

LIVRET DU PARTICIPANT

Livret de l'entreprise



Arkenciel

Simulateur pédagogique de la découverte de la gestion



ARKHÉ

International

Simulations de gestion – Jeux d'entreprises – Simulateurs pédagogiques

580, Cours de la Libération - 33400 TALENCE - France

Téléphone : 33 (0)5 56 37 29 38 - Télécopie : 33 (0)5 56 04 01 20

Site internet : <http://www.arkhe.com> - E-mail : arkhe@arkhe.com

TABLE DES MATIÈRES

1. PARTIE. VOTRE ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT	3
1.1 L'ENTREPRISE	3
1.2 LES ÉQUIPEMENTS D'UNE COMPAGNIE	3
1.2.1 Les zones portuaires	3
1.2.2 Les pontons	3
1.2.3 Les bateaux promenades	3
1.2.4 Les agents de comptoir	4
1.2.5 Les capacités mensuelles	4
1.3 LE MARCHÉ	4
1.3.1 Le circuit touristique	4
1.3.2 La clientèle	4
1.3.3 La concurrence	4
1.3.4 L'évolution du marché	5
1.4 LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET CLIMATIQUE	5
2. PARTIE. RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES	6
2.1 LES PRESTATAIRES DE SERVICES	6
2.1.1 La lettre du Petit Economiste : journal économique	6
2.1.2 Comptaservice : société d'expertise-comptable	6
2.1.3 Markinform : société d'études de marché	6
2.1.3.1 Etudes de marché	6
2.1.3.2 Etudes concurrentielles	7
2.1.4 Ecomer : équipements fluviaux	7
2.1.4.1 Location de bateaux	7
2.1.4.2 Investissement en pontons	8
2.1.4.3 Cession de pontons	8
2.1.5 L'européenne de crédit : banque	8
2.1.5.1 Emprunts	8
2.1.5.2 Découverts	8
2.1.5.3 Placements	8
2.1.6 L'assureur	8
2.2 ÉTAT	9
2.2.1 Impôt sur les sociétés	9
2.2.2 Impôt forfaitaire annuel	9
2.2.3 Taxe sur la valeur ajoutée	9
2.3 LES AUTRES PARTENAIRES	9
3. PARTIE. LES DÉCISIONS	10
3.1 MARKETING	10
3.2 MOYENS D'EXPLOITATION DE LA SAISON	11
3.3 FINANCEMENT	11
3.4 INVESTISSEMENTS - CESSIONS	11
3.5 DIVERS	12
4. TABLE DES ANNEXES	13

1. Partie. VOTRE ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT

1.1 L'ENTREPRISE

Au cœur d'une région riche en voies d'eau et canaux aménagés, une station de villégiature est appréciée pour ses nombreux attraits touristiques. Chaque saison, un flot de visiteurs découvre la ville et sa région, à pied, à vélo, en voiture et en bateau promenade.

La mairie a concédé à plusieurs compagnies de tourisme fluvial constituées en sociétés en nom collectif, l'exploitation d'une zone portuaire. La direction et la gestion d'une compagnie vous ont été confiées.

D'autre part vous êtes propriétaire à titre personnel d'autres biens. Par ailleurs votre famille, fort connue dans la région, dispose d'un patrimoine immobilier et financier non négligeable.

Les gestionnaires, qui aujourd'hui, prennent en charge l'exploitation de cette entreprise ont plusieurs activités dans le milieu touristique. Cette compagnie n'est qu'une de leurs affaires, et même si la période d'ouverture de mai à octobre correspond à celle où leur disponibilité est plus grande, leurs occupations leur interdisent d'exercer une fonction opérationnelle dans la société. Ils se consacrent exclusivement aux fonctions de direction et de contrôle.

1.2 LES ÉQUIPEMENTS D'UNE COMPAGNIE

1.2.1 LES ZONES PORTUAIRES

Aucune zone portuaire ne bénéficie d'une position privilégiée due à son emplacement.

