Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

PREMIERE ETAPE : CHOIX DETERMINANTS DES STRUCTURES DE L'ENTREPRISE

Le lieu d'installation envisagé est une station touristique en bord de mer, à 50 km de la ville dans laquelle Paul et Virginie travaillent et résident actuellement.
Pour plusieurs raisons :

- Affectives : c'est le lieu où alors lycéens ils se sont rencontrés !
- Concurrentielles : Il n'y a pas de concurrence locale dans l'immédiat
- Commerciales : Le marché potentiel est atypique et à ce titre intéressant à exploiter :
    - La population de la zone de chalandise immédiate varie de 6 000 habitants en hiver à 60 000 habitants en été
    - Une partie du marché est constituée de résidents permanents :
        - Salariés, artisans, commerçants qui travaillent dans le secteur en plein développement de la production des services touristiques
        - Retraités de professions très variées mais avec une majorité d'ex commerçants et professions libérales, originaires de toute la France, venu s'installer dans la station, ils ont un pouvoir d'achat relativement élevé. Leur nombre croît au fil des générations, ils sont de plus en plus sensibles à une animation locale culturelle et commerciale, qui rompt la solitude et la monotonie hivernale
    - L'autre partie, est constituée d'une clientèle estivale très volatile, avec une part significative d'étrangers provenant de l'Union européenne, mais aussi du reste du monde (Europe de l'Est, Etats-Unis)

Paul et Virginie ont pris une option sur la location d'une cellule encore vide dans une galerie marchande qui vient d'être créée en bordure d'un nouveau port de plaisance. Le local comporte une partie vente d'environ 100 m2, une réserve distincte (séparée par un mur porteur) d'environ 40 m2 , 8 m de vitrine ouvrant sur une large allée piétonnière qui jouxte elle-même les quais du port.
La galerie acquiert progressivement sa clientèle grâce à son animation nocturne estivale (présence d'un casino, de nombreux restaurants, de boutiques mode-bazar..), elle attire et fixe l'activité commerciale du centre-station traditionnel qui est donc en voie de migration presque complète.

Juridiquement Paul et Virginie ont choisi de s'associer dans le cadre d'une Société à responsabilité limitée. Ils ménagent ainsi la possibilité d'accueillir d'autres participants au capital.

PREMIER OBJECTIF : CREDIBILISER LES CHOIX POUR CONVAINCRE LES PARTENAIRES :

1. Le recours à une étude de marché serait dans l'immédiat un investissement hâtif, par contre Paul et Virginie veulent élaborer pour les premiers interlocuteurs avec qui ils vont dialoguer (banques, parents, fournisseurs) un guide argumentaire justifiant leurs choix stratégiques fondamentaux ; complétez ce guide -annexe 11 page 5 / 10-

2. Quelles conditions importantes faut-il vérifier pour être sûr que le local envisagé bénéficiera d'un bail convenable ; remplir le tableau de contrôle des clauses du contrat -annexe 12 page 6 / 10

3. Paul et Virginie bénéficient tous les deux actuellement de contrats de travail à durée indéterminée. S'ils veulent mettre leur projet à exécution rapidement, quelles contraintes peuvent ils avoir :
    - Au niveau du délai de préavis
    - Au niveau d'éventuelles clauses de non concurrence ?

DEUXIEME ÉTAPE : PREVISIONS FINANCIERES, L'ACTIVITE DEBUTERAIT AU 1/01/2002

Le « Haut de bilan » prévisionnel en euros € se présenterait ainsi au 1/01/2002

BESOINS *(actif immobilisé)*

- Immobilisations incorporelles 4 600 € droit d'adhésion à une centrale d'achat « minimum »
- Immobilisations corporelles 53 400 € matériel mobilier agencement
- Immobilisations financières 3 000 € cautions versées à la centrale, au propriétaire du local

RESSOURCES *(passif stable)*

- Capital minimum légal 7 500 € Paul 3 750 € Virginie 3 750 €
- Prêts personnels 21 000 € Paul 7 000 € Virginie 7 000 € parents de Paul 7 000 €
- Prêt bancaire 38 500 € taux 6% durée 7 ans échéance trimestrielle 1 694 €

Prévisions trimestrielles des principaux éléments susceptibles d'affecter la trésorerie : chiffre d'affaires, charges, tva, échéances d'emprunt en euros €

TRIMESTRES	1er	2e	3e	4e	ANNEE
Chiffres d'affaires HT encaissées sur le trimestre	18 295	41 165	54 886	32 017	146 363
Achat HT du stock départ règlement immédiat	22 870				22870
Achats courants HT réglés en début de trimestre suivant	6 098	13 722	18 295	10 672	48787
Charges externes HT réglées en fin de trimestre	2 287	4 574	6 098	3 812	16 771
Taxe professionnelle règlement immédiat			3 812	3 812	7 624
Rémunération de la gérance règlement immédiat	4574	4574	4574	4574	18 296
Charges sociales connexes règlement immédiat		4574		4574	9148
TVA réglée dans le trimestre	0	3 137	5 977	3 436	12 550
Echéances de l'emprunt bancaire règlement immédiat	1 694	1 694	1 694	1 694	6 776

DEUXIEME OBJECTIF : MAITRISER DES LE DEPART L'EQUILIBRE FINANCIER:

1. Sur le tableau annexe 21 -page 7/10-, contrôlez d'abord la trésorerie départ et ensuite complétez les situations trimestrielles de trésorerie de la première année de fonctionnement, commentez et proposez les solutions à d'éventuels déséquilibres.

