

**BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR  
COMMERCE INTERNATIONAL**

**Code : GBWN 4 bis**  
**Durée : 5 h 30**  
**Coef. : 6**

1/1

**SESSION 1997**

**1ère partie : 48 points**

- 1.1. 10 points
- 1.2.1. 8 points
- 1.2.2. 5 points
- 1.3.1. 7 points
- 1.3.2. 8 points
- 1.4. 10 points

**2ème partie : 30 points**

- 2.1. 10 points
- 2.2. 5 points
- 2.3. 5 points
- 2.4. 5 points
- 2.5. 5 points

**3ème partie : 42 points**

- 3.1. 10 points
- 3.2. 5 points
- 3.3. 10 points
- 3.4. 5 points
- 3.5. 7 points
- 3.6. 5 points

## 1.1

La République tchèque après (en 1993) une phase de recul de son PIB connaît, depuis, une croissance de plus en plus forte avec une inflation maîtrisée et un chômage très faible.

Ses exportations croissent rapidement mais aussi ses importations, signe d'une intégration de plus en plus forte dans l'économie mondiale.

C'est un pays stable à la fois du point de vue économique et du point de vue politique.

De forts investissements étrangers (allemands en particulier).

La politique de privatisations semble réussie.

La République tchèque s'est dotée en un temps très court du cadre législatif, fiscal et monétaire (convertibilité externe en fin 95)

nécessaire à un commerce efficace avec l'étranger.

Pour approcher le marché tchèque, il faut être bien préparé ce qui est dans les moyens d'Opinel qui profitera de la bonne image de la France dans le pays.

Les changements dans les habitudes de loisirs illustrés par l'article de l'annexe montrent que les mutations institutionnelles sont accompagnées de transformations dans les modes de vie. Ces changements, favorables aux articles importés dans le domaine du plein-air, devraient profiter à ORNEL. Les taux de progression des importations de couteaux pliants indiqués par les statistiques douanières sont également très intéressants et l'absence de droits de douane représente une perspective très satisfaisante pour l'importation de ce type de produits.

## 1.2.1

Dans le projet de contrat avec Benesova AS, l'article 7 indique que c'est Benesova AS qui règlera elle-même les factures de ses commandes. Cela signifie qu'il s'agit de sa part d'achats fermes, ce qui montre que Benesova AS exerce son activité pour son propre compte sur le marché tchèque.

Il s'agit donc vraisemblablement d'une forme de distribution exclusive (article 3) et non pas d'un contrat d'agent commissionné.

Dans le projet de contrat avec Lunik AS, l'exclusivité est aussi présente (article 3) mais l'article 5 montre que Lunik AS agira non en son nom mais comme mandataire.

L'article 8 nous confirme qu'il doit s'agir d'une forme d'agence commissionnée.

### 1.2.2

L'agent commissionné permet une meilleure maîtrise de la politique commerciale et ne constitue pas un écran entre l'exportateur et son marché en assurant à celui-ci une bonne connaissance de la clientèle, de ses besoins et de leur évolution. En contrepartie cette formule de présence exige davantage de présence et d'implication de la part de l'entreprise exportatrice et implique une plus forte exposition au risque, en particulier au risque de paiement puisque l'agent, sauf s'il est du croire, ne l'assume pas.

Le distributeur exclusif prend en charge ces risques et c'est un avantage lorsque le marché apparaît comme mal connu ou en pleine évolution (ce qui est le cas de la République tchèque). C'est donc une formule peu coûteuse qui assure à l'exportateur la prise en charge de la prospection et de la distributionsur le marché visé. En contrepartie l'exportateur perd la maîtrise des conditions de la commercialisation. Dans un marché en pleine restructuration aussi bien sur le plan institutionnel que sur les plans sociaux et commerciaux comme l'est le marché tchèque, les conditions de réussite de l'agent commissionné paraissent difficiles à atteindre, alors que l'importateur exclusif semble plus directement opérationnel. Enfin des particularités de la législation tchèque peuvent aussi rendre le statut de l'agent moins facile à mettre en oeuvre.

### 1.2.3

L'exclusivité n'est pas systématiquement interdite par la législation européenne. Des exceptions sont admises sous réserve que le consommateur puisse en tirer un avantage. Cette exclusivité peut être autorisée notamment dans un contrat de distribution exclusive à la condition qu'elle n'empêche pas les acheteurs locaux de s'approvisionner, s'ils le désirent, à l'extérieur du "territoire". La concurrence active peut être interdite dans le territoire mais pas la concurrence passive.

