**SESSION 2012**

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

ASSISTANT DE GESTION DE PME PMI

À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

**ORGANISATION ET GESTION DE LA PME**

**Coefficient : 7**

**Durée : 4 heures**

**MATÉRIEL(S) AUTORISÉ(S) :**

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (Circulaire N°66 186 du 16/11/1999)

**Aucun document autorisé.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu’il est complet.

Le sujet comporte 22 pages numérotées de 1 à 22.

**Recommandations importantes**

Chaque dossier peut être traité d’une manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l’ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s’imprégner du sujet. Le candidat devra en outre faire preuve de discernement afin de repérer dans les documents annexes l’essentiel de l’accessoire.

Enfin, il est rappelé qu’il ne doit en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom dans la copie. En l’absence de précision dans le sujet, l’assistant(e) de gestion de PME-PMI sera madame, mademoiselle ou monsieur X.

***Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractère gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme ici retenue pour ce paragraphe.***

BARÈME INDICATIF

Dossier 1 : 25 points

Dossier 2 : 58 points

Dossier 3 : 57 points

**EURO SIGNALÉTIQUE**

|  |  |
| --- | --- |
| Raison sociale | EURO SIGNALÉTIQUE |
| Siège social | Rue du 8 mai 1945 62100 CALAIS |
| Téléphone | 0033 (0)3 21 45 99 13 |
| Télécopie | 0033 (0)3 21 45 99 99 |
| Site Web | http://www.eurosignal.fr |
| Forme juridique | Société Anonyme |
| Capital | 500 000 euros |
| NAF/Activité | 2740Z Fabrication d'appareils d'éclairage électrique |
| CA | 8 980 000 € en 2011 |
| Président | Daniel MINET |
| Date de création | 1957 |
| Effectif | 61 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1957 | Création par Daniel MINET de la société MINET SIGNAL. |
| 1971 | Rachat de la société Néoncom et installation des locaux à Calais (62). |
| 1997 | MINET SIGNAL devient DM SIGNAL (initiales de Daniel MINET). |
| 2002 | DM SIGNAL devient EURO SIGNALÉTIQUE, saluant la naissance de l’euro et l’ouverture d’EURO SIGNALÉTIQUE au marché européen. |
| 2007 | Agrandissement de l’usine de production de Calais. La nouvelle surface de production atteint désormais 4 500 m².  Investissement dans de nouveaux outils de production. |
| 2009 | Lancement des lettres Ledéo (leds) alliant design, innovation et économie d'énergie : gamme enseignes durables. |
| 2010 | Test de Signaléo (enseigne éolienne et solaire) pour la ville d’Amsterdam. |

PRÉSIDENT

Daniel MINET

DIRECTEUR

RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT

Pascale MARAIS

2 Ingénieurs

ASSISTANT(E) DE GESTION

Vous : X

RESPONSABLE FABRICATION

Julien CARON

RESPONSABLE COMMERCIAL

Gérard TIFFON

RESPONSABLE DES ACHATS

Fabienne DUBOIS

RESPONSABLE SERVICE APRÈS-VENTE

Isabelle FAURE

RESPONSABLE INSTALLATION

Fabien POTIER

Bureau d’étude

6 personnes

15

personnes

6 dépanneurs

18

personnes

1 Acheteur

5 commerciaux dont

M. BRABANT

Le métier d'EURO SIGNALÉTIQUE consiste à concevoir, fabriquer, installer et assurer la maintenance d’enseignes et de signalétiques, en France comme en Europe.

Son offre de produits comprend aussi bien des produits standards que du sur-mesure : des enseignes lumineuses, des totems, des lettres boîtiers, des panonceaux hôteliers, des toiles tendues sur façade, de la signalétique intérieure, du marquage de véhicules...

Toujours à la pointe de l’innovation, l’entreprise fut la première à utiliser une machine à découpe numérique en Europe.

Elle a depuis longtemps pris la voie du développement durable. Après avoir obtenu un Icona d’or (récompense des enseignistes) pour le site Haute Qualité Environnementale de Dolis à Nantes, elle a mis sur le marché en 2009, Lédéo qui est une lettre ultrafine, à partir de 2 cm d’épaisseur. Cette lettre utilise la technique de la led, ce qui permet de diminuer la consommation d’énergie par dix et ne nécessite aucune maintenance.

L’entreprise s’applique également à passer au management environnemental pour valider une certification ISO 14001 en cours.

EURO SIGNALÉTIQUE prépare actuellement le lancement de Signaléo, une enseigne directement alimentée par le vent et l’énergie solaire qu’elle a testée en grandeur nature pour la ville d’Amsterdam.

Depuis quelques années, l'entreprise a développé une gamme de produits destinés aux personnes handicapées. Elle propose un service de conseil destiné à améliorer l'accessibilité aux visiteurs mal voyants ou non-voyants ou aux visiteurs à mobilité réduite. Elle fabrique notamment des panneaux signalétiques en braille.



**TOTEM ENSEIGNE LUMINEUSE LETTRE BOITIER PANNEAUX EN BRAILLE**

Cette société a un portefeuille de 1500 clients de toutes tailles sur tous secteurs d’activité. De l’enseigne unique d’un commerçant indépendant à celles d’un grand groupe, l’entreprise est partout, avec des références prestigieuses comme Ikea, Crédit Agricole, Sofitel, Jet..., qu’elle accompagne dans leur développement.

Leader dans le Nord–Pas-de-Calais et installée dans le top 5 national, EURO SIGNALÉTIQUE réalise 80 % de son chiffre d’affaires sur le territoire national et 20 % à l’export.

EURO SIGNALÉTIQUE a de nombreux concurrents, qui sont surtout des entreprises de petite taille. Seules quelques-unes d’entre elles ont une implantation nationale ou européenne.

Pour faire face à la stagnation actuelle du marché de l’enseigne à destination des entreprises, EURO SIGNALÉTIQUE s’attaque aujourd’hui au marché des collectivités territoriales. L’entreprise dispose en effet d’un savoir-faire qui lui permet de répondre à leurs besoins de signalétique.

