

Etude de cas : cas laiterie

Une usine laitière fabrique trois types de yaourts :

- Yaourt ordinaire
- Yaourt velouté
- Yaourt fruité

Ces produits sont commercialisés dans trois régions constituant des directions commerciales de zones :

- région nord
- région centre
- région sud

1. Pour le premier trimestre de l'année N+1, les directions commerciales de zone doivent établir leurs prévisions de ventes. Traditionnellement on observe un glissement du chiffre d'affaires de la région centre vers la région sud à cause des vacances de printemps en mars.

Pour la zone centre cela se traduit par les coefficients saisonniers suivants :

- Janvier : 1,1
- Février : 1,1
- Mars : 0,8

On vous demande d'établir le programme des ventes de la zone centre sachant que :

- Les volumes de ventes de cette zone pendant le premier trimestre de l'année N ont été de :
 - OR : 1 800000 pots
 - VE : 900000 pots
 - FR : 600000 pots
 - Pour l'année N+1 on s'attend à une stagnation en volume des ventes de yaourt ordinaire (OR), à une augmentation de 10% des volumes des ventes de yaourt velouté (VE) et à une augmentation de 20% des volumes des ventes de yaourt fruité (FR)
2. La direction commerciale centralise au siège de la société les prévisions des différentes zones.

Vous disposez en annexe des programmes de ventes établis pour les zones Nord et sud en nombre de pots.

On vous demande d'établir le budget général des ventes hors taxe toutes zones confondues sachant que le prix de vente (hors taxes) unitaires sont :

- OR : 1dh le pot
- VE : 1,5 dh le pot
- FR : 1,8 dh le pot

3. On vous demande d'établir le budget des frais commerciaux, les renseignements vous sont communiqués ci- dessous :
- Frais de livraison : 0,05 dh par pot pour la zone centre et 0,07dh pour les deux autres zones nord et sud
 - Les représentants touchent une commission de 2% sur les ventes hors taxe
 - Les charges mensuelles de structure liées à la fonction commerciale sont :
 - Salaires : 300000 DH
 - Amortissements : 200000 DH
 - Autres charges : 60000 DH
 - Un budget de publicité mensuel de 100000 DH est engagé régulièrement pour entretenir la notoriété de la marque.

Annexes :

a- Programme des ventes de la zone nord en milliers de pots :

produits	janvier	février	Mars	Total
OR	580	610	610	1800
VE	480	520	520	1520
FR	420	440	440	1300
Total	1480	1570	1570	4620

b- Programme des ventes de la zone SUD en milliers de pots :

produits	janvier	février	Mars	Total
OR	720	720	780	2200
VE	610	610	640	1860
FR	580	580	610	1770
Total	1910	1910	2030	5850