Une zone portuaire peut accueillir plusieurs pontons. Sur cette zone, un comptoir de vente spacieux permet à un ou plusieurs agents de comptoir de vendre les billets aux passagers.

1.2.2 LES PONTONS

Un ponton est une avancée d'une dizaine de mètres supportée par des pilotis en bois anticorrosion. L'accostage des bateaux s'effectue de chaque côté du ponton. Chaque ponton ouvert génère des frais fixes de pontons. Ces frais fixes de structure correspondent aux frais d'entretien et de fonctionnement des pontons et sont saisonniers.

1.2.3 LES BATEAUX PROMENADES

Les compagnies ne sont pas propriétaires des bateaux qu'elles exploitent. Un contrat saisonnier conclu chaque année avec ECOMER, entreprise de location d'équipements fluviaux, leur permet de louer les bateaux pour un prix forfaitaire.

1.2.4 LES AGENTS DE COMPTOIR

Installés dans le comptoir de vente, ils délivrent les billets à la clientèle, ils peuvent contribuer à des tâches diverses et éventuellement aider à la préparation des repas.

1.2.5 LES CAPACITÉS MENSUELLES

La capacité d'accueil maximale de chacun est limitée à :

- un agent de comptoir : 4 200 passagers
- un ponton : 4 200 passagers
- un bateau : 2 100 passagers

1.3 LE MARCHÉ

1.3.1 LE CIRCUIT TOURISTIQUE

Les sociétés commercialisent des circuits en bateau promenade sur les canaux, rivières et étendues d'eau de la ville et de la région.

Le circuit touristique est un forfait qui comprend :

- la place assise sur le bateau,
- le repas,
- l'animation à bord,
- les visites guidées au cours des escales.

La promenade dure toute la journée, le départ s'effectue à 10 heures et le retour vers 16h30.

Chaque entreprise propose le circuit qui lui semble le mieux correspondre aux attentes des clients qu'elle cherche à attirer.

1.3.2 LA CLIENTÈLE

La fréquentation de ces circuits fluviaux n'a jamais fait l'objet, de la part des compagnies, d'études systématiques de la clientèle.

Toutefois les responsables de compagnies ont observé que plusieurs types de touristes fréquentent la région et apprécient les circuits fluviaux :

- des "familles", couples avec deux ou trois enfants, des jeunes en vacances généralement hébergés dans les villages vacances et les campings de la région ;
- des "individuels" : touristes français et étrangers, le plus souvent sans enfant, plus aisés et parfois plus âgés qui fréquentent les hôtels de la station et des environs.

On a pu par ailleurs constater que la clientèle n'est pas fidèle à la station d'une année sur l'autre. En conséquence, telle compagnie ou tel type de circuit prisé une saison, ne le sera pas forcément la saison suivante.

1.3.3 LA CONCURRENCE

La concurrence est directe vis à vis des autres compagnies, mais d'autres prestataires peuvent offrir des produits similaires ou de substitution. C'est le cas des loueurs de bateaux, pédalos... qui peuvent attirer plus ou moins la clientèle. De même ne sont pas à négliger les nombreux loueurs de vélos ou VTT qui bénéficient de l'aménagement des pistes cyclables le long des canaux et voies navigables notamment.

1.3.4 L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ

Si aucune mesure systématique du marché n'a été réalisée, il a été effectué un relevé statistique de la fréquentation moyenne de la station et plus particulièrement des circuits en bateaux promenades.

Sur les 3 dernières saisons, la fréquentation moyenne par compagnie a été la suivante :

- Mai 2 800 passagers
- Juin 3 325 passagers
- Juillet 5 250 passagers
- Août 5 425 passagers
- Septembre 2 275 passagers
- Octobre 1 925 passagers

1.4 LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET CLIMATIQUE

La conjoncture socio-économique peut avoir une influence plus ou moins favorable sur la fréquentation de la station au cours d'une saison. Pour qualifier cette conjoncture, il est couramment utilisé les termes de conjoncture excellente, favorable, moyenne, défavorable, déprimée, selon l'effet positif ou négatif de celle-ci sur la demande.