Monsieur MINET a décidé de faire connaître l’entreprise et ses produits aux organisations publiques, et de former l’équipe commerciale à ce nouveau marché.

Le développement constant de l’entreprise nécessite, en outre, de suivre de façon plus rigoureuse la trésorerie.

En tant qu'assistant(e), vous êtes chargé(e) de traiter différents dossiers relatifs à cette perspective de développement :

Dossier 1 : PARTICIPATION AU SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Dossier 2 : PRÉPARATION DES ACTIVITÉS DE FORMATION

Dossier 3 : OPTIMISATION DES FLUX DE TRÉSORERIE

**DOCUMENTS INTERNES**

|  |  |
| --- | --- |
| Document 1 | Liste de contrôle pour l'organisation du salon des collectivités territoriales |
| Document 2 | Mémo de M. MINET |
| Document 3 | Entretien avec M. MINET |
| Documents 4 à 6 | Fiches d'analyse des tâches et des activités |
| Document 7 | Courriel de M. MINET |
| Document 8 | Extrait du compte-rendu de l'assemblée générale |
| Document 9 | Budget des ventes |
| Document 10 | Budgets des charges |
| Document 11 | Extrait du livre de paie de 2012 |

**ANNEXES : DOCUMENTS EXTERNES**

|  |  |
| --- | --- |
| Annexe 1 | Extrait de la plaquette du Salon des Collectivités Territoriales |
| Annexe 2 | Tarifs du salon des collectivités territoriales de Lille |
| Annexe 3 | Tarif du journal des Maires |
| Annexes 4 à 8 | Offres de prestations de formation |
| Annexe 9 | Tableau de remboursement de l'emprunt |

**DOSSIER 1**

**PARTICIPATION AU SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES**

La loi du 11 février 2005 relative à l'accessibilité des personnes handicapées aux lieux publics offre une opportunité de développement à l'entreprise EURO SIGNALÉTIQUE. En effet, les collectivités territoriales et les entreprises publiques doivent se mettre en conformité avec cette loi avant le 1er janvier 2015. Elles doivent notamment mettre en place des moyens en termes de signalétique.

M. MINET souhaite que son entreprise soit l’une des premières à occuper ce segment de marché.

Dans cet objectif, il a décidé de participer au salon des collectivités territoriales du 7 au 9 novembre 2012 au Parc des Expositions à Lille.

Il veut communiquer sur cette participation auprès des Maires de la Région qui représentent une cible importante (1 547 communes). Le Journal des Maires semble être le support de communication le plus pertinent : la cible de ce mensuel étant composée à 85 % de maires.

Vous avez élaboré une liste de contrôle pour organiser la participation à cet événement et M. MINET vous a remis un mémo pour vous fournir un certain nombre de consignes.

***Vous êtes chargé(e) de :***

***Réaliser les tâches prévues le 16 mai pour organiser la participation au salon.***

Vous utiliserez les informations externes présentées en annexe 1, 2 et 3 et les documents ci-dessous.

**Document 1 : LISTE DE CONTRÔLE POUR L'ORGANISATION DU SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **EURO SIGNALÉTIQUE**  **Participation au salon des Collectivités Territoriales**  **Du 7 au 9 novembre 2012** | | | |
| **N°** | **Tâches** | **Date limite** | **Réalisé** |
| 1 | Télécharger et imprimer le dossier d’inscription | 02/04/2012 | 🗹 |
| 2 | Compléter et envoyer le dossier d’inscription | 10/04/2012 | 🗹 |
| 3 | Informer les commerciaux de leur participation au salon | 10/04/2012 | 🗹 |
| 4 | Rédiger la fiche catalogue | 16/04/2012 | 🗹 |
| 5 | Rédiger la bannière | 16/04/2012 | 🗹 |
| 6 | Transmettre la fiche catalogue et la bannière | 23/04/2012 | 🗹 |
| 7 | Réaliser la maquette de l’annonce à insérer dans le journal des maires. | 16/05/2012 |  |
| 8 | Calculer le budget de participation au salon en incluant l'annonce dans le journal des maires | 16/05/2012 |  |
| 10 | Envoyer la maquette de l’annonce au Journal des maires | 30/05/2012 |  |
| 11 | Réunir les documents commerciaux nécessaires au salon | 26/10/2012 |  |
| 12 | Participer au salon | 07 au 09/11/2012 |  |

**Document 2 : MÉMO DE M. MINET**

|  |
| --- |
| Informations complémentaires pour calculer le budget total du salon :   * Réserver un stand de 10 m2 donnant sur 2 allées et qui nous demande le moins de préparation possible. * Faire insérer une fiche catalogue ainsi qu’une bannière sur le site de "Foire Expositions". * Prévoir des frais de restauration de 20 euros par personne et par jour pour les deux commerciaux et moi-même. * Prévoir une indemnité de transport de 25 € par personne et par jour entre Calais et Lille . * Faire paraître une annonce dans le journal des maires pour les informer de notre participation au salon : 1/4 de page, sur la base de deux insertions. |

**DOSSIER 2**

**PRÉPARATION DES ACTIVITÉS DE FORMATION**

Le développement de l’entreprise vers les collectivités territoriales impose une très bonne maîtrise de la réglementation relative aux appels d'offres des marchés publics. Or seul M. TIFFON possède actuellement des compétences dans ce domaine mais ses fonctions de responsable ne lui permettent pas de s’investir davantage sur ce marché.

M. MINET a donc décidé de former l’un des commerciaux, M. BRABANT. Celui-ci n’a aucune connaissance de la procédure d’appels d’offres publics mais souhaite s’investir sur ce nouveau segment.

Par ailleurs, dans le cadre du développement de l'entreprise, il devient indispensable que l'assistant de gestion soit bilingue. Ce dernier a déjà participé à quelques sessions de formation et poursuivra celles-ci par une immersion de cinq semaines à Londres. Pour assurer son remplacement un intérimaire sera embauché. Cependant celui-ci ne pouvant assumer la totalité des tâches de l'assistant une réorganisation est nécessaire.

