sucrés et les boissons sucrées



Les produits salés



La charcuterie



La viande: porc, bœuf, veau, mouton, agneau, abats



Les produits avec un Nutri-Score D et E



Le temps passé assis



L'alcool

À réduire pour les adultes. Pour les femmes enceintes, les enfants et les ados : zéro alcool.

ANNEXE 6 : Pourquoi rejoindre le réseau « Produit en Bretagne » ?



Le réseau « Produit en Bretagne » est composé d'une grande diversité d'entreprises évoluant dans différents domaines : services aux consommateurs, services aux entreprises, industrie, distribution, culture et tourisme, agroalimentaire.

Un rigoureux processus d'habilitation des produits est mené par l'association en amont de toute utilisation du logo par les membres. Une demande d'habilitation est formulée pour chaque produit. Elle comprend les éléments suivants : la dénomination du produit, le site de fabrication, la marque commerciale, les valeurs nutritionnelles, la composition, l'origine des matières premières principales, le processus de fabrication, les projets de « visuels » intégrant le logo « Produit en Bretagne ». Préalablement à son adhésion, l'unité de production du futur membre fait l'objet d'un audit qualité qui doit se révéler positif.

Le logo « Produit en Bretagne » est aujourd'hui connu de 98 % des Bretons et 80 % des Franciliens. Une marque partagée perçue comme gage de qualité par les consommateurs et les professionnels.

La raison d'être du réseau est de soutenir l'emploi en Bretagne par un développement responsable. Bon nombre d'entreprises membres ont vu leurs effectifs grandir significativement depuis leur adhésion à Produit en Bretagne !

Des présentations de savoir-faire des membres sont régulièrement organisées, principalement des entreprises de services.

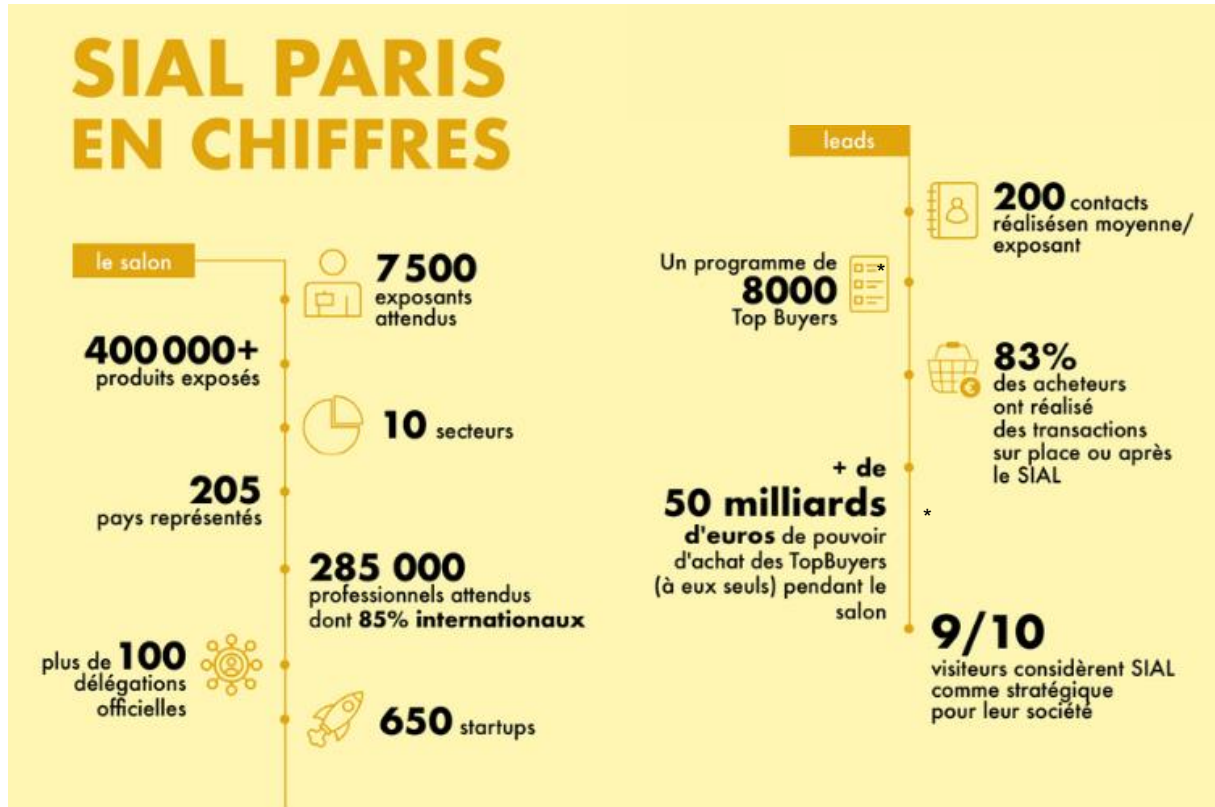
Des événements pour renforcer l'esprit d'équipe se tiennent tout au long de l'année : un trophée ludique sur une demi-journée en septembre ; un championnat inter-entreprises qui court sur six mois ; une opération pour faire découvrir aux enfants des salariés le métier de leurs parents.

