SUJET OFFICIEL

CAP (Mareyage)

EP3 - Connaissance de l'entreprise

Session 2026

Sujet national de la session indiquée, tel que publié par le ministère chargé de l'examen. Mis à disposition par FormaV pour la révision.

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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du CAP Mareyage, veuillez visiter :
capmareyage.fr/annales-sujets-et-corriges

DANS CE CADRE

Académie : Session :

Examen : Série :

Spécialité/option : Repère de l'épreuve :

Épreuve/sous-épreuve :

NOM :
(en majuscule, suivi s'il y a lieu du nom d'épouse)

Prénoms :

Né(e) le :

N° du candidat
(le numéro est celui qui figure sur la convocation ou liste d'appel)

NE RIEN ÉCRIRE

Appréciation du correcteur

Note :

Il est interdit aux candidats de signer leur composition ou d'y mettre un signe quelconque pouvant indiquer sa provenance.

CERTIFICAT D'APTITUDE PROFESSIONNELLE

- SPÉCIALITÉ MAREYAGE -

- Session 2026 -

***

Durée : 1 heure

Ce sujet comporte 11 pages numérotées de 1/11 à 11/11.

Assurez-vous que cet exemplaire est complet.

S'il est incomplet, demandez un autre exemplaire au chef de salle.

Le sujet est à rendre dans son intégralité.

Aucun autre document n'est autorisé.

L'usage de calculatrice avec mode examen actif, est autorisé.
L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE



Source auteur

Vous venez d'obtenir votre CAP mareyage et la société de mareyage « Safe mer » vous embauche.
Safe mer est une société de mareyage qui respecte la pêche durable et les océans et mers.
Votre responsable monsieur LOTTE vous demande de comprendre comment se forment les prix dans cette société. Pour cela il vous remet plusieurs documents.
Lisez les documents et répondez aux questions suivantes.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

PARTIE 1 : ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL

Document 1 :

Les prix des produits et services sont librement fixés par les professionnels. Néanmoins, ces prix doivent faire l'objet d'un **affichage lisible et compréhensible**, et respecter certaines règles pour ne pas tromper le consommateur.

Règles générales en matière d'affichage des prix :

L'information du client sur le prix est **obligatoire** quel que soit le mode de vente (en magasin, sur internet, à domicile, etc.) et quel que soit le lieu de vente (boutique, grand magasin, étal en plein air, foire, salon, etc.).

Le professionnel peut informer le client par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié. Le prix est exprimé **en euros toutes taxes comprises (TTC)**.

À noter :

Le client doit être en mesure de connaître le prix avant de conclure le contrat de vente et ce, **sans avoir à le demander**.

Information sur le prix des produits dont la quantité a diminué (« shrinkflation ») à partir du 1er juillet 2024 :

Le professionnel doit également informer le client de tous les **frais supplémentaires** connus à l'avance (frais de dossier, frais de livraison, frais d'affranchissement, frais contractuels). Si ces frais supplémentaires ne peuvent pas être calculés à l'avance, le professionnel doit néanmoins informer le client de leur existence et de leur exigibilité.

De plus, lorsque le prix annoncé ne comprend pas un élément ou une prestation de service indispensable à l'emploi ou à la finalité du produit ou du service proposé, cette particularité doit être indiquée explicitement (ex : batterie et chargeur non inclus).

Selon qu'il s'agisse d'un produit ou d'une prestation de service, des **règles supplémentaires** s'appliquent en matière d'affichage des prix.

- Affichage du prix d'un produit
- Affichage du prix d'une prestation de service

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

Affichage du prix d'un produit :

Le prix doit être indiqué **sur le produit lui-même** au moyen d'une étiquette **ou sur un écriteau placé à proximité directe** du produit pour qu'il n'existe aucune incertitude quant à celui auquel il se rapporte.

Les produits, identiques ou non, **vendus au même prix et exposés ensemble** à la vue du public peuvent donner lieu à l'indication d'un seul prix.

Si un produit est visible de l'extérieur (vitrines, étalages), le client doit pouvoir en connaître le prix **sans avoir à entrer dans le magasin**. Si ce produit est exposé en vitrine et à l'intérieur de la boutique, son prix doit être marqué aux deux endroits.

À noter

Il n'y a **pas de dérogation** pour les produits d'occasion.

Pour la majorité des produits alimentaires et produits d'hygiène et d'entretien préemballés (liste accessible sur Legifrance), le client doit être informé du **prix à l'unité de mesure** (prix au kilogramme, au litre, etc.) et de la quantité nette délivrée, en plus du prix de vente.

Par ailleurs, pour les **produits vendus par lots**, l'affichage doit indiquer le prix de vente, la composition du lot et le prix de chaque produit composant le lot (s'ils sont différents).