Le temps de la saison est imprévisible. Bien que les services météo possèdent des statistiques sur des séries assez longues, ce n'est pas pour autant qu'ils ont la possibilité d'effectuer des prévisions sérieuses au-delà de quelques jours. A posteriori, la saison peut être qualifiée de très pluvieuse, pluvieuse, variable, belle ou très belle.

2. Partie.

RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES

2.1 LES PRESTATAIRES DE SERVICES

Certaines relations avec les partenaires de l'entreprise sont parfois soumises à facturation d'honoraires ou de prestations.

2.1.1 LA LETTRE DU PETIT ÉCONOMISTE : JOURNAL ECONOMIQUE

LE PETIT ÉCONOMISTE est un journal économique qui diffuse gratuitement, pendant l'intersaison "LA LETTRE DU PETIT ÉCONOMISTE". Dans cette lettre se trouvent le plus souvent des informations précieuses sur l'évolution prévisionnelle des prix, en particulier le montant des salaires et des locations de bateaux pratiqués pour la saison à venir, des articles sur la conjoncture socio-économique régionale et diverses informations sur l'actualité.

2.1.2 COMPTASERVICE : SOCIETE D'EXPERTISE-COMPTABLE

COMPTASERVICE, cabinet d'expertise comptable, élabore sur demande expresse et préalable des entreprises, moyennant 2 000 € d'honoraires, les documents comptables de synthèse :

- compte de résultat (présenté en liste),
- tableau de trésorerie,
- bilan de l'entreprise.

2.1.3 MARKINFORM : SOCIETE D'ETUDES DE MARCHÉ

MARKINFORM, conseil en mercatique, propose des études et des informations recueillies sur le marché des circuits touristiques.

MARKINFORM propose deux types d'études :

- des études de marché,
- des études concurrentielles.

2.1.3.1 ÉTUDES DE MARCHÉ

Influence de l'environnement (2 000 €)

Évolution naturelle du marché.

Variations saisonnières.

Influence de la conjoncture économique sur la fréquentation.

Influence du climat de la saison sur la fréquentation.

Sensibilité aux prix (5 000 €)

Effet du prix sur chaque segment de clientèle.

Prix seuils.

Sensibilité à la qualité des repas (2 000 €)

Attentes de la clientèle et influence de la qualité des repas sur son comportement d'achat.

Sensibilité aux gratuits (2 000 €)

Influence des places gratuites sur la fréquentation des circuits promenades.

Sensibilité au budget commercial (3 000 €)

Analyse segmentée de l'importance et de la cohérence des budgets utiles : communication, confort à bord, animation à bord, visites.
Attentes de la clientèle.

Sensibilité aux axes de communication (2 000 €)

Sensibilité aux axes de communication par type de clientèle.

2.1.3.2 ÉTUDES CONCURRENTIELLES

Le coût de chaque étude concurrentielle s'élève à 1 000 €.

Évolution des marchés potentiels et effectifs

Marché potentiel (en nombre de circuits pour la saison), global et par segment, marché effectif (en nombre de circuits pour la saison), global et par segment, nombre de clients refusés, global et par segment.

Part de marché

Part de marché en Euros et en nombre de circuits sur le marché global et par segment de marché.

Quatre études de positionnement

Ces 4 études de positionnement portent respectivement sur le prix, le repas, les gratuités, le budget commercial (budget composé des budgets communication, budgets confort, animation et visites). Elles positionnent de l'année 1 jusqu'à l'année en cours, les décisions de l'entreprise par rapport aux valeurs minimales, moyennes et maximales proposées par la concurrence du même segment.

Analyse de la satisfaction de la clientèle d'une entreprise

Opinion de la clientèle présentée de manière synthétique pour chacune des composantes du mix commercial : prix, repas, gratuités, budget commercial, axe de communication.

Sur demande des entreprises, MARKINFORM peut établir des devis pour des études spécifiques qui lui seraient demandées.