Ceci étant, la République tchèque où sera appliqué le contrat, n'appartient pas à l'U.E. et n'est donc pas nécessairement concernée par la réglementation communautaire. Il faudra donc s'informer sur le droit applicable au contrat choisi par les parties et sur l'état de la législation tchèque à ce sujet.

Intérêts :

- Ne pas voir un tiers empêcher Opinel de vendre sous sa propre marque sur le territoire tchèque parce que ce tiers aurait déjà effectué le dépôt de ladite marque. Permettre ainsi à la société Opinel de jouer à fond sur la notoriété de celle-ci.

- Se protéger contre les contrefaçons qui ont tendance à proliférer dans les pays de l'Est comme en Asie du SE et qui nuisent à l'image des entreprises concernées (produits de mauvaise qualité).

### 1.3.2

L'arrangement de Madrid permet d'étendre aux pays signataires (43) la protection d'une marque déjà protégée en France, ce qui est le cas d'Opinel. C'est l'INPI qui transmettra la demande à l'Organisation mondiale de la propriété industrielle à Genève. L'enregistrement est notifié par le Bureau international à l'Etat désigné (ici le République tchèque), qui le traite comme un dépôt national et procède à son examen.

La protection est d'une durée de 20 ans.

OPINEL  
73 COGNIN  
France

A l'attention de

le

"Contact"

"Raison sociale"

"Activité"

"Adresse rue"

"codepostal""adresseville"

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous informer que les couteaux français OPINEL, dont vous connaissez certainement la réputation de qualité, sont désormais disponibles en République tchèque.

En effet :

M. Jan Havelka  
BENESOVA AS  
Argentinska 38  
17005 PRAHA 7  
Tel 24 22 15 40

a été chargé d'en assurer la distribution dans

votre pays.

Nous sommes certains que dans votre commerce de "Activité", vous serez en mesure, grâce à la qualité des produits OPINEL, de satisfaire vos clients les plus exigeants.

Sur simple appel de votre part, M Havelka de Benesova AS se fera un plaisir de vous rendre visite pour vous présenter la collection des couteaux OPINEL.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments dévoués.

Le Directeur commercial.

## 2 ème partie : traitement d'une commande japonaise

### 2.1 Calcul de la marge

Détermination du prix de vente :

$$34 \times 600 \times 0.95 = 19380 \text{ USD soit } 19380 \times 5 = 96900 \text{ FRF}$$

Calcul du prix de revient :

- coût de revient EXW Chambéry : $80 \times 600$	48000 FRF
- Pré-acheminement à Roissy	1800 FRF
- Douane export et transit	350 FRF
- Transport aérien (1)	7480 FRF
- Assurance 0.2 % sur 96900 + 10 %	213 FRF
- Commission de l'agent 3 % sur 96900	7752 FRF

TOTAL 65595 FRF

(1) Pour le transport aérien il y a 400 kilos taxables puisque  $900/400 \sim 6$

Soit  $18.70 \times 400 = 7480 \text{ FRF}$  (pas d'intérêt ici pour le payant pour car  $500 \times 16.50 = 8250$ )

Marge nette :  $96900 - 65595 = 31305 \text{ FRF}$  soit 32 % sur le prix de vente

### 2.2 Problèmes posés par le CREDOC

- Le nom du bénéficiaire est incorrect (OPANAL pour ORNER). Risque d'incident au moment de la réalisation du CREDOC
- Paiement à 60 jours date d'embarquement, au lieu d'un paiement à vue prévu par les conditions générales de vente. Charge de crédit supplémentaire pour ORNER.
- Embarquement avant le 10 mars 1997, ce qui ne laisse que 3 semaines à peine à compter de la réception du CREDOC. Risque pour ORNER de ne pas pouvoir tenir ce délai, sauf à trouver une solution d'urgence (basculement d'une autre commande, produit en stock exceptionnel...)

### 2.3 Attitude possible

L'erreur sur le nom doit être corrigée. Pour les autres points tout dépend de la souplesse que l'entreprise désire manifester à l'égard d'un nouveau client intéressant. Attention cependant à ne pas créer un précédent fâcheux. Il faut donc demander à Fujji d'amender le CREDOC auprès de la banque émettrice.