Vous êtes chargé(e) de :

***2.1 Rédiger un avis argumenté comparant les offres de formation relatives aux procédures d’appels d’offres publics.***

***2.2 Proposer une nouvelle répartition des tâches pour la période de formation de l'assistant(e).***

Vous utiliserez les informations externes présentées en annexe 4, 5, 6, 7 et 8 et les documents ci-dessous.

**Document 3 : ENTRETIEN AVEC M. MINET**

Vous : Bonjour, vous voulez me voir à propos de la préparation des activités de formation et notamment de la formation de M. BRABANT.

M. MINET : Je souhaite que l’on travaille avec l'un de nos organismes de formation habituels.

Vous : Qu'est ce qui vous semble primordial pour le choix de cet organisme ?

M. MINET : Avant tout, ce sont les modalités de la formation qui sont essentielles. Il faut veiller à ce que les intervenants soient très compétents et à ce que les participants aient la possibilité de mettre en pratique leurs connaissances grâce à des jeux d'entreprise ou des simulations.

Vous : Voulez-vous que la formation se passe à Lille ?

M. MINET : Pour limiter les frais de déplacement, ce serait l'idéal. Paris conviendrait aussi. En revanche, Marseille et Toulouse sont à éviter.

Vous : À quelle date pensez-vous que le commercial puisse suivre cette formation ?

M. MINET : Ah oui, la date est plus importante que le lieu car il faut absolument que la formation soit terminée avant le salon des collectivités locales. Mais, je pense que pour être sûr qu'il ait bien assimilé les connaissances, M. BRABANT devra suivre cette formation au moins un mois et idéalement trois mois avant le salon.

Vous : De quel budget disposons nous ?

M. MINET : Toutes les formations ayant un coût relativement proche, je n'y attribue pas d'importance même si je préfèrerais ne pas dépasser 1 400 €. Vous tiendrez compte de ces différents critères pour me donner votre avis.

Vous : Oui je prépare cela pour la fin de la semaine. Autre point que nous devions voir ensemble mon absence pendant 5 semaines en juin qui me préoccupe. Certains dossiers importants risquent de rester en suspens. Il pourrait y avoir des retards préjudiciables si certaines activités ne sont pas traitées en temps et heure.

M. MINET : Vous avez raison, il est nécessaire de remédier à ce problème. Je vais engager un intérimaire pour vous remplacer. En revanche, il faudra confier une partie de vos tâches à certains de vos collègues car je crains que son manque de connaissance de l’entreprise ne lui permette pas de traiter certaines activités. Il risque d’être moins rapide que vous. À mon avis sur les 35 heures hebdomadaires il ne pourra prendre en charge qu'environ 90% des activités.

Vous : Justement, j’y ai réfléchi. J’ai un certain nombre de propositions à vous faire. Monsieur TIFFON, le responsable commercial, pourrait reprendre toute la gestion des clients excepté le suivi des règlements et des relances. Il pourrait également se charger de l’actualisation des outils de suivi d’activités, du site web et de la plate-forme collaborative.

M. MINET : Oui, cela a l’air plutôt bien. Mme DUBOIS, la responsable des achats, peut provisoirement assurer l’ensemble de la gestion des relations fournisseurs. N’oubliez pas qu’elle a aussi des compétences en gestion des ressources humaines et peut donc assurer ces tâches.

Vous : J’ai déjà établi un profil que je compte donner à l’agence de travail temporaire. J’insiste sur la maîtrise des TIC. Il devra avoir un bon esprit de synthèse, être ordonné et méticuleux, et être très à l’aise au téléphone notamment pour la relance.

M. MINET : Il faudrait aussi alléger le travail de Mme DUBOIS et de M.TIFFON de toutes leurs tâches de gestion courante et du classement des dossiers clients qui pourraient être confiées à votre remplaçant de façon à ne pas trop les surcharger de travail. Je vous laisse me faire une proposition de répartition des tâches des personnes concernées.

Vous : Je vous prépare ça pour la fin de semaine.

**Document 4 : FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS DE L'ASSISTANT**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS | | | | Service : **ADMINISTRATIF** | Nom : **X** | | | Poste : **ASSISTANT DE GESTION** | | | | **Liste des tâches et activités** | | **Heures /**  **Semaine** | | **Gestion des relations clients et fournisseurs** | | **10** | | Réponse aux appels d’offres | | 1 | | Suivi des dossiers des clients et facturation | | 3 | | Suivi des règlements clients et relance | | 2 | | Saisie des commandes et règlement des fournisseurs | | 4 | | **Gestion courante** | | **17,5** | | Conception et actualisation des outils de suivi d’activité | | 1 | | Organisation de réunions et rédaction des comptes rendus | | 1,5 | | Gestion de documents | | 6 | | Élaboration de statistiques | | 1,5 | | Organisation des déplacements | | 1 | | Téléphone, messagerie et tenue des agendas | | 4 | | Mise à jour du site Web | | 0,5 | | Animation de la plateforme de travail collaboratif | | 1 | | Gestion des sauvegardes | | 1 | | **Gestion des ressources humaines** | | **2,5** | | **Charge estimée** | | **30** | | **Charge nette** | | **33** | | **Taux d’engagement** | | **94,29 %** |   Remarque : pour tenir compte des temps non productifs, on majore de 10 % la charge estimée ce qui détermine la charge nette. Le taux d’engagement correspond à la charge nette rapportée au temps de travail réel théorique.  **Document 5 : FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS DU RESPONSABLE COMMERCIAL**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS | | | | Service : **COMMERCIAL** | Nom : **G. TIFFON** | | | Poste : **RESPONSABLE COMMERCIAL** | | | | **Liste des tâches et activités** | | **Heures /**  **Semaine** | | **Définition et suivi de l’activité commerciale** | | **11** | | **Gestion des relations clients** | | **16** | | Réponse aux appels d’offres | | 3 | | Gestion des clients et prospects | | 10 | | Veille concurrentielle des produits | | 2 | | Classement des dossiers clients | | 1 | | **Gestion courante** | | **5,5** | | Élaboration de statistiques | | 2 | | Gestion de documents | | 3,5 | | **Charge estimée** | | **32,5** | | **Charge nette** | | **35,75** | | **Taux d’engagement** | | **102,14 %** |   **Document 6 : FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS DU RESPONSABLE ACHATS**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | FICHE D’ANALYSE DES TÂCHES ET DES ACTIVITÉS | | | | Service : **ACHATS** | Nom : **F. DUBOIS** | | | Poste : **RESPONSABLE DES ACHATS** | | | | **Liste des tâches et activités** | | **Heures /**  **Semaine** | | **Définition et suivi de l’activité d’achat** | | **7** | | **Gestion des relations fournisseurs** | | **19** | | Élaboration de cahiers des charges et de contrats | | 3 | | Sélection, accueil et RDV des fournisseurs | | 12 | | Saisie de commandes et règlement des fournisseurs | | 4 | | **Gestion courante** | | **5,5** | | Élaboration de statistiques | | 2,5 | | Gestion de documents | | 3 | | **Charge estimée** | | **31,5** | | **Charge nette** | | **34,65** | | **Taux d’engagement** | | **99 %** | |