2.1.4 ECOMER : EQUIPEMENTS FLUVIAUX

ECOMER, spécialiste des équipements fluviaux :

- loue des bateaux,
- vend des pontons.

ECOMER publie très régulièrement dans "LA LETTRE DU PETIT ÉCONOMISTE" le prix de ses produits et services.

2.1.4.1 LOCATION DE BATEAUX

ECOMER loue des bateaux pour la saison de mai à octobre inclus.

Le paiement est effectué avant la fin de la saison.

Cette location comprend :

- la mise à disposition du bateau,
- les frais de fonctionnement courant,
- la navigation assurée par un capitaine ECOMER.

2.1.4.2 INVESTISSEMENT EN PONTONS

La commande de pontons supplémentaires doit être préalable à la saison et portée sur la FEUILLE DE DÉCISION. L'installation a lieu avant le démarrage de la saison. Le paiement est effectué avant la fin de la saison.

Ces pontons sont amortis linéairement (amortissement constant) sur 10 ans.

2.1.4.3 CESSION DE PONTONS

ECOMER rachète tout ponton d'occasion quel que soit son âge à 15 000 €. ECOMER ne souhaite pas développer cette activité de reprise de matériel d'occasion.

Les entreprises peuvent céder (ou acheter) les pontons de leur choix à des concurrents. Le prix de cession ou d'acquisition est alors librement négocié. Les cessions ont lieu avant la saison, il est d'ailleurs possible d'acheter et revendre le même ponton avant le début de la saison.

Le paiement est effectué avant la fin de la saison.

2.1.5 L'EUROPÉENNE DE CRÉDIT : BANQUE

L'EUROPÉENNE DE CRÉDIT est votre banque. La présentation d'un dossier de demande de financement est nécessaire pour toute négociation. L'EUROPÉENNE DE CRÉDIT peut refuser toute demande lorsque le dossier lui paraît insuffisant.

Les taux d'intérêts sont communiqués aux entreprises par "LA LETTRE DU PETIT ÉCONOMISTE" ou lors de la négociation avec le banquier.

2.1.5.1 EMPRUNTS

Les emprunts sont accordés après négociation auprès de l'EUROPÉENNE DE CRÉDIT. Les fonds sont débloqués en début d'année. Les remboursements sont fixés en accord avec le banquier et interviennent à partir de l'année qui suit le déblocage des fonds. Ces remboursements d'emprunt doivent être inscrits sur les feuilles de décisions des années suivantes.

Les intérêts sont calculés sur le capital restant dû en début d'exercice pour une durée d'un an et prélevés automatiquement en fin d'exercice.

2.1.5.2 DECOUVERTS

Des facilités de caisse peuvent, par ailleurs, être accordées par L'EUROPÉENNE DE CRÉDIT selon certaines conditions à ses clients. Ces concours bancaires donnent lieu à perception d'agios comptabilisés et prélevés automatiquement à la fin de l'exercice qui suit l'apparition de ce découvert.

2.1.5.3 PLACEMENTS

Les entreprises qui prévoient un excédent de trésorerie peuvent placer ces disponibilités auprès de l'Européenne de Crédit. Les placements ou les retraits de placement, ont lieu en début d'année. Les fonds placés en début d'année génèrent donc des produits financiers selon le taux de placement en vigueur qui sont automatiquement versés sur le compte bancaire de l'entreprise en fin d'exercice.

2.1.6 L'ASSUREUR

Trois assurances sont proposées par votre Assureur : contrat de responsabilité civile, contrat dommages aux biens, contrat pertes d'exploitation. Chaque contrat vous sera facturé 1 000 € par an.

2.2 ÉTAT

2.2.1 IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

Votre société en nom collectif a opté pour l'imposition à l'IS. Le taux de l'IS est égal à 33,33 %. Le bénéfice imposable tient compte des reports déficitaires. Dans un esprit de simplification, le calcul de l'impôt et son versement sont supposés effectués en fin de saison.

2.2.2 IMPÔT FORFAITAIRE ANNUEL

L'impôt forfaitaire annuel est ignoré.

