Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

BTS ÉDITION

E.3 ÉCONOMIE ET GESTION

SESSION 2013

_____

Durée : 4 heures
Coefficient : 4

_____

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°199-186, 16/11/1999).

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comprend 5 pages, numérotées de 1/5 à 5/5.

Base Nationale des Sujets d'examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

L'innovation dans l'édition

L'innovation est prégnante dans tous les secteurs économiques, et le domaine de l'édition n'y échappe pas. Les supports se diversifient (édition numérique), deviennent plus nombreux et les éditeurs doivent maintenant, plus qu'hier, intégrer les nouveaux modes de lecture des acheteurs. Les entrepreneurs sont au cœur de la création.

Toutes les réponses doivent être justifiées

Annexe 1 : *Dictionnaire de l'économie,* sous la direction de P. Bezbakh et S. Gherardi, Larousse 2008: page 4/5.
Annexe 2 : *Tous économistes, Guide d'introduction à l'économie,* J.C. Drouin, PUF 2008: p 4/5.

Dossier 1

Travail à faire

À l'aide de vos connaissances et des annexes 1 et 2, vous traiterez les quatre questions suivantes :

1. Qu'est-ce que l'innovation ? Comment pourriez-vous, à partir de votre connaissance du monde de l'édition, illustrer les trois formes d'innovation développées dans l'annexe 1 ?

2. En prenant quelques exemples empruntés à l'édition, pouvez-vous caractériser la « stratégie de spécialisation » et la « stratégie de diversification » de l'entreprise ?

3. Identifier les formes d'innovation mises en œuvre aujourd'hui dans l'édition. Donner des exemples précis adaptés au monde de l'édition.

4. Les innovations repérées dans le monde de l'édition correspondent-elles aux formes d'innovation exposées par Joseph Aloïs Schumpeter ?

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

La Nouvelle cuisine du Sud-ouest

La maison d'édition pour laquelle vous travaillez va éditer un nouveau livre de cuisine intitulé *La Nouvelle cuisine du Sud-ouest*. Le projet est de mettre au goût du jour la cuisine traditionnelle de cette région et de l'adapter aux modes de vie urbains contemporains. Si cet ouvrage rencontre un certain succès, la maison d'édition déclinera ce projet sur d'autres régions.
Pour l'instant, l'éditeur vous demande d'établir une étude de faisabilité économique de ce projet, étude intégrant une éventuelle coédition en langue anglaise (avec co-impression).

Toutes les réponses doivent être justifiées

Annexe 3 : données de fabrication du livre (version française seule et version en coédition).
Annexe 4 : données concernant la coédition.
Annexe 5 : conditions commerciales de la maison d'édition.
Annexe 6 : prévisions de ventes.
Annexe 7 : schéma du compte de résultat prévisionnel

Dossier 2

Travail à faire

1. **Dans le cas où seule l'édition française est éditée :**
   a. Déterminer le coût de revient unitaire de cet ouvrage dans le cas de l'édition de la version française seule.
   b. Déterminer le coefficient apparent de cet ouvrage en tenant compte d'un prix de vente au public de 18,90 € TTC (la TVA à prendre en compte est de 5,5 %).
   c. Déterminer le point mort de cet ouvrage dans le cas de l'édition de la version française seule.
2. **Dans le cas où un accord est trouvé avec un coéditeur de langue anglaise :**
   a. Déterminer le nouveau coût de revient unitaire de cet ouvrage dans le cas de la co-impression de l'édition française et de l'édition anglaise.
   b. Déterminer le résultat directement issu de la coédition (vente des exemplaires au coéditeur et cession de droits).
   c. Déterminer le nouveau point mort de l'édition française dans le cas de la coédition selon deux modèles :
      c.1. Sans tenir compte du résultat issu de la coédition (résultat de la question 2.b)
      c.2. En tenant compte du résultat issu de la co-édition (résultat de la question 2.b)
3. **Établir le compte de résultat prévisionnel pour la seule version française de cet ouvrage co-édité.**

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Liste des annexes

Annexe 1 : l'innovation selon Schumpeter (1883-1950)