**DOSSIER 3**

**OPTIMISATION DES FLUX DE TRÉSORERIE**

Le développement constant de l’entreprise a entrainé des investissements importants. Ces derniers ont été financés par des ressources stables : recapitalisation de l’entreprise, emprunt à long terme et autofinancement. Ainsi l’équilibre financier est assuré sur le long terme.

Cependant, l’accroissement des activités d’EURO SIGNALÉTIQUE entraîne des flux de trésorerie de plus en plus élevés, très irréguliers d’un mois à l’autre. Ce qui génère souvent des découverts, dont le montant s’accroît.

M. MINET souhaite mettre en place un outil permettant de prévoir et de suivre au mieux les mouvements de trésorerie. Jusqu'à présent, seuls les paiements des fournisseurs étaient suivis grâce à des tableaux prévisionnels de décaissements. Quant aux autres mouvements de trésorerie ils étaient contrôlés uniquement lors des rapprochements bancaires mensuels.

Vous utiliserez les informations externes présentées en annexe 9 et les documents ci-dessous.

|  |
| --- |
| ***Vous êtes chargé(e) de :***   * 1. ***Suivre les flux de trésorerie de juin à septembre 2012.***   2. ***Proposer à M. MINET un avis argumenté.*** |

**Document 7 : COURRIEL DE M. MINET**

|  |  |
| --- | --- |
| **De :** | **MINET@eurosignal.fr** |
| **A :** | **assistant.X@eurosignal.fr** |
| **Objet :** | **Suivi de la trésorerie** |
| **Pièce jointe :** | **Conditions du découvert bancaire.docx** |
| Bonjour,  Ces six derniers mois, nos découverts bancaires se sont multipliés et amplifiés, ce qui a fait exploser nos agios. Nous sommes actuellement encore à découvert de 800 €.  Il faut que nous suivions plus attentivement nos flux de trésorerie, en réalisant un budget de trésorerie prévisionnel. Nous pouvons nous contenter de quatre mois pour l’instant. Prenez les 800 € de découvert comme trésorerie initiale du mois de juin.  N'oubliez pas les acomptes de l'impôt sur les sociétés de 45 000 € à payer en juin et en septembre ainsi que l'acompte de 3 500 € que nous devons verser au mois de septembre pour la réservation du stand au salon de collectivités territoriales.  Enfin, je vous rappelle que 30 % des ventes sont encaissées à 30 jours et le solde à 60 jours.  Je vous charge de réaliser ce budget de trésorerie afin de vérifier si nous serons encore souvent à découvert. Dans ce cas, réfléchissez et proposez moi des solutions. Je ne souhaite plus payer autant d’agios. Je vous joins d'ailleurs les conditions de découvert d'une de nos deux banques, la Caisse d''Épargne.  S'il faut réinjecter de l'argent dans l'entreprise, je veux bien faire un apport en compte courant, pour une courte durée et pour un montant maximum de 7 000 € à un taux d’intérêt de 5 %.  Bon courage et merci. D. MINET | |

**Pièce jointe : Conditions du découvert bancaire.docx**



**Découvert : 12,80 %**

**Pas de commission dans la limite de 10 000 € de découvert**

**Au-delà 15 € HT**

**Document 8 : EXTRAIT DU COMPTE-RENDU DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE**

|  |
| --- |
| **EUROSIGNAL**  COMPTE RENDU DE l'Assemblée générale ordinaire du 15 mars 2012  […]  Deuxième résolution : affectation du résultat  Versement de 50 000 € au titre des dividendes à la mi juillet 2012.  […]  Cinquième résolution : prime de vacances  Versement pour un montant global de 12 000 € toutes charges comprises avec les salaires de juin. |

**Document 9 : BUDGET DES VENTES DE 2012 (TTC en €)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre |
| 735 540 | 741 520 | 717 600 | 657 800 | 598 000 | 813 280 |

**DOCUMENT 10 : BUDGETS DES CHARGES DE 2012 (en €)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **BUDGET DES DÉCAISSEMENTS ACHATS** | | | | |
|  | Juin | Juillet | Août | Septembre |
| Achats de matières du mois d'avril TTC | 89 700 |  |  |  |
| Achats de matières du mois de mai TTC | 58 604 | 83 720 |  |  |
| Achats de matières du mois de juin TTC | 25 116 | 58 604 | 83 720 |  |
| Achats de matières du mois de juillet TTC |  | 20 631 | 48 139 | 68 770 |
| Achats de matières du mois d’août TTC |  |  | 20 631 | 48 139 |
| Achats de matières du mois de septembre TTC |  |  |  | 23 322 |
| TOTAUX | 173 420 | 162 955 | 152 490 | 140 231 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **BUDGET DES AUTRES CHARGES EXTERNES** (TTC) | | | | |
| Mois de décaissement | Juin | Juillet | Août | Septembre |
| Montant | 199 732 | 215 280 | 214 084 | 197 340 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **BUDGET DE TVA** | | | | | |
|  | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre |
| TVA collectée | 121 520 | 117 600 | 107 800 | 98 000 | 133 280 |
| TVA déductible sur biens et services | 58 604 | 60 172 | 57 820 | 57 624 | 57 820 |
| TVA déductible sur immobilisations |  |  |  |  |  |
| TVA à décaisser | 62 916 | 57 428 | 49 980 | 40 376 | 75 460 |
| Report de TVA du mois précédent |  |  |  |  |  |
| **TVA à paye**r | 62 916 | 57 428 | 49 980 | 40 376 | 75 460 |
| **Crédit de TVA** |  |  |  |  |  |