L'obligation d'indiquer le prix concerne également les produits **non visibles de la clientèle** parce qu'ils seraient rangés dans des boîtes (ex : chaussures), dans des tiroirs (ex : bonneterie, quincaillerie) ou dans une réserve annexe du magasin.

Néanmoins, cette obligation est écartée pour les produits qui ne sont pas encore disponibles à la vente, notamment parce qu'ils ne sont pas encore sortis de leur emballage ou qu'ils se trouvent dans des réserves indépendantes du magasin.

Sanctions encourues par le professionnel :

Tout manquement en matière d'information sur les prix est puni d'une **amende de 3 000 €** pour les entrepreneurs individuels ou **15 000 €** pour les sociétés.

Si l'information délivrée est de nature à induire en erreur le client sur le prix (ex : une remise fictive), le professionnel peut voir sa **responsabilité pénale** engagée pour **pratique commerciale trompeuse**. Ce délit est puni par **2 ans** d'emprisonnement et **300 000 €** d'amende (entrepreneurs individuels) ou **1 500 000 €** d'amende (sociétés).

Source : https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F34344

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

À partir du **document 1** répondez aux questions suivantes :

Question 1 : Qui fixe les prix dans un établissement ?

.....

Question 2 : Existe-t-il des limites dans la fixation des prix ?

.....

Question 3 : Citer trois informations que doivent donner les professionnels aux consommateurs :

.....

.....

.....

Question 4 : Comment doit être exprimé le prix pour les produits alimentaires ?

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

PARTIE 2 : ENVIRONNEMENT SOCIAL

Document 2 : L'offre et la demande

Souvenons-nous. C'était hier, à la récré. L'offre ? Deux Carambar. La demande ? Une « agate », cette merveilleuse bille translucide et multicolore. Mais que ce soit le troc à l'école primaire ou, plus tard, la revente le 25 décembre d'un cadeau de Noël sur eBay, pour trouver preneur, il faut que la demande existe. Autrement dit, que l'objet de l'offre soit convoité par une autre personne, et qu'il y ait accord sur le prix. Ce n'est pas tout : si la demande d'un bien est supérieure à son offre, sa valeur d'échange – ou son prix dans la plupart des cas - augmente (si les agates sont rares et fortement prisées, elles vont valoir 3 puis 4 Carambar). Elle diminue dans le cas contraire.

Quand les producteurs vendent une quantité de biens correspondant grosso-modo à la demande globale des consommateurs, il n'y a pas de tension sur le marché et « offreurs » et « demandeurs » arrivent vite à se mettre d'accord sur un prix. Il s'agit d'un « prix d'équilibre » qui maximise les avantages et minimise les inconvénients pour les deux parties.

Quand la demande est supérieure à l'offre, cela fait monter les prix. Mais cela ne dure qu'un temps. Les fabricants, pour répondre aux demandes des vendeurs, vont augmenter leur production, faisant alors baisser le prix qui va progressivement revenir vers son niveau d'équilibre. Cependant, l'ajustement ne se fait pas instantanément.

Pendant ce temps, le détaillant va bénéficier de prix plus élevés. L'inverse est évidemment vrai : si les prix sont trop élevés, personne n'achète, les vendeurs ne vendent rien, les stocks s'accumulent, et les fabricants ne reçoivent aucune commande.

Pour vendre, le détaillant se trouve contraint de proposer des prix plus bas, qui vont relancer les achats. Il va reprendre ses commandes. Progressivement, le prix revient à son niveau d'équilibre entre offre et demande.

Il est rare que l'offre puisse immédiatement faire face à la demande. C'est pour cela que les prix ne sont jamais stables, qu'ils montent et qu'ils baissent. Par exemple quand, en juin, la production de cerises est compromise par une mauvaise météo, l'offre ne peut pas suivre et le prix du kilo de cerises grimpe.

La liberté des prix joue un rôle essentiel dans ces processus d'ajustement. Empêcher le mécanisme de prix de jouer ne peut que freiner la nécessaire adaptation.

Source : https://www.economie.gouv.fr/facileco/culture-economique/les-grands-principes-economiques/loffre-et-la-demande#

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

Question 5 : Quel est le principe économique expliqué dans le **document 2**.

.....

Question 6 : Que se passe-t-il pour le prix lorsque l'offre est supérieure à la demande ?

.....

.....

.....

Question 7 : Que se passe-t-il pour le prix lorsque la demande est supérieure à l'offre ?

.....

.....

.....

Question 8 : Comment réagissent les fabricants quand les prix augmentent ?

.....

.....

.....

Question 9 : Selon le **document 2**, pourquoi les prix ne sont jamais stables ?

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

PARTIE 3 : ENVIRONNEMENT COMPTABLE

Contexte professionnel :

À présent, monsieur Lotte vous confie l'étude de trois propositions reçues suite à un appel d'offre concernant trois espèces de poissons.
Vous devez comparer les trois devis et déterminer quel fournisseur est le plus intéressant pour l'entreprise.

