

LIVRET DU PARTICIPANT

Livret de l'entreprise

Scénario « major » A.O.C.

BAKUS



BAKUS

*Simulateur pédagogique
de négociation commerciale*



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

Le marché du vin est ici organisé de la manière suivante.

Des producteurs de vins d'appellation d'origine contrôlée proposent des vins en vrac. Ces producteurs sont présents à l'Espace Affaires.

Il vous est confié la direction :

- D'une société de courtage qui achète le vin en vrac aux producteurs et le revend aux négociants ;
- Ou d'une société de négoce qui achète le vin en vrac aux courtiers, le met en bouteilles pour le revendre auprès dans les réseaux de grossistes et de la grande distribution.

Vos responsabilités portent sur les approvisionnements de vins en vrac et sur la vente de vin en vrac auprès des négociants ou en caisse auprès des réseaux. Les autres fonctions de l'entreprise production, administration, et gestion du personnel sont gérées automatiquement et optimisées.

1. LES PRODUCTEURS DE VINS D'A.O.C.

Des producteurs proposent des vins d'appellation d'origine contrôlée (A.O.C.) de diverses régions françaises. Ceux-ci peuvent être contactés à "l'Espace Affaires" où ils proposent 6 vins d'A.O.C. de différents cépages, disponibles dans les trois couleurs : blanc, rosé et rouge, en l'occurrence :

- Château Neuf du Pape (rouge)
- Côtes de Bordeaux (rouge)
- Côtes du Rhône Village (rouge)
- Pouilly Fumé (blanc)
- Riesling (blanc)
- Sancerre (blanc)

Les quantités et les qualités des différents vins d'A.O.C. peuvent être différentes selon les régions de production et les millésimes.

2. LES SOCIETES DE COURTAGE EN VINS

Les courtiers en vins :

- achètent le vin en vrac producteurs,
- le revendent en vrac aux négociants.

2. 1. LES ACHATS DE VINS EN VRAC

Les sociétés de courtage, sous forme de SARL, peuvent acheter 6 types de vins d'A.O.C. Les négociations d'achat de ces « matières premières » ont lieu auprès de l'Espace affaires où les courtiers rencontrent les producteurs.

Ces transactions de vins en vrac entre les producteurs et les courtiers peuvent porter sur :

- la date de livraison, sachant que les négociations peuvent avoir lieu au début de chaque trimestre et que les livraisons sont effectuées en début de chacun des trois mois du trimestre ;
- le **volume mensuel acheté** est exprimé en nombre d'hectolitres commandés mensuellement. La quantité mensuelle est la même pour chacun des trois mois du trimestre ;
- le **prix d'achat unitaire est exprimé** « hors taxes par hectolitre », pour lequel vous disposez de la plus grande liberté de négociation ;
- la **qualité des achats** : la qualité du vin est notée de 0 à 100, la note 0 correspond à une qualité nulle, 50 à une qualité correcte, 100 à une qualité excellente ;
- le **délai de paiement** : le délai accordé par le producteur est exprimé en nombre de mois : 0 pour un paiement fin de mois, 1 mois pour un paiement à 30 jours, 2 mois pour un paiement à 60 jours, 3 mois pour un paiement à 90 jours.

Les courtiers constituent des stocks de vins en vrac :

- alimentés par les achats de vins en vrac auprès des producteurs de vins d'A.O.C. ;
- et diminués des ventes de vins en vrac réalisées auprès des négociants.

La qualité des stocks et par conséquent la qualité du vin proposée aux négociants est évaluée par une note de 0 à 100, moyenne pondérée de la note du stock initial (stock final du trimestre précédent) et de la note des entrées.

2. 2. LES VENTES DE VIN EN VRAC PAR LES COURTIERES AUX NEGOCIANTS

Les courtiers et les négociants se rencontrent à leur gré afin de négocier les ventes de vins en vrac. Les quantités et les qualités proposées par les courtiers dépendent des quantités et des qualités des stocks des courtiers après livraison des importations en début de mois.

Ces transactions de vins en vrac entre les courtiers et les négociants peuvent porter sur :

- la date de livraison, sachant que les négociations peuvent avoir lieu au début de chaque trimestre et que les livraisons sont effectuées en début de chacun des trois mois du trimestre ;
- le **volume mensuel acheté** est exprimé en nombre d'hectolitres commandés mensuellement. La quantité mensuelle est la même pour chacun des trois mois du trimestre ;
- le **prix d'achat unitaire est exprimé** « hors taxes par hectolitre », pour lequel vous disposez de la plus grande liberté de négociation ;
- la **qualité des achats** : la qualité du vin est notée de 0 à 100, la note 0 correspond à une qualité nulle, 50 à une qualité correcte, 100 à une qualité excellente.
- le **délai de paiement** : le délai négocié entre le courtier et le négociant est exprimé en nombre de mois : 0 pour un paiement fin de mois, 1 mois pour un paiement à 30 jours, 2 mois pour un paiement à 60 jours, 3 mois pour un paiement à 90 jours.