**Document 11 : EXTRAIT DU LIVRE DE PAIE DE 2012**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mois de décaissement | Juin | Juillet | Août | Septembre |
| Salaires bruts | 165 000 | 165 000 | 165 000 | 165 000 |
| Charges patronales | 73 000 | 73 000 | 73 000 | 73 000 |

**ANNEXE 1 : EXTRAIT DE LA PLAQUETTE DU SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES**

Le Salon des collectivités territoriales de Lille réunit une fois par an les élus locaux (présidents, maires, adjoints, conseillers) ainsi que les personnels territoriaux d’encadrement : directeurs généraux, secrétaires généraux, chefs de service, cadres et collaborateurs.

C’est l’opportunité de s’informer, de rencontrer, d’échanger et de découvrir un grand choix de produits, services et prestataires nécessaires à la gestion, à l’aménagement et au développement de leurs collectivités.

**Qui expose ?**

Institutions, administrations, services de l’Etat, fédérations, associations, bâtiments, équipements industriels, mobiliers urbains, aires de jeux, bureautique, informatique, télécommunications, véhicules, travaux publics, voiries, espaces verts, aménagements fonciers, logements, énergies renouvelables, éclairages publics, signalétique, établissements financiers, assurances, mutuelles, comptabilité, ressources humaines, ingénierie, bureaux d’étude, transport urbain, propreté urbaine, restauration collective, communication, animations-événements…

**Une occasion unique :**

- d’aller à la rencontre d’un public ciblé en un minimum de temps,

- de nouer des contacts directs, de convaincre de nouveaux clients et de développer votre chiffre d’affaires,

- d’affirmer votre présence sur le marché en montrant votre savoir-faire, la qualité de vos produits et de votre accueil, de valoriser l’image de votre société,

- de mieux comprendre les besoins et attentes de vos futurs clients, et ainsi de devancer le marché.

**Fréquentation : 5 000 visiteurs, 100 exposants**

**Impact média : 50 journalistes, 300 articles de presse**

**ANNEXE 2 : TARIFS DU SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES DE LILLE**

**TARIFS DE LA SOCIÉTÉ « FOIRE-EXPOSITIONS»**

**SALON DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES DE LILLE DU 7 AU 9 NOVEMBRE 2012**

Plusieurs tailles de stands disponibles : 10 m2, 20 m2, 30 m2.

Prix au m2 HT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Espace nu | Stand pré-équipé | Stand clé en main |
| Sur une allée | 250 € | 350 € | 402 € |
| Sur deux allées | 300 € | 375 € | 458 € |

* Possibilité de parution dans le catalogue de l’exposition :

- Fiche catalogue avec logo et visuel 770 € HT

- Publicité sur la 2ème et 3ème de couverture 1570 € HT

- Publicité en 4ème de couverture 3 200 € HT

* Bannière sur le site Internet : 1 500 € HT
* Droits d’inscription : 150 € HT
* Assurance :

