

LIVRET DU PARTICIPANT

Livret de l'entreprise



Simulateur pédagogique d'initiation au management



ARKHĒ

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. INTRODUCTION	3
2. PARTIE. LES SOURCES D'INFORMATION	4
2.1 COMPTASERVICE	4
2.2 LE PETIT ECONOMISTE	4
2.3 L'EUROPEENNE DE CREDIT	4
2.4 L'ASSUREUR	4
2.5 MARKINFORM	5
2.5.1 Études de marché	5
2.5.2 Études concurrentielles	5
3. PARTIE. LES DÉCISIONS	6
3.1 MARKETING	6
3.1.1 Prix de vente d'un repas TTC	6
3.1.2 Coût d'achat d'un repas HT	6
3.1.3 Salaire brut d'un serveur / mois	6
3.1.4 Budget entretien de confort / mois / salle	7
3.1.5 Budget communication interne / mois / salle	7
3.1.6 Budget publicité externe / mois / restaurant	7
3.1.7 Axe de communication	7
3.2 GESTION DU PERSONNEL	7
3.3 FINANCE	8
3.3.1 Emprunt bancaire	8
3.3.2 Placement	8
3.3.3 Emprunt et placement négociés	8
3.3.4 Variation du capital social	8
3.4 INVESTISSEMENTS	9
3.4.1 Gérer les aménagements de salles	9
3.4.2 Renseigner la feuille de décisions	9
3.5 CHARGES ET PRODUITS ANNUELS	9
4. PARTIE. L'HISTORIQUE	10

1. INTRODUCTION

Vous avez la responsabilité de gérer un restaurant situé dans une ville virtuelle que vous connaîtrez d'autant mieux que vous procéderez à une lecture attentive du livret de l'entreprise et à une recherche efficace des bonnes informations auprès des bonnes sources.

Ce livret présente les sources d'information dont vous disposez afin de prendre les décisions qui vous permettront de maximiser la rentabilité de votre restaurant, et de démontrer votre aptitude à diriger une entreprise notamment en créant une image séduisante au plan commercial et en gérant au mieux les flux de trésorerie.

Les décisions que vous rassemblez dans une feuille de décisions sont valables pour toute l'année à venir.

2. Partie. LES SOURCES D'INFORMATION

Les données qui figurent dans ce livret sont largement insuffisantes pour permettre de prendre des décisions rationnelles, aussi vous faut-il connaître vos autres sources d'information.

Les agents économiques présentés vous aident à mieux connaître votre environnement grâce aux prestations, parfois gratuites, mais le plus souvent onéreuses qu'ils vous proposent.

Il est donc essentiel de choisir les informations les plus pertinentes et de bien les analyser afin de prendre les meilleures décisions.

2.1 COMPTASERVICE

Cette société d'expertise comptable vous propose pour 5 000 € par restaurant de vous communiquer à la fin de l'année : le bilan, le compte de résultat, le tableau des flux de trésorerie.

2.2 LE PETIT ECONOMISTE

Ce journal gratuit fournit des informations sur l'environnement économique et financier de l'entreprise. Il apporte un complément utile sur l'évolution de l'environnement.

2.3 L'EUROPEENNE DE CREDIT

Votre banquier est à votre disposition pour vous conseiller utilement. Dans la mesure où vous n'assurerez pas vous-même un suivi rigoureux de vos comptes, il pourrait vous donner des informations sur les mouvements de trésorerie.

Dans un esprit de simplification, seul le solde de trésorerie de fin d'exercice est pris en considération. Ce montant est supposé constant tout au long de l'année. Il sert de base au calcul des agios sur découvert, facturés et prélevés l'exercice suivant et sert aussi de base à l'appréciation de la gestion de la trésorerie.

En conséquence, les emprunts nécessaires et les placements possibles **doivent tenir compte** non seulement du solde initial de trésorerie mais aussi de l'ensemble **des recettes et des dépenses de l'exercice à venir** afin d'obtenir le solde final de trésorerie.

2.4 L'ASSUREUR

L'assureur propose 3 contrats annuels d'assurance :

- responsabilité civile,
- dommages aux biens,
- pertes d'exploitation.

Chaque police d'assurance annuelle est proposée au prix de 2 000 € par contrat. L'ensemble des trois contrats est ramené à 5 000 € par an.

2.5 MARKINFORM

Cette société de conseil en marketing met à votre disposition des études de marché et des études concurrentielles.

Les études de marché reflètent le comportement et les goûts individuels du consommateur, elles n'évoluent guère d'un exercice à l'autre et peuvent être considérées comme de véritables investissements commerciaux.

Les études concurrentielles annuelles sont élaborées a posteriori à la fin de chaque exercice. Ainsi mises à jour, ces études concurrentielles présentent un intérêt nouveau chaque année.