3. LES NEGOCIANTS

Les négociants en vins :

- achètent le vin en vrac auprès des courtiers,
- le conditionnent en caisses de 12 bouteilles de 75 centilitres (9litres)
- pour le commercialiser dans les réseaux de grossistes et de la grande distribution.

3. 1. LES ACHATS DE VINS EN VRAC PAR LES NEGOCIANTS AUPRES DES COURTIER

Les sociétés de négoce, sous forme de SARL, achètent ces matières premières aux courtiers. Ces négociants peuvent acheter les 6 types de vins auprès de n'importe quel courtier.

Les transactions de vins en vrac entre courtiers et négociants peuvent porter sur :

- la date de livraison, sachant que les négociations peuvent avoir lieu au début de chaque trimestre et que les livraisons sont effectuées en début de mois ;
- le **volume mensuel acheté** est exprimé en nombre d'hectolitres commandés mensuellement. La quantité mensuelle est la même pour chacun des trois mois du trimestre.
- le **prix d'achat unitaire** : hors taxes par hectolitre, pour lequel vous disposez de la plus grande liberté de négociation ;
- la **qualité des achats** : la qualité du vin est notée de 0 à 100, la note 50 correspond à une qualité correcte ;
- le **délai de paiement** : le délai négocié entre le courtier et le négociant est exprimé en nombre de mois : 0 pour un paiement fin de mois, 1 mois pour un paiement à 30 jours, 2 mois pour un paiement à 60 jours, 3 mois pour un paiement à 90 jours.

Une attention toute particulière peut porter sur :

- la date de livraison, les courtiers ne disposant pas toujours des volumes suffisants ;
- les **volumes achetés** : le négociant peut s'approvisionner auprès de plusieurs courtiers pour satisfaire ses besoins en matières premières. Il constitue des stocks alimentés par ses commandes et diminués des ventes qu'il réalise sur le marché concurrentiel des détaillants ;
- le **prix d'achat unitaire** : les négociants veillent à se ménager des marges, car ils doivent conditionner le vin en caisses de 12 bouteilles (de 75 centilitres) avant de le commercialiser auprès des grossistes ou de la grande distribution ;
- la **qualité des achats** : les besoins ne correspondent pas forcément à ce que peuvent leur proposer les courtiers dans l'immédiat, les négociants peuvent alors inciter les courtiers à accroître (ou diminuer) la qualité du vin qu'ils importent. Ceux-ci devront à leur tour tenter d'obtenir de la part des courtiers une qualité qui correspond aux désirs de leur clientèle : les grossistes ou la grande distribution.
- la date de livraison, les contrats peuvent prévoir des clauses pénales si les engagements ne sont pas tenus par les courtiers, dans le cas où le fournisseur promet des livraisons qu'il ne peut pas honorer.

3. 2. LES VENTES SUR LE MARCHE CONCURRENTIEL

3. 2. 1. FONCTION PRODUCTION

Les négociants sous-traitent la mise en bouteilles du vin et le conditionnement en caisses de 12 bouteilles de 75 cl :

- Mise en bouteille
- bouteille
- bouchon
- capsule
- étiquette et contre-étiquette

Ce conditionnement est assuré par un prestataire de services moyennant un coût de 10,80 € par caisse de 12 bouteilles.

Les stocks de produits finis de caisses de 12 bouteilles sont donc constitués :

- des caisses conditionnées par les sous-traitants
- et diminués des ventes sur le marché concurrentiel des grossistes.

La direction de la production optimise production et la gestion des stocks de produits finis en ne faisant mettre en bouteille que ce qui est nécessaire pour satisfaire les ventes auprès des détaillants, cette gestion permet de travailler efficacement en flux tendus au niveau des produits finis.

3. 2. 2. ACTION COMMERCIALE

On suppose que les actions commerciales des négociants sont optimisées grâce aux conseils de spécialistes.

Les négociants doivent toutefois fixer les prix de vente des caisses de 12 bouteilles des vins d'A.O.C. qu'ils ont choisi de commercialiser. Ces prix sont habituellement fixés en tenant compte :

- de la région de production,
- de la qualité du vin,
- du prix d'achat du vin en vrac auprès des courtiers,
- de la marge que souhaite réaliser le négociant,
- de la concurrence des autres négociants,
- des attentes de la clientèle composée des grossistes.

La qualité des produits finis (caisses de 12 bouteilles) résulte de la qualité des achats de matières premières (vins en vrac).

Le budget publicité et communication

Ce budget permet à l'entreprise de faire réaliser des fiches produits, des objets promotionnels tels que des tire-bouchons, tabliers de sommelier, stop-goutte, des ardoises pour les restaurants... des actions de communication.

