

# Applications

## Application 2.

Vous effectuez une formation au service marketing d'une boulangerie-pâtisserie industrielle, dans le service spécialisé dans la production de tartes aux fruits. Votre tuteur vous remet un document dans lequel il a noté les principales charges liées aux coûts des produits.

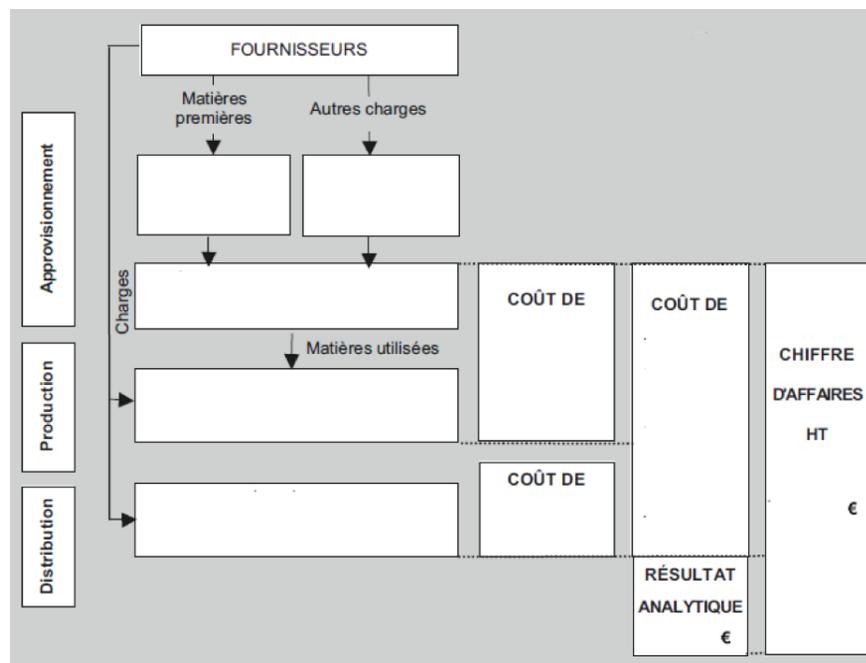
Pour l'année précédente, les achats de matières premières (ingrédients : farine, sucre, fruits...) ont été évalués à 7 000 €, auxquels il faut ajouter les charges d'approvisionnement (transport des marchandises...) de 3 000 €.

La production a été réalisée dans le laboratoire. Les charges de production (salaires des pâtissiers, électricité...) se sont élevées à 15 000 €.

Les charges de distribution (rémunération du commercial, transport des produits finis, facturation...) ont représenté 12 000 €.

Le chiffre d'affaires hors taxes a été de 150 000 €.

### 1. Complétez le tableau ci-dessous :



## Application 3.

Vous réalisez un stage au sein d'une unité commerciale spécialisée dans les vêtements en cuir.

Cette unité propose un tarif promotionnel pour un ensemble cuir : veste + pantalon vendu habituellement 960 € TTC. Le fournisseur propose ce produit au prix de 360 € HT au lieu de 401,34 € pendant la période de 15 jours de promotion, le chef de rayon décide d'en commander 25 unités. Le prix de vente fixé pour la durée de la promotion est de 699 € TTC.

Vous êtes chargé de mesurer la rentabilité de cette opération promotionnelle, et décidez donc d'en évaluer les coûts.

Les services comptables vous indiquent les renseignements suivants :

- les charges directes d'approvisionnement sont constituées par le prix d'achat HT ;
- l'analyse des charges d'approvisionnement du rayon montre que chaque produit acheté supporte 32,10 € de charges indirectes ;
- les charges liées à la vente, intégralement indirectes, représentent 20,5 % par rapport au prix de vente HT.

### 1. Calculez le cout d'achat total et unitaire pour l'ensemble cuir.

### 2. Calculez le cout de distribution

### 3. Calculez le cout de revient et la marge potentielle sur cette opération promotionnelle.

### 4. Combien d'ensembles le chef de rayon devra-t-il vendre pour que l'opération soit rentable ?