2.2.3 TAXE SUR LA VALEUR AJOUTÉE

- TVA taux normal : 19,6 %
- TVA Taux réduit : 5,5 %

2.3 LES AUTRES PARTENAIRES

Les entreprises peuvent souhaiter entrer en contact avec d'autres partenaires. Ces relations sont possibles, il est toutefois conseillé aux entreprises de ne pas trop se disperser et de consacrer le maximum de temps aux activités qui le méritent.

3. Partie. LES DÉCISIONS

Indiquer impérativement l'exercice ou l'année, le code d'identification de la compagnie, la salle, le nom du responsable (faire de même pour toute correspondance adressée aux partenaires de l'entreprise).

Toute case non remplie, incorrectement remplie, rayée, biffée, raturée, illisible, incompréhensible... sera interprétée discrétionnairement, sans recours possible.

3.1 MARKETING

Le marketing mix est l'ensemble des composantes commerciales dont dispose l'entreprise pour définir sa politique commerciale.

Prix d'un circuit (TTC)

Ce prix de vente unitaire correspond au prix unique du circuit touristique fluvial proposé aux clients. Le prix est indiqué en Euros, il s'agit du prix net payé par chaque client. Ce prix de vente s'entend Toutes Taxes Comprises.

Coût repas par passager

Coût consacré à la nourriture et aux boissons, sous forme de collations ou de repas, boissons comprises servies à chaque passager, payant ou invité.

Nombre de gratuités offertes

Nombre de places offertes par la compagnie au cours de la saison :

- à des prescripteurs (accompagnateurs, moniteurs, personnalités...),
- à des clients de la compagnie (cartes de fidélité, concours, enfants...).

Ces places gratuites sont réservées en priorité et diminuent d'autant la capacité d'accueil des bateaux.

Budget communication par compagnie

Montant exprimé en Euros pour la saison et la compagnie. Ce budget comprend toutes les dépenses publicitaires : communication média et hors média.

Budget confort à bord par bateau

Montant exprimé en Euros pour la saison et par bateau. Ce budget recouvre l'aménagement et la décoration réalisés à bord de chaque bateau pour chaque saison. Il comprend toutes les dépenses engagées pour rendre le séjour à bord plus confortable dans un environnement plus chaleureux. Il englobe les charges d'entretien courant qui permettent de donner un aspect soigné, la décoration florale, certains aménagements qui sont à renouveler chaque saison : moquette, décoration murale ou aménagements loués (mobilier).

Budget animation à bord par bateau

Montant exprimé en Euros pour la saison et par bateau. Ce budget recouvre les efforts d'animation et d'ambiance réalisés à bord de chaque bateau pour chaque saison : traduction simultanée, accueil par hôtesse, documentation, animation musicale, jeux pour enfants... Ces efforts ne peuvent générer des effets que sur la saison suivante.

Budget visites par bateau

Montant exprimé en Euros, pour la saison et par bateau, des achats de droits d'entrée dans les sites payants et de la rémunération de guides professionnels.

Axe de communication

La compagnie choisit un seul axe de communication.

3.2 MOYENS D'EXPLOITATION DE LA SAISON

Les contrats de travail des agents de comptoir et les contrats de location des bateaux sont des contrats saisonniers de 6 mois à renouveler chaque saison.

3.3 FINANCEMENT

Tous les montants sont exprimés en Euros, ils expriment des flux financiers qui ont lieu avant le début de la saison.

Emprunt de l'exercice et remboursement de l'exercice

Leur montant est toujours décidé en accord avec l'Européenne de Crédit.

Placement de l'exercice et retrait de placement de l'exercice

Ces décisions ne requièrent pas l'accord de l'Européenne de Crédit.

Découvert autorisé

Plafond négocié par la compagnie auprès du banquier, au-delà duquel la banque ne garantit plus les paiements de l'entreprise.

3.4 INVESTISSEMENTS - CESSIONS

Les pontons achetés au cours d'exercices antérieurs ou en début d'exercice peuvent être :

- ouverts pour accueillir les bateaux exploités,
- fermés pour économiser les frais fixes d'entretien et de fonctionnement,
- vendus à ECOMER ou à un concurrent.

