

**Proposition de corrigé : SAS BOISSINEAU**

<b>Dossier 1 : PARTICIPATION AU DIAGNOSTIC FINANCIER DE L'ENTREPRISE BOISSINEAU</b>	<b>40 points</b>
1.1 Analyser la situation financière de l'entreprise en vous appuyant sur des indicateurs pertinents	15 points
1.2 Communiquer à Marie-Lyne BERNARD vos conclusions argumentées quant aux performances financières de l'entreprise ainsi qu'au mode de financement à privilégier pour l'investissement.	25 points
<b>Dossier 2 : ORGANISATION D'UNE OPÉRATION DE COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE BOISSINEAU À DESTINATION DES GROUPES « ENTREPRISES, AGENCES DE VOYAGES ET CSE »</b>	<b>50 points</b>
2.1 Comparer et sélectionner les actions de communication envisagées par Marie-Lyne BERNARD	13 points
2.2 Planifier les actions de communication que vous avez sélectionnées.	7 points
2.3. Communiquer à Marie-Lyne BERNARD vos choix d'actions de communication en les justifiant.	15 points
2.4 Rédiger le message publicitaire à insérer dans le magazine SocialCE	15 points
<b>Dossier 3 : ADAPTATION DU SYSTEME D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE BOISSINEAU</b>	<b>30 points</b>
3.1 Communiquer à Mary-Line BERNARD vos conclusions quant à la cohérence de la base de données actuelle du site web afin de retrouver les contacts qu'elle souhaite cibler.	10
3.2 Réaliser la nouvelle arborescence du site web et la maquette du formulaire de demande de devis en ligne afin de compléter le cahier des charges.	20
<b>Total</b>	<b>120</b>

## DOSSIER 1 : PARTICIPATION AU DIAGNOSTIC FINANCIER.

**1.1 Analyser la performance financière de l'entreprise en vous appuyant sur des indicateurs pertinents.**

	Année 2020
FRNG	238 391,00 €
BFR	69 025,00 €
Trésorerie nette	169 366,00 €
Equilibre financier	1,18

### ANNEXE 2 : INDICATEURS DE PERFORMANCE FINANCIÈRE.

Indicateurs d'activité	2020	2019
Taux de croissance du chiffre d'affaires	4,79%	29,34%
Taux de croissance de la Valeur ajoutée	3,32%	4,9 %
Taux de profitabilité	5,01%	4,31%
Taux de rentabilité financière	15,36%	17,36%
Autonomie financière (CP/Dettes)	1,37	0,74
Autonomie financière (Dettes/CP)	0,73	

	2020	2019
Chiffre d'affaires	1 531 700,00	1 461 700
Résultat d'exploitation	98 247 €	
Résultat net	76 775	

**1.2 Communiquer à Marie-Lyne BERNARD vos conclusions argumentées quant aux performances financières de l'entreprise et du mode de financement à privilégier pour l'investissement.**

**SAS Boissineau**

De : Mme X ou Mme X  
Gestionnaire

Madame Bernard,  
Responsable Développement économique

Magné, le XX/XX/XXXX

### Note sur l'analyse sur nos performances financières

#### Introduction :

Vous m'avez demandé d'étudier nos performances financières afin d'éclairer votre décision concernant l'opportunité de l'acquisition d'un terrain et d'un ancien moulin. Le problème lié à cette acquisition est de choisir un mode de financement qui aura le moins d'impact sur notre équilibre financier. En premier lieu, j'analyserai nos performances financières et, en second lieu, je

comparerai les 2 hypothèses de financement envisagé pour vous faire part de la solution la mieux adaptée.

### **I. Participation au diagnostic financier**

Le FRNG (fonds de roulement net global) est substantiel de 238 391 € et il est supérieur au BFR (besoin en fonds de roulement). Par conséquent, la trésorerie est positive et importante (169 366 €). De plus, le ratio de financement des immobilisations est supérieur à 1 ce qui signifie que les investissements de l'entreprise sont bien financés par les ressources stables mais il n'est pas suffisant pour couvrir la nouvelle acquisition de 504 000 €.

Le besoin en fonds de roulement est dû essentiellement aux créances clients qui sont importantes (255 542 €) au regard des dettes fournisseurs qui sont nettement inférieures pour un montant de 142 774 euros soit une différence de **117 232 €**.

Les taux de croissance du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée restent positifs mais augmentent moins vite qu'en 2019 (29.34 % contre 4.79 % pour le taux de croissance du chiffre d'affaires et 4.9 % en 2019 contre 3.32 % en 2020 pour le taux de croissance de la valeur ajoutée).