2.5.1 Études de marché

- Évolution des ventes 5 000 €
Tendance annuelle – Variations saisonnières mensuelles - Perturbations conjoncturelles et climatiques

- Le prix de vente d'un repas 10 000 €
A partir de plusieurs prix de référence, évaluation des coûts d'achat du repas, des salaires du personnel et du budget entretien de confort nécessaire pour satisfaire les attentes du consommateur. Cette étude dispense de l'achat des trois études suivantes, elle en fait la synthèse.

- Le coût d'achat et la qualité du repas 5 000 €
- Le budget entretien et la qualité du confort 5 000 €
- Le salaire d'un serveur et la qualité du service 5 000 €

Alors que l'étude de marché « prix de vente d'un repas » donne des informations sur 3 composantes du marketing mix, chacune des études ci-dessus ne fournit des informations que sur une seule des composantes.

- La communication interne et la publicité externe 5 000 €
Conseils pour fixer les dépenses de communication et de publicité.

- Les axes de communication 5 000 €
Préférences des axes et évaluation de leur influence selon les segments de clientèle.

2.5.2 Études concurrentielles

Pour l'ensemble des entreprises :

- L'évolution des marchés potentiels et effectifs annuels en volume 3 000 €
Cette étude fait apparaître par ailleurs le nombre de clients refusés globalement et par segment de clientèle.
- La comparaison des parts de marché des restaurants en valeur et en volume 3 000 €

Pour chaque entreprise :

- Étude concurrentielle : le prix de vente et le coût d'achat du repas 3 000 €
- Étude concurrentielle : le budget entretien de confort et le salaire du serveur 3 000 €
- Étude concurrentielle : les budgets de communication et de publicité 3 000 €

Les études concurrentielles permettent également d'assurer une veille concurrentielle en comparant les décisions de votre restaurant avec celles de la concurrence. Pour cela, il vous est communiqué la valeur minimale, la valeur moyenne et la valeur maximale de chaque composante du mix rencontrées chez vos concurrents directs du même segment de marché.

- Satisfaction client 10 000 €
Markinform réalise une étude de satisfaction de la clientèle très complète où les clients sont conviés à noter de 0 à 10 les diverses prestations fournies par un restaurant. Dans cette étude sont également communiquées les notes moyennes de chacun des segments.

3.Partie. LES DÉCISIONS

La feuille de décisions vous permet de recenser toutes les décisions que vous avez à prendre pour un exercice de 12 mois. Si vous jouissez de la plus grande liberté pour remplir la feuille de décisions, vous n'avez pas la possibilité de prendre des décisions qui ne seraient pas prévues dans la feuille. Si des données notamment chiffrées étaient mal rédigées, raturées ou difficiles à lire, elles pourraient être discrétionnairement appréciées par le responsable de la saisie.

3.1 MARKETING

3.1.1 Prix de vente d'un repas TTC

Ce prix de vente du menu inclut toutes les prestations : entrée, plat, dessert, boisson, café...

Il s'agit d'un prix toutes taxes comprises. Vous avez la possibilité de présenter au maximum 5 prix différents. Si l'entreprise offre un choix moindre, il est impératif de répéter le prix de vente du menu que le restaurant souhaite promouvoir en priorité.

Le prix d'un menu est fixé pour toute l'année.

3.1.2 Coût d'achat d'un repas HT

Ce coût d'achat des denrées et des boissons est représentatif de la qualité du repas.

Plus ce coût d'achat est élevé, plus le repas est riche, copieux et raffiné. Un coût de repas égal à zéro signifie que l'assiette reste vide.

Le coût d'achat du repas est fixé pour toute l'année.

3.1.3 Salaire brut d'un serveur / mois

Seul le salaire du serveur est demandé, le salaire du cuisinier est automatiquement fixé 30 % plus cher que celui du serveur.

Le salaire brut mensuel inclut le salaire net et les charges sociales salariales.

Les charges sociales patronales sont évaluées forfaitairement à 40 % du salaire brut.

Les salaires ont un effet direct sur la qualité du service : service en salle pour le salaire du serveur et qualité de la prestation culinaire pour le cuisinier.

Le salaire brut mensuel est reconduit 12 fois dans l'année pour chacun des salariés.

3.1.4 Budget entretien de confort / mois / salle

Ce budget d'entretien de confort, décidé par l'entreprise, permet d'améliorer le confort offert à la clientèle dans les salles.

Il est rappelé que le budget de maintenance, est incompressible et nécessaire pour assurer l'hygiène et la sécurité du restaurant, il est calculé automatiquement et n'a pas à être porté sur la feuille de décisions.

Ce budget mensuel est reconduit 12 fois dans l'année pour chacune des salles ouvertes.