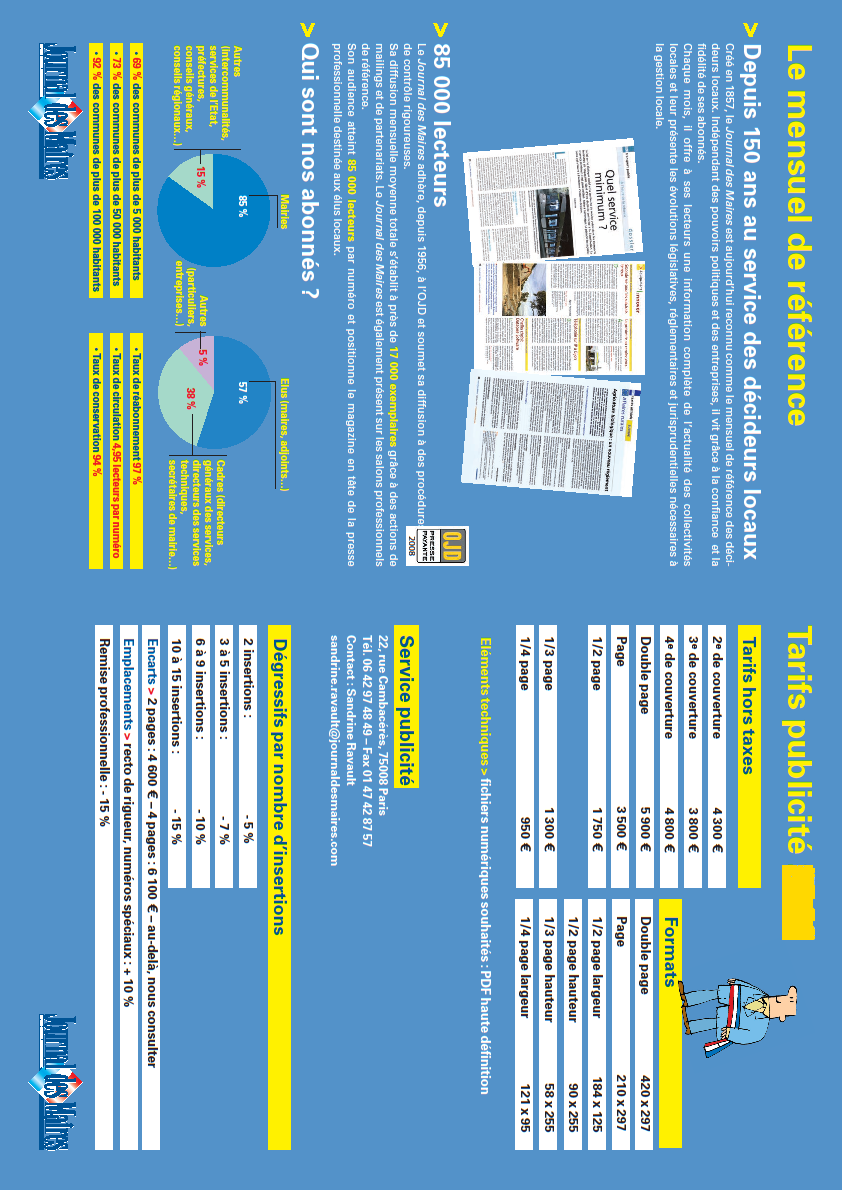
Stand de 10 m2 : 75 € HT

Stand de 20 m2 : 125 € HT

Stand de 30 m2 : 175 € HT

* Location d’une salle de conférence : 1 200 € HT le créneau d’une heure

**ANNEXE 3 : TARIF DU JOURNAL DES MAIRES**



**Source : http//www.journaldesmaires.com**

**ANNEXE 4 : OFFRE DE PRESTATIONS DE FORMATION**

Offre commerciale différenciante !

Proposition convaincante !

Soutenance client gagnante !

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pour qui ?**  \* Toute personne devant rédiger, présenter et négocier des réponses à des appels d'offres de services ou de produits.  **Pré-requis**  \* Répondre à des appels d'offres dans le secteur privé.  \* NB : les participants sont invités à apporter des exemples de réponses à appels d'offres.  **Objectifs**  \* Maîtriser les 7 étapes de la réponse à appel d'offres.  \* Identifier les éléments qui différencieront votre réponse de celles des concurrents.  \* Donner envie par la qualité de la mise en forme.  \* Se préparer à défendre et négocier son offre commerciale face à un comité d'acheteurs.  **Bénéfices métier**  \* Délivrer des propositions commerciales et des soutenances qualitatives et différenciantes.  \* Influencer et convaincre par écrit et par oral.  \* Optimiser son taux de transformation. | | **Programme**  **1. Prendre en compte les fonctionnements « culturels » de l'entreprise cliente**  \* Identifier les décideurs, les acheteurs et les circuits de décision.  \* Comprendre les cycles et pratiques d'achat du client.  \* Décrypter le cahier des charges pour en extraire les informations utiles.  **2. Décider du go/no go**  \* Evaluer ses atouts, les risques et opportunités en cas de gain ou de perte de l'affaire.  \* Définir les axes majeurs de sa réponse technique.  \* Réaliser une pré-étude de prix pour évaluer la rentabilité de l'offre.  **3. Élaborer une offre différenciante**  \* Cerner objectifs, périmètre et résultats attendus de l'intervention. | | \* Structurer le plan de la réponse.  \* Mettre en regard objectifs clients, compréhension de la problématique et solution proposée.  \* Positionner ses atouts différenciateurs par rapport aux concurrents.  **4. Rédiger une proposition convaincante**  \* Structurer la réponse : choix du plan, hiérarchisation des parties.  \* Rédiger des titres qui communiquent.  \* Rendre la proposition lisible et attractive : la mise en forme.  \* Mettre en avant les points discriminants pour le client : l'exécutive summary.  **5. Chiffrer son offre et préparer le plan de négociation**  \* Les méthodes de chiffrage et de présentation du prix.  \* Bâtir son offre financière en tenant compte de la stratégie commerciale. | | \* Préparer sa négociation.  **6. Préparer et animer une soutenance marquante**  \* Préparer sa présentation visuelle en impliquant tous les acteurs.  \* Veiller à sa condition physique et mentale pour le jour J.  \* En situation, établir la relation avec les membres du jury.  \* Savoir commenter son offre et traiter les questions.  **7. Défendre et négocier son offre jusqu'à la signature**  \* Argumenter et répondre aux questions d'approfondissement.  \* Négocier les conditions finales tout en préservant la marge.  \* Savoir dire « non » lorsque les conditions deviennent inacceptables. | |
| **Points forts**  **\* Une formation unique et complète** : l'ensemble du processus, de la réception de l'appel d'offres jusqu'à la négociation finale.  \* **Un format original et challengeant** : deux équipes en compétition pour remporter l'appel d'offres face à l'expert, rompu aux techniques des jurys les plus redoutables !  \* **Une transposition immédiate** sur les réponses à appels d'offres des participants. | | | | | |
| **3 JOURS** |  | Paris | Lyon | | Nantes | | 1 580 € HT |
| Réf. **6728**  75 €HT |  | 31 janv > 2 fev  21 mars> 23 mars  16 mai> 18 mai  20 août> 22 août  3 oct> 5 oct  28 nov> 30 nov | 11 avr> 13 avr  27 juin> 29 juin  24 oct> 26 oct | | 28 mars> 30 mars  4 juil> 6 juil  5 nov> 7 nov | |

**ANNEXE 5 : OFFRE DE PRESTATIONS DE FORMATION**

Les fondamentaux pour réussir ses ventes au secteur public !