Le taux de profitabilité augmente de + 0.7 point, ce qui signifie que nous sommes plus efficaces (comparaison des résultats obtenus et des moyens mis en œuvre pour les obtenir).

Le taux de rentabilité financière de 15,36 % soit -2 points par rapport à 2019 témoigne de la détérioration de notre capacité à rémunérer nos associés.

L'autonomie financière est supérieure à 1 en 2020 puisque le ratio est de 1,37. Nos capitaux propres sont plus importants que nos dettes financières. La société peut donc couvrir ses emprunts bancaires avec ses capitaux propres. En 2019, la situation était préoccupante, car ce ratio n'était que de 0.74.

L'augmentation de notre capital social en avril 2020 (de 113 000 à 250 000 € soit une augmentation de 137 000 €) nous a permis d'améliorer notre autonomie financière.

### **II. La mesure de l'impact de l'acquisition sur les équilibres financiers.**

Nous envisageons un investissement global de 504 000 € Ht dont 400 000 euros pour le moulin et 104 000€ pour le terrain. Deux modes de financement ont été envisagés.

Le premier mode prévoit un autofinancement total de l'investissement. Le deuxième prévoit un financement mixte avec un emprunt de 400 000 € par annuités constantes sur 10 ans et 104000 euros par autofinancement.

Dans l'hypothèse 1, le plan de financement fait apparaître une trésorerie négative très élevée sur toute la période et difficilement concevable car mettant en danger la pérennité de l'entreprise.

Dans l'hypothèse 2, le plan de financement fait apparaître une trésorerie positive sur toute la période. Elle diminue par rapport à la trésorerie actuelle de 169366 euros. Par ailleurs, notre autonomie sera fragilisée. En effet, le ratio d'autonomie financière serait de 0,65, soit inférieur à celui de l'année 2019.

### **Conclusion :**

L'ensemble des indicateurs montre une situation financière satisfaisante avant l'investissement prévu. L'entreprise est autonome financièrement ce qui pourrait lui permettre d'envisager un mode de financement par emprunt.

Le mode de financement par auto-financement ferait apparaître une insuffisance de trésorerie importante alors que le financement mixte par emprunt de 400 000 € et autofinancement de 104000 euros dégagerait une trésorerie positive. Cependant, avec ce dernier mode de financement, la trésorerie nette reste en dessous du niveau de la trésorerie actuelle et par ailleurs elle fragilise notre autonomie financière.

Si la solution du financement mixte est retenue, elle reste cependant cohérente et acceptable. En revanche, elle rendrait difficile un nouveau projet à financer par emprunt dans les 5 années à venir. Toutefois, cette analyse reste basée sur des prévisions. Pour faire face aux imprévus et renforcer le niveau de trésorerie, une nouvelle augmentation de capital pourrait être envisagée ou un apport en compte courant d'associés.

**DOSSIER 2 : ORGANISATION D'UNE OPÉRATION DE COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE BOISSINEAU À DESTINATION DES GROUPES « ENTREPRISES, AGENCES DE VOYAGES ET CSE »**

**2.1 Comparer et sélectionner les actions de communication envisagées par Marie-Lyne BERNARD.**

	Coût	Efficacité	Audience utile	Coût pour mille utile	Canal	Nbre de parutions	Cohérence avec la cible
Facebook	4 € par contact	100%	500	4 000,00 €	Réseau social	Sur toute la période	NON
<b>Bannière sur les sites web de Liaisons Sociales, Entreprise &amp; Carrières et Lamy Magazine en ligne à destination des professionnels des ressources humaines</b>	<b>1700</b>	<b>100%</b>	<b>25 000</b>	<b>68,00 €</b>		<b>Sur une semaine</b>	<b>OUI</b>
<b>Social CE</b>	<b>1500</b>	<b>100 %</b>	<b>50000</b>	<b>30,00 €</b>	<b>Presse</b>	<b>Pour les deux mois car bimestriel</b>	<b>OUI</b>
Campagne PQR	3000	3%	2100	1 428,57 €	Presse	Sur 4 semaines	NON
<b>Rapidmail</b>	<b>2000€</b>	<b>100%</b>	<b>4000</b>	<b>500,00 €</b>	<b>Marketing direct</b>	<b>Un seul contact mais 100% de la cible</b>	<b>OUI</b>
Magazine OUTDOOR GO!	5000	3%	1500	3333.33 €	Presse	Pour les deux mois bimestriel	NON
Campagne Radio numérique:	114	1%	100	1140 €	Radio	4 semaines	NON
<b>France Bleue La Rochelle</b>	<b>1100</b>	<b>11.76%</b>	<b>10000</b>	<b>110,00 €</b>	<b>Radio</b>	<b>Deux semaines de couverture</b>	<b>OUI/NON Difficile de tracher</b>
BFM TV	25000	5%	23350	1070,66 €	Télévision	un seul contact	OUI car touche une large audience

## 2.2 Planifier les actions de communication que vous avez sélectionnées.

La colonne n'est pas attendue.