3.1.5 Budget communication interne / mois / salle

L'entreprise a la possibilité de développer la communication à l'intérieur même du restaurant (signalétique, information sur le lieu de vente, présentation de la carte des menus, décoration de table...).

Il est supposé que ce budget est utilisé au mieux et qu'à un budget plus élevé correspond une pression commerciale plus forte, cette considération n'exclut pas la possibilité de budgets pléthoriques qui conduisent à des gaspillages.

Ce budget mensuel de communication interne est reconduit 12 fois dans l'année pour chacune des salles ouvertes.

3.1.6 Budget publicité externe / mois / restaurant

Le restaurant a la possibilité de faire de la publicité.

On suppose que tous les budgets sont utilisés au mieux et qu'à un budget plus élevé correspond une pression commerciale plus forte, cette considération n'exclut pas la possibilité de budgets pléthoriques qui conduisent à des gaspillages.

Ce budget mensuel de publicité externe est reconduit 12 fois dans l'année et concerne le restaurant, quel que soit le nombre de salles.

3.1.7 Axe de communication

L'axe de communication correspond au message principal retenu par le restaurant dans ses actions de communication et de publicité.

Pour être efficace, il ne peut être choisi qu'un seul axe de communication pour l'année.

3.2 GESTION DU PERSONNEL

Les salariés sont embauchés dans le cadre d'un contrat à durée indéterminée. Tout salarié embauché est ajouté aux salariés déjà présents et est opérationnel dès le début de l'année.

Ces salariés restent employés de l'entreprise tant qu'ils ne sont pas licenciés ou ne démissionnent pas. Les départs ne peuvent avoir lieu qu'en tout début d'année.

La capacité du restaurant dépend du nombre de salles ouvertes (voir paragraphe 3.4.1.), du nombre de salariés et du segment de clientèle qui fréquente le restaurant. Les clients « standing » exigent un service plus élaboré que les clients « ordinaires ».

La capacité maximale du restaurant est alors telle que :

- 1 500 repas par mois pour un **serveur**, si la clientèle est « ordinaire » ;
- 1 200 repas par mois pour un **serveur**, si la clientèle est « standing » ;
- 3 000 repas par mois pour un **cuisinier**, si la clientèle est « ordinaire » ;
- 2 400 repas par mois pour un **cuisinier**, si la clientèle est « standing ».

Un restaurant ne choisit pas a priori un segment de clientèle, il peut avoir pour objectif de séduire telle ou telle catégorie de clients, mais seuls les prix de ventes pratiqués, les prestations offertes, et les efforts commerciaux consentis permettent d'atteindre cet objectif.

3.3 FINANCE

3.3.1 Emprunt bancaire

Il est possible d'emprunter si l'on obtient l'accord du banquier. Le montant qui figure sur la ligne "**Emprunt de l'exercice**" s'ajoute au capital¹ éventuellement déjà emprunté.

Le remboursement du capital emprunté figure éventuellement après accord du banquier sur la ligne « **Remboursement d'emprunt de l'exercice** » et vient en déduction du capital restant dû.

Le taux annuel d'intérêt sur emprunt est régulièrement publié par le Petit Économiste. Seul le prélèvement annuel des intérêts est automatisé. Il est donc possible de passer un contrat avec son banquier avec des modalités fort différentes de remboursements annuels.

Dans la mesure où la trésorerie de l'entreprise est insuffisante à la fin de l'année, il apparaît un **découvert bancaire** dont le taux annuel des agios est publié par le Petit Économiste. Le banquier n'est jamais obligé d'accorder un découvert, il est donc prudent d'obtenir l'autorisation de découvert avant d'en avoir besoin, sinon le banquier peut exiger le remboursement du découvert, y compris en faisant vendre des actifs de l'entreprise.

3.3.2 Placement

La trésorerie oisive (disponibilités) qui apparaît à la fin de l'année est inutile, il faut donc essayer d'anticiper les flux de trésorerie pour tendre vers une trésorerie nulle en fin d'exercice.

Le "**Placement de l'exercice**" diminue la trésorerie et augmente le montant des placements existants.

Le "**Retrait de placement de l'exercice**" réduit les placements existants et accroît la trésorerie.

Le taux annuel de rémunération des placements est publié par le Petit Économiste. Ces produits financiers sont versés automatiquement chaque année sur la trésorerie.

3.3.3 Emprunt et placement négociés

Chaque entreprise peut en outre emprunter ou placer en négociant non seulement le montant mais aussi le taux annuel.

3.3.4 Variation du capital social

Le capital social ne peut être modifié sans accord des actionnaires.