Le site web de « Produit en Bretagne » est une vitrine du savoir-faire de ses membres (entreprises, visites, offres d'emploi, produits...). En parallèle, une application mobile dédiée aux adhérents du réseau permet une présentation de chaque entreprise et une mise en relation entre membres afin de proposer des opérations bretonnes, soutenues par des supports de communication (promotion sur le lieu de vente affiches, site web...).

Adapté de <https://www.produitenbretagne.bzh/>

ANNEXE 7 : SIAL Paris

SIAL Paris est le plus grand salon professionnel international dédié à l'agroalimentaire place de marché où se rencontrent 7 500 exposants et 285 000 visiteurs professionnels du monde entier. Générateur d'opportunités et de business, il propose tous les deux ans un éclairage unique sur les tendances et opportunités de l'industrie.



* top buyers = meilleurs clients

<https://www.carenews.com/sial-paris/news/sial-paris-une-edition-exceptionnelle-pour-les-60-ans-du-salon>
Publié le 24 juin 2024

ANNEXE 8 : Propositions faites par les fournisseurs potentiels

Fournisseur : Toutemballé (*Île-de-France*)

Réf CA51 – Caisse américaine double cannelure
Dimension : 400 x 200 x 200 mm conditionnés par lots de 20
Prix à l'unité (la caisse et non pas le lot) : 0,83 €
Remise de 10 % pour une commande de plus de 100
Frais de port : Port forfaitaire 50 €
Livraison sous 8 jours
Paiement à 30 jours



Fournisseur : Galliac SA (*Corse*)

Carton à double cannelure 600 x 300 x 200 mm à rabats
Type caisse américaine GALIA A13
Cannelure : Double
Caractéristiques :
Volume : 24 L
Prix unitaire : 0,87 €
Frais de port : Franco de port
Livraison sous 5 jours
Paiement à 45 jours

Fournisseur : Embaléa (*Bretagne*)

Carton à double cannelure 600 x 300 x 200 mm à rabats
Type caisse américaine – Réf Embaléa 403
Cannelure : Double
Volume : 24 L
Prix unitaire : 0,92 € / 5 % de remise si commande supérieure à 1 000 unités
Frais de port : Franco de port
Paiement à 30 jours
Livraison sous 5 jours

**Document-réponse : Tableau d'amortissement de l'outil de conditionnement
(à rendre avec la copie)**

Immobilisation :	Base amortissable :
Mode d'amortissement :	Durée d'utilisation :
Date début amortissement :	Taux d'amortissement :

Exercice	Base amortissable	Amortissement	Cumul amortissements	VNC