L'économiste autrichien Joseph Aloïs Schumpeter associe la fonction entrepreneuriale à l'innovation. En fabriquant un produit nouveau, en introduisant une nouvelle méthode de production, en élargissant les débouchés de la firme, l'entrepreneur est à l'origine du progrès économique. On peut prendre l'exemple du néerlandais Anton Philips, créateur de la célèbre firme d'électronique grand public, qui décida d'exploiter commercialement la lampe à incandescence de l'inventeur américain Thomas Edison. En France, Aristide Boucicaut, fondateur du grand magasin *Au Bon Marché*, sera à l'origine de l'entrée libre dans les magasins. Aux États-Unis Henry Ford lance en 1908 l'automobile pour tous grâce au fameux modèle T. La fonction entrepreneuriale apparaît comme l'une des fonctions-clés du système économique, notamment du système économique capitaliste fondée sur le régime de la libre entreprise. Selon Schumpeter l'entrepreneur est l'homme du changement économique et l'artisan de la dynamique du système capitaliste. (…) Les motivations qui animent l'entrepreneur ne sont pas essentiellement attachées au profit. Pour Schumpeter, la fondation d'un « espace de puissance », la volonté de gagner, le plaisir accolé à la création d'une forme économique nouvelle motive l'activité entrepreneuriale.

Dictionnaire de l'économie,
sous la direction de Pierre Bezbakh et Sophie Gherardi, Larousse, 2008.

Annexe 2 : marché et édition

Le marché assure une fonction d'intermédiation entre les entreprises et les consommateurs. Les produits réalisés par les entreprises sont présentés aux consommateurs par les circuits de distribution et les consommateurs font leur choix. Ils achètent ou n'achètent pas en fonction des caractéristiques du produit et de son prix. On dit que le consommateur est souverain sur le marché. L'exemple du *Guide du routard* est tout à fait significatif. Conçu par Philippe Gloaguen et Michel Duval, ce guide "différent" est d'abord refusé par dix-neuf éditeurs avant sa première parution en 1973 à la Librairie Gedalge. À la disparition de cette maison d'édition, l'ouvrage est repris, en 1975, aux Éditions Hachette. C'est le succès. (…). Lorsqu'un nouveau produit rencontre un franc succès auprès des consommateurs, le distributeur passe de nouvelles commandes afin d'obtenir de nouveaux exemplaires du produit considéré. En revanche, si les consommateurs boudent le produit, le distributeur le retourne vers le producteur. Le consommateur sanctionne ainsi le producteur. Parallèlement, dans les deux cas, qu'il s'agisse d'un succès ou d'un échec, l'entrepreneur est constamment informé des aspirations et des goûts des consommateurs.

Jean-Claude Drouin, *Tous économistes, Guide d'introduction à l'économie*,
Coll. Major, 4e édition, PUF, 2011.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Annexe 3 : données de fabrication du livre

- Conception du livre :

Achat des droits iconographiques	4 910,00 €
Conception de la maquette	7 000,00 €
Relecture et correction des épreuves	1 500,00 €

- Impression du livre :

Frais fixes d'impression	1 700,00 €
Frais variables d'impression	2,47 € par exemplaire

- Tirage envisagé pour l'édition française seule : 10 000 exemplaires

Annexe 4 : données concernant la coédition

- Tirage envisagé en anglais : 10 000 exemplaires
- Frais supplémentaires de calage : 750,00 € pour chaque langue
- Prix de la cession de droits de traduction : 5 000,00 €
- Part de l'auteur sur ce prix de cession : 50 %
- Vente des exemplaires au coéditeur anglais : le prix de vente choisi sera déterminé en augmentant le coût de revient des ouvrages concernés de 20 %.

Annexe 5 : conditions commerciales de la maison d'édition

- Les droits d'auteur concernant ce livre sont de 8 %.
- Le diffuseur reçoit une commission de 6 % du prix de vente hors taxes.
- Le diffuseur reçoit une commission de 10 % du prix de vente hors taxes.
- Les libraires reçoivent une commission de 35 % du prix de vente hors taxes.
- Le prix public de vente de cet ouvrage sera de 18,90 € TTC.
- La maison d'édition envoie à chaque parution 500 exemplaires de presse.
- Le coût d'envoi unitaire de ces exemplaires est de 2,15 €.
- Enfin, un budget publicitaire de 12 000 € sera consacré à cet ouvrage.

Annexe 6 : prévisions de ventes

- La mise en place initiale sera de : 8 000 exemplaires.
- Le taux de retour attendu sera de : 20 %.
- Les réassorts attendus seront de : 1 000 exemplaires.

Annexe 7 : schéma du compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel doit présenter les informations suivantes :

- Chiffre d'affaires en prix public hors taxes.
- Chiffre d'affaires net de cession.
- Marge brute.
- Marge nette.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.