Anciens pontons

Pour chaque ancien ponton acquis aux cours d'exercices antérieurs, inscrire toutes les indications permettant d'identifier le ponton : la valeur brute, l'âge en nombre d'années, la valeur nette. Indiquer l'usage que souhaite en faire la compagnie : ouvert ou fermé ou cédé.

En cas de cession, indiquer le prix de cession et le code de l'acheteur : ECOMER ou compagnie concurrente.

Nouveaux pontons

Les pontons peuvent être achetés neuf ou d'occasion. Pour chaque ponton acheté, indiquer le prix d'achat unitaire, la durée d'amortissement restant à courir, le code vendeur (ECOMER ou concurrent) et l'usage que souhaite en faire la compagnie : ouvert ou fermé ou cédé. Si un ponton est acquis et cédé immédiatement, indiquer le prix de cession et le code acheteur.

3.5 DIVERS

Achats d'études et prestations Espace Affaires

Le montant en Euros correspond aux études, honoraires (comptable) ou primes (assurance) dues.

Autres charges et autres produits

Correspondent à des opérations plus rares. Ne rien faire figurer sur ces lignes de sa propre initiative.

4. Table des annexes

Ces informations sont relatives à votre entreprise.

- Résultats économiques de l'année 0,
- Tableau des flux de trésorerie de l'année 0.
- Compte de résultat de l'exercice 0,
- Bilan au 31.12 de l'année 0,
- Lettre du Petit Économiste pour l'année 1,
- Feuille de décision

Exercice :

Nom de la compagnie

Salle :

Code compagnie :

.....

Téléphone :

MARKETING

Prix de vente unitaire d'une croisière (TTC) € par passager

Coût d'achat unitaire du repas € par passager

Nombre de gratuités offertes par la compagnie places offertes

BUDGET COMMERCIAL

Budget communication € par compagnie

Budget confort à bord € par bateau

Budget animation à bord € par bateau

Budget visites € par bateau

Axe de communication et de publicité (*Cocher un seul axe*) Économie Loisir Confort Culture

MOYENS D'EXPLOITATION DE LA SAISON

Effectif des agents de comptoir pour la saison agent(s) de comptoir

Nombre de bateaux promenade loués pour la saison bateau(x)

FINANCE *(Toute demande d'emprunt ou de découvert doit faire l'objet d'un accord préalable de l'Européenne de Crédit)*

Nouvel emprunt de l'exercice € Accord bancaire

Remboursement d'emprunt de l'exercice €

Nouveau placement de l'exercice € Découvert

Retrait de placement de l'exercice € autorisé

INVESTISSEMENTS : Gestion des PONTONS

Anciens pontons

(Recopier les données du bilan et préciser l'état du ponton pour cette saison)

Valeur brute	Âge	Valeur nette	Ouvert	Fermé	Cédé	Prix de cession	Code Acheteur
.....€ ans€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans€	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€

Nouveaux pontons

("Durée amort." pour exprimer la durée de l'amortissement restant à courir)

Valeur d'achat	Durée Amort.	Code Vendeur	Ouvert	Fermé	Cédé	Prix de cession	Code Acheteur
.....€ ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€
.....€ ans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>€

CHARGES ET PRODUITS ANNUELS

Comptaservice€ 2 000 €

IIPI (dépôt de marque)€ National Européen International

L'Assureur€ Respons. civile Domm. biens Perte d'exploit

Markinform€

Etudes Markinform

Total Espace Affaires€ Livrées A livrer « évolutives et concurrentielles »

Réservé animateur€ Evolution des marchés potentiels

Autres produits d'exploitation€ Comparaison des parts de marchés

Autres charges d'exploitation€ Prix de vente des croisières

Autres produits financiers€ Coût d'achat des repas

Autres charges financières€ Gratuités

Autres produits exceptionnels€ Budgets commerciaux

Autres charges exceptionnelles€ Satisfaction client