¹ Pour les non spécialistes on rappelle que le mot « capital » possède plusieurs acceptions. Ici, au sens purement financier capital signifie « avoirs monétaires ». Au sens comptable « capital » signifie « apports des propriétaires de l'entreprise sous quelque forme que ce soit ». La confusion peut entraîner des erreurs de gestion dramatiques, soyez attentifs !

3.4 INVESTISSEMENTS

3.4.1 Gérer les aménagements de salles

L'immeuble ancien, propriété du restaurant, est constitué de nombreuses salles qu'il est possible d'aménager afin d'accroître la capacité d'accueil.

Un aménagement comprend essentiellement : le mobilier, les éléments de décoration, les couverts, la vaisselle, le linge de table... qui rendent les salles utilisables. Une fois aménagées, les salles peuvent être fermées pour réduire les frais, les aménagements peuvent être cédés et sont toujours supposés être en bon état.

La capacité d'accueil d'une salle est égale à 3 000 repas par mois.

Fermer une ou plusieurs salles, évite les frais d'entretien comprenant :

- d'une part les frais de maintenance ;
- d'autre part, le « Budget entretien de confort / mois / salle » qui contribue au confort du restaurant.

Dans tous les cas, que les salles soient ouvertes ou fermées, les aménagements se déprécient selon un taux d'amortissement constant de 10 % par an.

3.4.2 Renseigner la feuille de décisions

Pour les « **anciens aménagements** », il est demandé de rappeler la valeur brute de chaque aménagement, son âge et sa valeur nette comptable sachant que toutes ces informations figurent sur le bilan de l'exercice précédent.

Pour chacune de ces salles, vous devez décider de l'**ouvrir** ou la **fermer** pour toute l'année, ou bien **céder** son aménagement en début d'année. Dans cette dernière hypothèse vous indiquez le prix de cession et le nom ou le code de l'acheteur.

Si vous faites l'acquisition de « **nouveaux aménagements** », la valeur d'achat ou valeur d'acquisition est suivie de la durée d'amortissement restant à courir et du code du vendeur.

Pour chacune de ces nouvelles salles aménagées, vous devez décider de l'**ouvrir** ou la **fermer** pour toute l'année, ou bien **céder** son aménagement en début d'année. Dans cette dernière hypothèse, vous indiquez le prix de cession et le code de l'acheteur.

3.5 CHARGES ET PRODUITS ANNUELS

Ne renseigner que la ligne « **Total Espace Affaires** » dont vous précisez le détail des prestations : Comptaservice, Markinform, l'Assureur et Autres.

Les lignes « **autres produits...** » et « **autres charges...** » sont réservées aux animateurs.

4. Partie. L'HISTORIQUE

Les informations qui suivent sont relatives à l'année 0, elles comprennent :

- la feuille de décision.
- les résultats économiques de l'année 0,
- le tableau des flux de trésorerie de l'année 0.
- le compte de résultat de l'exercice 0,
- le bilan au 31.12 de l'année 0,

Pour l'année 1 :

- la Lettre du Petit Économiste pour l'année 1,
- la feuille de décision à remplir.



Kiwi



DÉCISION ANNUELLE

www.arkhe.com – arkhe@arkhe.com

Exercice : Nom du restaurant Salle :

Code restaurant : Téléphone :

MARKETING

Table with 3 columns: Carte des menus (Remplir toutes les lignes et cases), Prix de vente TTC / repas, Coût d'achat HT / repas. Rows for Menu 1 to 5.

Budget commercial mensuel

Table with 2 columns: Budget items (Salaire brut d'un serveur, Budget entretien de confort, etc.), and checkboxes for Économie, Qualité, Service, Confort.

GESTION DU PERSONNEL

Nombre de serveurs (+) embauchés ou (-) licenciés serveurs
Nombre de cuisiniers (+) embauchés ou (-) licenciés cuisiniers

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

Table with 3 columns: Financial items (Emprunt de l'exercice, Remboursement d'emprunt, etc.), and corresponding financial terms (Accord banquier, Découvert, etc.).

INVESTISSEMENTS : GESTION DES AMENAGEMENTS DE SALLES

Anciens aménagements (Recopier les données du bilan. Préciser la destination de la salle pour cette année)

Table with 8 columns: Valeur brute, Âge, Valeur nette, Ouvert, Fermé, Cédé, Prix de cession, Code Acheteur. Rows for old amenities.

Nouveaux aménagements ("Durée amort." pour exprimer l'amortissement restant à courir)

Table with 8 columns: Valeur d'achat, Durée Amort., Code Vendeur, Ouvert, Fermé, Cédé, Prix de cession, Code Acheteur. Rows for new amenities.

CHARGES ET PRODUITS ANNUELS

Table with 2 columns: Annual charges/products (Comptaservice, IPI, L'Assureur, etc.) and checkboxes for various options (5 000 €, National, Européen, etc.).