L'entreprise détermine un budget spécifique à chaque type de vin. Le budget inscrit sur la feuille de décisions est mensuel : il est donc identique pour chacun des trois mois du trimestre

Le délai de paiement

Le délai accordé par le négociant aux réseaux de grossistes et de la grand distribution est exprimé en nombre de mois : 0 pour un paiement fin de mois, 1 mois pour un paiement à 30 jours, 2 mois pour un paiement à 60 jours, 3 mois pour un paiement à 90 jours.

Études de marché

Pour obtenir des informations sur le comportement des détaillants par rapport aux prix de vente des produits finis, les négociants peuvent acheter des études de marché auprès de la société de conseil en marketing Markinform.

Étude de marché "prix de vente"

Cette étude spécifie les prix de vente des caisses qui sont considérés par les détaillants comme bon marché, normaux et chers.

Étude de marché "budget publicité et communication »"

Cette étude spécifie les budgets publicité et communication qui sont considérés comme minimaux, normaux et excessifs pour aborder les réseaux de grossistes et de la grande distribution.

Étude de marché "délai de paiement"

Cette étude spécifie les délais de paiement qui sont considérés comme courts, normaux et longs par les réseaux de grossistes et de la grande distribution.

Étude concurrentielle évolutive "prix de vente"

Cette étude spécifie l'évolution sur les trimestres passés, pour chaque type de vin, des prix de vente minimaux, moyens et maximaux proposés par les négociants.

Étude concurrentielle évolutive " budget publicité et communication "

Cette étude spécifie l'évolution sur les trimestres passés, pour chaque type de vin, des budgets publicité et communication mensuels minimaux, moyens et maximaux dépensés par les négociants.

Étude concurrentielle évolutive "délai de paiement"

Cette étude spécifie l'évolution sur les trimestres passés, pour chaque type de vin, des délais de paiement les plus courts, moyens et les plus longs accordés par les négociants aux réseaux de grossistes et de la grande distribution.

Étude concurrentielle comparative "prix de vente"

Cette étude spécifie pour le trimestre passé, pour chaque type de vin, les prix de vente de chaque négociant.

Étude concurrentielle comparative " budget publicité et communication"

Cette étude spécifie pour le trimestre passé, pour chaque type de vin, le budget publicité et communication mensuels de chaque négociant.

Étude concurrentielle comparative " délai de paiement "

Cette étude spécifie pour le trimestre passé, pour chaque type de vin, les délais de paiement accordés par chaque négociant aux réseaux de grossistes et de la grande distribution.

Étude "comparaison des ventes"

Cette étude spécifie pour le trimestre passé, pour chaque type de vin, le nombre de caisses de 12 vendus par chaque négociant.

Étude "parts de marché"

Cette étude spécifie pour le trimestre passé, pour chaque type de vin, les parts de marché en volume et en valeur détenues par chaque négociant.

Étude "satisfaction client"

Cette étude propose pour chaque négociant une appréciation de son offre par sa clientèle de détaillants : qualité des produits finis, budget publicité et communication, délai de paiement, rapport qualité / prix, satisfaction des clients.

4. LES DONNEES COMMUNES AUX SOCIETES DE COURTAGE ET DE NEGOCE

Les dimensions des sociétés de courtage et de négoce sont très proches.

Gestion du personnel

La direction du personnel optimise la gestion du personnel. La direction du personnel embauche automatiquement de nouveaux salariés pour faire face à l'accroissement d'activité. Les effectifs de l'entreprise sont indiqués dans les documents "résultats économiques de synthèse".

Les salaires sont déterminés grâce à une grille indiciaire dont l'indice 100 correspond à un salaire brut mensuel de 1 200 €.

Fonction production

Dans ce même document "résultats économiques de synthèse" figurent :

- les stocks dits de matières premières de vins d'A.O.C. en vrac en quantité et en valeur, pour les courtiers et les négociants ;
- les stocks de produits finis de caisses de vins qui ne concernent que les négociants.

Fonction administration

Pour chaque entreprise, il est fourni en annexe :

- son bilan fin d'année 0,
- son compte de résultat et son tableau de trésorerie relatifs à l'exercice 0,
- les décisions prises par les prédécesseurs au trimestre précédent.

5. LES OBJECTIFS COMMUNS

Chaque entreprise doit mener ses négociations avec la rentabilité maximale comme objectif final. Mais pour atteindre cet objectif, il faut veiller à satisfaire les grossistes et les acheteurs de la grande distribution. Au cours des négociations entre producteurs et courtiers, d'une part, courtiers et négociants, d'autre part, les relations intuitu personae sont à privilégier.

Les sociétés de courtage et de négoce peuvent en outre réaliser des prestations de services ou des participations qu'elles ont la possibilité de se facturer :

- le « payeur » indique son paiement sur la ligne « autres charges d'exploitation facturées par l'entreprise » dont il précise le code de l'équipe ;
- le « payé » facture le montant sur la ligne « autres produits d'exploitation facturés à l'entreprise » dont il précise le code de l'équipe.