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pour qui ?**  \* Commercial terrain, ingénieur d'affaires, déjà formés aux techniques de vente.  \* Manager commercial souhaitant accompagner ses équipes dans la conquête du secteur public.  **Pré-requis**  \* Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.  **Objectifs**  \* Connaître les règles essentielles et les différentes étapes d'un marché public.  \* Savoir où chercher l'information : les sites Internet et les services incontournables.  \* Adapter son offre aux besoins spécifiques des interlocuteurs du secteur public.  \* Adapter son cycle de vente d'achat dans le secteur public.  **Bénéfices métier**  \* Investir efficacement le secteur public en s'adaptant à ses spécificités. | | **Programme**  **1. Dénicher les consultations et se faire connaître en amont : entrer dans le paysage**  \* Dresser la cartographie des forces en présence sur son marché.  \* Se mettre à l'affût des opportunités : les caractéristiques de l'achat public.  \* Se faire connaître du secteur public : les périodes propices à la prospection.  \* Repérer les différentes forces en présence : circuits de décision, interlocuteurs clés.  \* Préparer le terrain : action RP, lobbying.  **2. Parler le langage du secteur public : s'adapter à l'univers public**  \* Connaître les codes du marché. | | \* Le grand abécédaire du secteur public : les mots incontournables, le langage.  \* Les pratiques qui fonctionnent  et les erreurs à éviter.  \* Communiquer avec les acteurs du monde local.  **3. Répondre à la commande publique : satisfaire au processus d'achat public**  \* Se repérer parmi les différentes procédures : appel d'offres, marché négocié, dématérialisation…  \* Présenter une candidature.  \* Savoir décrypter le cahier des clauses administratives particulières (CCAP) et le cahier des charges techniques particulières (CCTP).  \* Respecter les étapes clés pour être mieux sélectionné. | | \* Identifier les critères de choix spécifique : économiques, sociaux, environnementaux.  \* Adapter son offre à ces critères.  \* Mettre en valeur ces références.  \* Formaliser l'offre technique et financière.  **4. Construire la relation : installer dans la durée**  \* Trouver la bonne posture pour devenir un partenaire de l'acheteur public.  \* Mettre en place une organisation en interne adaptée au secteur public.  \* Assurer le suivi de l'exécution.  \* Réagir en cas de rejet de la candidature pour déterminer les actions correctives à mettre en place. |
| **Points forts**  \* Un parcours original - un **jeu d’entreprise** rythme cette formation action. Les participants vivent le parcours pour se faire connaître et réussir son introduction sur le secteur public.  \* **Outils pratiques** pour préparer et réussir son introduction sur ce marché.  \* Votre formateur est un **triple expert** : formation, vente et expertise du secteur public.    \* Programme réalisable en **intra-entreprise.** | | | | |
| **2 JOURS** | | Paris |  | | 1 230 €HT | |
| Réf. **7565**  50 €HT |  | 22 mars > 23 mars  18 oct> 19 oct  13 dec> 14 dec |

**ANNEXE 6 : OFFRE DE PRESTATIONS DE FORMATION**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Informatique et management  Stage pratique de 2 jours  Réf : VPU  Participants  Toute personne souhaitant développer la clientèle soumise au code des marchés publics et notamment les commerciaux, les responsables grands comptes, les responsables administratifs  Pré-requis  Aucune connaissance particulière  Prix 2012 : 1 190 € HT  Dates des sessions  Toulouse  19-20 avril 2012  10-11 septembre 2012  22-23 novembre 2012 | **Vendre au secteur public**  **OBJECTIFS**  *Cette formation vous permettra d’acquérir des connaissances sur le fonctionnement des marchés publics, de savoir comment en identifier les principaux clients et interlocuteurs, et développer une approche méthodique pour élaborer une offre opportune et pertinente.*   |  |  | | --- | --- | | 1. Le cadre réglementaire des marchés publics 2. La publication de marchés publics 3. Comment répondre à un marché public 4. Élaborer une offre : les règles fondamentales | 1. L’attribution du marché 2. L’exécution du marché public 3. La dématérialisation des marchés publics |  1. **Le cadre réglementaire des marchés publics**  * Les principes fondamentaux de la commande publique. * Les nouveautés de la Réforme 2006. * Les principaux acteurs publics. * Les documents contractuels de référence.   **Travaux pratiques**  *Qualifier des clients, identifier les différentes procédures et catégories de marchés.*   1. **La publication de marchés publics**  * Les exigences de publication selon les montants des marchés. * Où prendre connaissance des publications ? Les supports de publication. La publication des appels d’offres dématérialisés. Les services de veille.  1. **Comment répondre à un marché public**  * Les documents de consultation. * Le déroulement des différentes procédures. * La stratégie de réponse : répondre seul ou à plusieurs. * Les obligations à respecter pour être éligible.   **Travaux pratiques**  *Remplir les principaux documents : DC4, DC5, DC6...*   1. **Élaborer une offre : les règles fondamentales**  * Décrypter le besoin pour une offre pertinente. * Forme et contenu de l’offre : le respect des règles de présentation : délais, variantes, dématérialisation…   **Travaux pratiques**  *Identifier le besoin de l’acheteur et préparer la réponse.*   1. **L’attribution du marché**  * L’analyse des offres : critères de choix et pondération. * Les négociations.   **Travaux pratiques**  *Analyse des réponses à un marché à partir de différentes méthodes ; impacts sur la formulation de l’offre.*   1. **L’exécution du marché public**  * Les obligations réciproques des contractants. * Les modes de détermination, d’actualisation et de révision du prix. * Les modifications du contrat en cours d’exécution. * Le délai global de paiement (décret de 2002). * Le traitement des litiges.  1. **La dématérialisation des marchés publics**  * Les enjeux de la dématérialisation. Bénéfices attendus et nouvelles contraintes pour le vendeur. * Comment faire une offre dématérialisée ? * La communication avec l’acheteur public. * Répondre en ligne.   **Travaux pratiques**  *A partir d’une plateforme, présentation des principales fonctionnalités et exercices de téléchargement et de réponses en ligne.* |