Document 1 : Vos besoins

Votre entreprise souhaite acheter :
- ✓ *200 kg de cabillaud*
- ✓ *150 kg de lieu noir*
- ✓ *100 kg de saumon*

Document 2 :
Réponse du fournisseur Océan Prime →

Réponse à votre appel d'offre

Bonjour,

Nous vous proposons les prix suivants :
- Cabillaud : 9,50€/kg
- Lieu noir : 6,20€/kg
- Saumon : 12,00€/kg

Afin de vous remercier pour votre fidélité, vous bénéficierez d'une remise commerciale de 5% à valoir sur le montant HT de votre commande.
Les frais de livraison s'élèvent à 50€ forfaitaires.

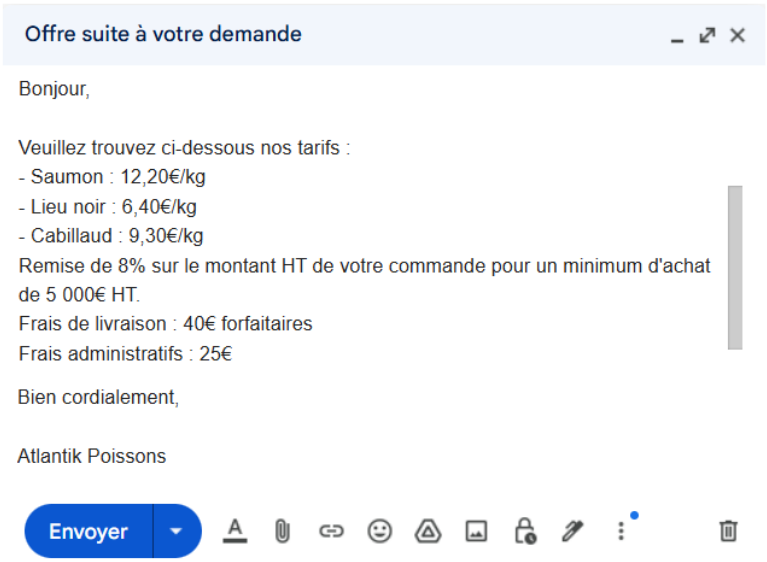
Cordialement,

Service commercial Océan Prime

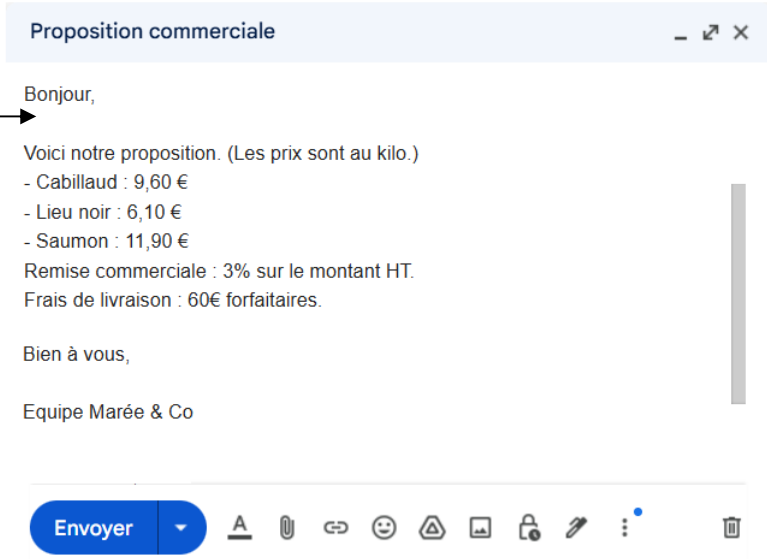
Envoyer

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

Document 3 :
Réponse du fournisseur
Atlantik Poissons →



Document 4 :
Réponse du fournisseur
Équipe Marée & Co →



NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

<u>Travail à réaliser</u> :

1. Compléter les colonnes 1, 2 et 3 du tableau comparatif en annexe 1 (*annexe à rendre avec la copie).*

2. Sur votre copie, donner les détails des calculs des cases grisées *(colonne 1 du tableau de l'annexe 1).*

3. Compléter les colonnes 4, 5, 6 et 7 du tableau. Déterminer quel fournisseur est le plus avantageux. Justifier votre réponse.

4. En vous basant uniquement sur vos calculs de marge *(colonne 8 du tableau),* quel choix de fournisseur serait le plus rentable pour votre entreprise ?

NE RIEN ÉCRIRE DANS CE CADRE

ANNEXE 1

Colonnes	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
Fournisseurs	***Montant HT des produits***	***Remise commerciale***	***Sous-total HT***	***Frais divers***	***Total HT***	***TVA (10 %)***	***Total TTC***	***Marge (20 % du Total TTC)***
Océan Prime								
Atlantik Poissons								
Marée & Co								