Planning de la campagne d'automne									
Moyens de communication	Octobre				Novembre				Budget
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
Presse Social CE									1 500 €
Bannière magazines 3									1 700 €
France bleue La Rochelle									1 100 €
Rapidmail									2 000 €
Total									6 300 €

## 2.3 Communiquer à Marie-Lyne BERNARD vos choix d'actions de communication en les justifiant.

### Forme :

Note à l'attention de Marie-Lyne BERNARD

Emetteur : AG

Titre : Campagne de communication auprès des groupes – Choix des actions de communication

Date et lieu

Signature

**Introduction : rappel de la demande – Contraintes** Budget : 6 500 € - Communication omnicanal – Contacts sur octobre-novembre – Obligation de prendre Social CE – Atteindre les cibles – Coût pour 1000 -

### I. Supports écartés

Le support BFM a été écarté, car il ne permettait pas de tenir le budget. La radio locale Niort, le magazine Outdoor et la PQR ont été écartés car peu cohérent avec la cible de communication et avec une audience utile faible. Le magazine Outdoor présente par ailleurs un coût pour mille élevé bien qu'avec une publication bimestrielle. Facebook a été écarté également car la SAS BOISSINEAU communique peu via les réseaux sociaux et présente un coût pour 1000 très élevé (4000€) par rapport aux autres supports.

### II. Supports retenus

Il est proposé de retenir les supports de communication suivants :

- Presse Social CE, à retenir obligatoirement. Cela est justifié. En effet, il touche 100% des CSE, le coût pour 1000 est de 30€ et c'est un bimestriel qui couvre la période.
- Bannière 3 magazines. Le tarif est élevé, mais cela permet de toucher 100% de la cible entreprise et le coût pour 1000 est raisonnable (68 €).

- France bleue La Rochelle. Plus difficile à appréhender quant à la cible, mais avantage de se faire connaître d'un plus large public. Mais répond à la volonté de communication omnicanal. Le coût pour mille est de 110 €, un des moins élevé et une couverture sur 10 jours.
- Rapidmail. Le coût pour 1000 est élevé 500 € mais permettra de bien toucher 100% de la cible. Cette campagne d'e-mailing pourrait être axée principalement en direction des agences de voyages.

### Conclusion

Ces 4 moyens permettent de répondre à la contrainte omnicanale. En effet, la solution proposée correspond à un mix communication avec la presse, la newsletter, la radio et le e-mailing et permet de toucher les 3 groupes : entreprise, agences de voyages et CSE. Enfin, le coût total serait de 6300 €, ce qui respecte le budget imposé de 6 500 €.

Gestionnaire

### 2.3. Réaliser l'encart publicitaire à insérer dans le magazine SocialCE selon les consignes de Gérard Deniau

**Média** : magazine social CE

**Dimension de l'annonce** : un ¼ page (105 \*148,5)

**Cible** : comité social et économique (CES)

**Thème** : La société, ses valeurs et son offre commerciale.

(Entreprise familiale, accueil des touristes dans le souci du partage de leur passion pour un territoire exceptionnel qu'est le marais Poitevin, parc labellisé parc naturel et Grand Site de France).

**Logo**

**Photos**

Accroche :

**Responsables CSE préparez la prochaine saison et embarquez vos salariés à la découverte du Marais Poitevin !**

Message adapté à la cible des CSE : pour organiser les voyages clés en main de votre CSE ou pour une journée détente et découverte ou pour une simple promenade en barque.



Mettre en avant : l'acquisition d'un terrain d'1,2 hectares avec capacité d'hébergement dans un lieu atypique qui permet d'accueillir 30 personnes et qui met à disposition une grande salle commune pour un moment convivial des salariés et leur famille.

Mettre en avant les formules séjour/nuitée et possibilité d'utiliser l'exemple.

Conclure sur la possibilité de créer des séjours sur mesure en fonction de la demande des CSE.

Invitez à prendre contact via le site web, par courriel ou par téléphone afin de préparer la réservation. (donc coordonnées de contact présentes)

<b>A chacun son offre pour découvrir le parc !</b>
Promenade en barque
Formules séjour 2jours/1 nuitée 3 jours/2 nuitées
Formule journée
Séjour sur mesure clés en main

## DOSSIER 3 : L'ADAPTATION DU SYSTEME D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE BOISSINEAU

### 3.1 Communiquer à Mary-Line BERNARD vos conclusions quant à la cohérence de la base de données actuelle du site Web afin de retrouver les contacts qu'elle souhaite cibler.