**ANNEXE 7 : OFFRE DE PRESTATIONS DE FORMATION**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CT 84 | 2 jours (14 heures) | | 1250 € HT |  | |
| **Stage**  **Bien Répondre à un Appel d’Offres Public** | | | | | |
| **Objectif**   * Comprendre le code des marchés publics, maîtriser les différents types de marchés et procédures d’achat, la dématérialisation. * Analyser le dossier pour réaliser un dossier efficace de réponse à un appel d’offres public.   **Profil stagiaire**  Professionnel du secteur privé devant répondre à un appel d’offres et comprendre le code des marchés publics.  **Compétences visées**  Maîtriser le processus de la commande publique et ses différentes étapes. | | | | |  |
| **Contact**  **i** |
| **Léa PELOT**  **01 55 75 53 12**  **lpelot@apf.fr** |
| **PROGRAMME**   * **Maîtriser l’environnement juridique**   Les acteurs de l’achat public  Leurs rôles et leurs compétences  Où et comment rechercher les bonnes informations  Le relèvement des seuils depuis la réforme 2008  La délégation de responsabilité à la signature des documents administratifs   * **La dématérialisation**   Objectif 2010  Où trouver les appels d’offres  Le téléchargement du dossier de consultation  La formalisation de la candidature   * **Les différentes procédures d’achat**   Les règles de publicité et de seuils  Les appels d’offres ouverts et restreints  Les marchés négociés  Les marchés sans formalité préalable  Le dialogue compétitif   * **Les différents types de marché**   Marché unique ou en lots  Les prix ajustables ou révisables   * **Analyser le dossier d’appel d’offres**   L’organisation interne à mettre en place  Comprendre le cadre de l’appel d’offres (fond, forme, attentes clients) | | Analyser les demandes formulées et sous-jacentes  Le cahier des charges  Identifier les objectifs, les enjeux et les risques de l’offre   * **Préparer son dossier réponse**   Gestion interne de l’avancement du dossier  Les pièces administratives  Préparer les dossiers techniques  Chiffrer sa proposition sans oublier les risques  Préparer les argumentaires  Structurer son dossier réponse : plan, cohérence, logique  Constitution du dossier : support, mise en page, annexes, signatures et pouvoirs, pièces administratives, emballage,  Remise du dossier  Réponse dans un cadre de dématérialisation : support, annexes, remise du dossier   * **La commission d’appel d’offres**   La composition  Son rôle  Le choix de l’offre   * **La réponse de la personne publique**   La notification   * **La sous-traitance**   Définition et responsabilités | | | **Où et quand ?**  **i** |
| * **17 – 18 mars 2012 : Paris/Lyon/Marseille/Toulouse / Lille / Nantes / Strasbourg** * **4 – 5 octobre 2012 : Paris/Lyon/Marseille/Toulouse / Lille / Nantes / Strasbourg** * **28 – 29 novembre 2012 : Paris** |
| 🞛**EN SAVOIR +**  **Le + pédagogique**  Accès pendant un an à l’espace e-learning dédié  **Profil animateur**  Expert en marchés publics | | | | | APF  Agence pour la formation |

**ANNEXE 8 : OFFRE DE PRESTATIONS DE FORMATION**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CT 29 | 3 jours (14 heures) | | 1450 € HT |  | |
| **Stage**  **Maîtriser la Pratique des Marchés Publics : Initiation** | | | | | |
| **Objectif**   * Connaître la règlementation et le nouveau code des marchés publics depuis la réforme 2008. * Avoir une vue d’ensemble sur la problématique liée aux marchés publics.   **Profil stagiaire**  Commerciaux chargés de la passation et de l’exécution des marchés publics, rédacteurs des marchés (État, collectivités territoriales, hôpitaux, établissements publics).  **Compétences visées**  Comprendre la problématique des marchés publics.  Être à même de participer à la rédaction d’un marché. | | | | |  |
| **Contact**  **i** |
| **Léa PELOT**  **01 55 75 53 12**  **lpelot@apf.fr** |
| **PROGRAMME**   * **Présentation générale : les grands principes de la réglementation** * **Les principes fondamentaux du droit de la commande publique**   Liberté d’accès, égalité de traitement, transparence des procédures, efficacité de la commande publique et bonne utilisation des deniers publics.   * **Le code des marchés publics**   Les accords cadres :   * Définition, caractéristiques et intérêts.   Les procédures de passation :   * Le principe de remise en concurrence et ses exceptions * Quand peut-on utiliser la procédure adaptée ? * Comment l’exécuter (quelles clauses minimales prévoir) ? * Cas d’ouverture et avantages comparatifs des procédures.   Le système d’acquisition dynamique  Comment se déroule la procédure :   * Marchés de fournitures * Offre indicative * Toutes les phases de l’AAO * Mise en concurrence obligatoire * Méthodologie et choix du ou des titulaires * Avantages pour l’acheteur public | | Les modifications de la procédure du dialogue compétitif  Les autres nouveautés : allotissement, contraintes de la directive service, marchés à bons de commande, la réforme de décembre 2008 (les conséquences du plan de relance de l’économie française sur la réglementation)   * **Les parties au contrat**   Rôles, responsabilités, obligations et organisation   * **Le contrat**   L’approche de la définition du besoin  Le contenu des pièces du marché  La distinction entre marché de fournitures, de services et de travaux  De la définition du besoin à la signature du marché   * **L’appréciation des seuils**   La notion d’opération  La notion de fournitures et de services homogènes  La gestion des petits lots  Le seuil des 4 000 € HT   * **Les procédures de passation des marchés publics** * **Les règles de publicités et de seuils** * **Les candidatures et les offres** * **La gestion courante du marché**   Définition et responsabilités | | | **Où et quand ?**  **i** |
| * **17 – 19 janvier 2012 :**   **Strasbourg**   * **14-16 mars 2012**   Nantes / Strasbourg   * **20 – 22juin 2012 : Strasbourg** * **17 – 19 octobre 2012 : Lyon/ Nantes / Strasbourg** * **27 – 29 novembre 2012 : Lyon/ Nantes / Strasbourg** |
| 🞛**EN SAVOIR +**  **Le + pédagogique**  Accès pendant un an à l’espace e-learning dédié  **Profil Animateur**  Praticien des marchés publics | | | | | APF  Agence pour la formation |

**ANNEXE 9 : TABLEAU DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT**



Le 15 avril 2012

Durée totale : 36 mois Nominal : 280 000 € Taux : 4 %

Contrat 12/1458522 SARL EUROSIGNAL

Mode de remboursement : mensualités constantes

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Date d'échéance | Capital début | Intérêts | Amortissements | Mensualités | Capital final |
| mai 2012 | 280 000 | 933,33 | 8566,67 | 9500 | 270 500 |
| juin 2012 | 270 500 | 901,67 | 8598,33 | 9500 | 261 000 |
| juillet 2012 | 261 000 | 870,00 | 8630,00 | 9500 | 251 500 |
| aout 2012 | 251 500 | 838,33 | 8661,67 | 9500 | 242 000 |
| septembre 2012 | 242 000 | 806,67 | 8693,33 | 9500 | 232 500 |