### 2.4 Liquidation du contrat à terme

. Sans intéressement l'entreprise aurait perdu un gain potentiel de :

$$5,20 - 5 = 0.20 \text{ par USD donc } 0.20 \times 19380 = 3876 \text{ FRF}$$

Avec un intéressement de 70 %, l'entreprise recevra  $0.7 \times 3876 = 2713,2 \text{ FRF}$

(Remarque on néglige ici l'influence du change à terme sur les dépenses)

## 2.5 Influence sur la marge

Le chiffre d'affaires réel passe donc à  $96900 - 2713,2 = 99613,2$  soit une marge de  $99613,2 - 65595 = 34018$  soit 34 %

## Troisième partie : Le marché Nord Américain

### 3.1 Budget de trésorerie

Budget des encaissements sur vente :

Ventes/Encaiss.	10/96	11/96	12/96	1/97	2/97	3/97	4/97	5/97	6/97
10/96 40000	20000		20000						
11/96 40000		20000		20000					
12/96 40000			20000		20000				
01/97 60000				30000		30000			
02/97 60000					30000		30000		
03/97 60000						30000		30000	
04/97 40000							20000		20000
05/97 40000								20000	
06/97 40000									20000

### 3.2 Commentaire du budget de trésorerie

Le recours à l'assurance foire permet de limiter l'impact de la manifestation sur la trésorerie. C'est donc bien un mode de financement à taux privilégié (coût limité à une prime de 5400 F)

### 3.3 Détermination des taux de croissance annuels observés

Méthode de calcul, exemple pour 1991 1993 :  $490\ 000 / 475\ 000 = 1.0315$  soit 3,15 %

Par la même méthode on obtient :

92-93	510/490	4 %	
93-94	530/510	3.9 %	
94-95	550/530	3.7 %	Taux moyen : 3.916 % arrondi à 4 %
95-96	575/550	4.5 %	
96-97	600/575	4.3 %	

### 3.4 CA prévisibles avec une croissance à 4 % (arrondi au millier de F le plus proche)

1998  $600\ 000 \times 1.04 = 624\ 000$

1999  $624\ 000 \times 1.04 = 649\ 000$  Soit au total : 1 948 000 FRF de CA en trois ans

2000  $649\ 000 \times 1.04 = 675\ 000$

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
TRESORERIE DEBUT DE MOIS	0	24600	-117400	-69400	67600	109600
ENCAISSEMENTS						
1-Encaissement sur ventes (1)	50000	50000	60000	50000	50000	40000
2-Indemnités COFACE (5)				117000		
TOTAL ENCAISSEMENTS	50000	50000	60000	167000	50000	40000
DECAISSEMENTS						
1-Frais logistiques (2)	8000	12000	12000	12000	8000	8000
2-Commissions (3)	12000			18000		
3-Prime COFACE (4)	5400					
4-Décaissements liés à la toile		180000				
TOTAL DECAISSEMENTS	25400	192000	12000	30000	8000	8000
TRESORERIE FIN DE MOIS	24600	-117400	-69400	67600	109600	141600

(1) Voir budget des encaissements sur ventes

(2) 20 % des ventes du mois précédent

(3) 10 % des ventes du trimestre précédent

(4) 3 % de 180 000 payé en janvier à la signature du contrat

(5) 65 % de 180 000 soit 117 000 versés dans les 21 jours de la remise des états de dépenses donc en avril

### 3.5 CA prévisible avec la foire

Le taux de croissance annuel passerait à 14 %

1998  $600\ 000 \times 1.14 = 684\ 000$

1999  $684\ 000 \times 1.14 = 780\ 000$  Soit au total 2 353 000 FRF de CA en trois ans

2000  $780\ 000 \times 1.14 = 889\ 000$

### 3.1 Conclusions sur les résultats obtenus

L'effet prévu de la foire est un accroissement des ventes de 400 000 FRF sur 3 ans, pour une dépense de 180 000 FRF. En soi il s'agit d'un résultat intéressant. Il faut de plus raisonner en tenant compte du financement très favorable dû à l'assurance foire.

Pour le remboursement des indemnités provisionnelles, la COFACE raisonnera sur un courant d'affaires existant avant la manifestation d'environ 550 000 FRF / an (moyenne des trois années précédant la foire). Le budget étant supérieur à 100 000 FRF la période d'amortissement couvrira les années 1997, 1998, 1999 (en fait de mars 1997 à février 2000)

Le CA prévisible serait ici de  $600\ 000 + 684\ 000 + 780\ 000$  soit 2064000 FRF

Le développement du courant d'affaire "provoqué" par la foire sera donc estimé à :

$2064000 - (550\ 000 \times 3) = 414\ 0000$  FRF, avec un taux d'amortissement de 6 % cela conduirait à un remboursement de 24800 FRF sur 117000

La COFACE peut aussi considérer l'ensemble des CA sur trois ans, soit 2064000 ce qui conduirait à un remboursement de la totalité de l'indemnité.

(Note : Dans sa dernière brochure sur l'assurance foire la COFACE ne fait plus allusion à l'augmentation du CA, mais bien à la totalité du CA réalisé sur la zone à la suite de la manifestation .