La table Demande\_Info intègre la date de la demande d'informations : il est donc possible de retrouver les demandes de ces deux derniers mois.

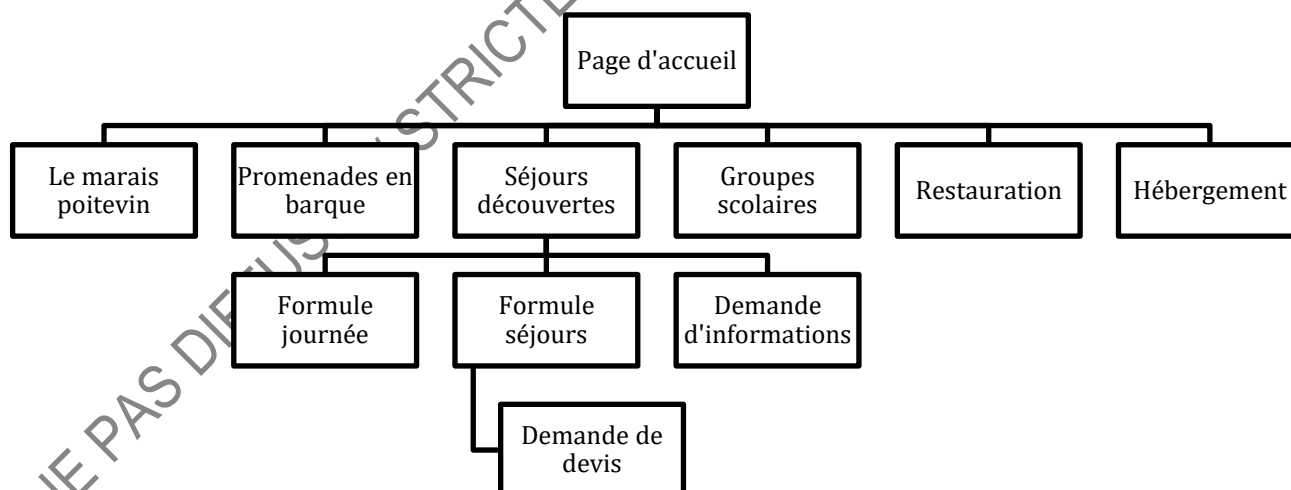
De plus, une demande doit obligatoirement concerner une formule (lien entre la table demande\_info et la table formule). Il est donc possible de cibler les demandes concernant les formules avec nuitées.

Enfin, une demande d'information est liée à un seul contact (lien entre la table demande\_info et la table contact).

Il est donc possible de retrouver les informations des contacts ayant demandé des informations sur les séjours avec nuitées lors de ces deux derniers mois.

### 3.2 Réaliser la nouvelle arborescence du site web et la maquette du formulaire de demande de devis en ligne afin de compléter le cahier des charges.

Nouvelle arborescence :



Formulaire de demande de devis :

## Embarcadère Boissineau

### Demande de devis d'un séjour avec nuitées « Groupes »

#### Organisation

Nom de l'organisme \*:

Adresse \*:

CP \*:            Ville \*:

Catégorie \*:  Comité social et économique  Entreprise  Agence de voyages

#### Contact

Civilité \*:  Madame  Monsieur

Nom \*:

Prénom \*:

Téléphone \*:

Courriel \*:

#### Séjour souhaité

Type de séjour \*:  Formule 2 jours/1 nuitée  Formule 3 jours/2 nuitées

Date de début de séjour \*:

Nombre de participants \*:        adultes

#### Activités souhaitées \*

**Sportives** (cases à cocher, boutons radio ou liste déroulante acceptés)

Promenade en bateau  Balade à vélo  Rallye canoës  Rallye pédestre

**Culturelles** (cases à cocher, boutons radio ou liste déroulante acceptés)

Visite Maison du Marais poitevin  Visite donjon de Niort  Visite du centre minier de Faymoreau

ENVOYER MA DEMANDE

Merci de votre confiance

Notre commercial vous contactera dans les plus brefs délais

En soumettant ce formulaire, j'accepte que la société Boissineau traite les données recueillies dans le cadre de la demande de devis et de la relation commerciale qui peut en découler.

Pour en savoir plus sur la gestion de vos données personnelles et pour exercer vos droits, veuillez consulter notre politique de confidentialité.