2. Complétez le tableau des soldes intermédiaires de gestion annuels prévisionnels annexe 22 -page 8/10-. Dans un bref commentaire montrez quel lien fondamental relie les soldes intermédiaires de gestion et la trésorerie lors de l'appréciation de la situation de fin d'exercice

TROISIEME ÉTAPE : MISE EN PLACE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE :

Paul et Virginie sont conscients de l'importance du positionnement commercial du magasin dans le cadre d'une création. Ils ont un objectif prioritaire, se démarquer en apportant une valeur ajoutée, articulée sur le choix produit et le service offert, qui permette de fidéliser rapidement une clientèle. Pour atteindre cet objectif, et en fonction de leur compétence et de la segmentation prévue du marché, ils vont se partager le travail :

- Virginie suivra plus particulièrement la clientèle résidente âgée.
- Paul développera les offres ciblées, produits de luxe, produits spécialisés, rayon divers : instrumentation optique, station météo…

Cette organisation prévue pour éviter une dispersion fera naître un besoin de coordination au démarrage. Pour la mise en place de la logistique commerciale et des différentes actions, vous allez participer à la formalisation écrite des choix fondamentaux, (ce que l'on pourrait qualifier de « procédures » dans le cadre de l'organisation d'une entreprise de plus grande taille).

TROISIEME OBJECTIF ASSEOIR UN POSITIONNEMENT COMMERCIAL CLAIR ET ATTRAYANT

1. Complétez avec Virginie le tableau des procédures de ventes annexe 31 -page 9/10-

2. Quel média choisir pour la **première** action de communication ciblée sur son segment de marché, (**un seul choix** réaliste en fonction des moyens de départ de l'entreprise). Quel axe (base récurrente) de communication choisir ?

3. Paul sait, par expérience, que la clientèle potentielle qu'il cible grâce à ses offres spécifiques (corrections optiques spécialisées, instruments d'optique….) aime choisir en ayant immédiatement le produit en main, ou à la rigueur, dans un délai très bref, après choix sur catalogue.
   Pour faire face à l'impatience de ces passionnés, il doit donc trouver un compromis entre l'étendue de l'assortiment et le contrôle du besoin en fonds de roulement provoqué par le stock qui doit rester raisonnable au démarrage de l'entreprise.
   Un ouvrage spécialisé en gestion des magasins d'optique propose une application pratique de la méthode théorique dite ABC pour fixer les priorités de réassortiment.
   Complétez le tableau annexe 32 page 10/10

   Quelles difficultés peut rencontrer la mise en place de cette méthode ?, structurez votre réponse en envisageant l'hypothèse de la mise en place d'un traitement informatique

   ⇒ difficultés à la saisie des données
   ⇒ difficultés lors du traitement
   ⇒ difficulté à l'édition des résultats

ANNEXES 1

ANNEXE 11 argumentaire destiné à convaincre les interlocuteurs stratégiques

POINTS PRINCIPAUX	ARGUMENTS DEVELOPPES (Points forts)	OBJECTIONS RENCONTRÉES (Points faibles)	REFUTATION DES OBJECTIONS
Répartition par tranches d'âge de la population résidente			
Volatilité de la clientèle saisonnière Présence de clientèle étrangère			
Déplacement du centre d'activité commerciale traditionnel du centre-ville vers le nouveau port			
Compétences personnelles des associés			

ANNEXE 12 rappel des clauses importantes du bail commercial ; risques pouvant provenir de ces clauses

CLAUSES	CONDITIONS GENERALES	RISQUES PARTICULIERS	GARANTIES ET COMPLEMENTS D'INVESTIGATION A PREVOIR
Qui donne à bail ?	Personne physique Ou Personne morale		
Pour quelle durée ?	Moins de trois ans Ou Plus de trois ans		
Révision du prix ?	Révision légale triennale Ou Révision par une clause d'échelle mobile		
Description des locaux Description de l'activité ?	Etat et Superficie exacte des locaux et Utilisation des nomenclatures (listes) d'activité INSEE		
Qui supportera les charges ?	Charges de nu-propriété et Charges d'entretien		

ANNEXES 2

ANNEXE 21 Budget de trésorerie annuel arrondir à l'euro € le plus proche

TRIMESTRES	1	2	3	4
Trésorerie au départ du 1er trimestre d'après le bilan initial	**6 000**	Haut de bilan de l'exercice au 1/01 Ressources ..... moins besoins		
Trésorerie au départ des trimestres suivants				
Encaissement des ventes TTC	**21 881** 18 295 x 1.196			
Décaissement des achats et charges externes TTC	**30 088** (22 870+2287) x 1.196			
Décaissement de la taxe professionnelle				
Décaissement des salaires et charges sociales	**4 574**			
Décaissements relatifs à l'emprunt	**1 694**			
Déclaration de TVA : TVA sur ventes du trimestre moins TVA sur achats du même trimestre Décaissement de la TVA ci dessus sur le trimestre même	**3 586-6 126=** **-2 540** (18 295 x 0.196) - (22870+6098+2287) x 0.196 **0**	3 137	5 977	3 436
Trésorerie finale du trimestre	**- 8 475**			

Le commentaire sera rédigé dans l'espace page suivante. Il doit utiliser obligatoirement tous les mots ci-dessous que vous allez d'abord définir dans l'espace imparti, un *mot clé* pour chacun doit vous aider :

- o fonds de roulement *(haut de bilan)*:
- o besoin en fonds de roulement *(bas de bilan)*:
- o stock outil *(assortiment)*:
- o trésorerie *(conséquence d'un ajustement)*:
- o découvert bancaire *(solde du compte banque)* :
- o autorisation de découvert *(accord circonstancié)* :
- o intérêt *(taux)*:
- o commission *(services)*:
- o taux effectif global *(coût d'un financement)*:
- o jours de valeur *(délai)*:

Espace imparti pour le commentaire du budget de trésorerie :

ANNEXE 22 Soldes intermédiaires de gestion de la première année de fonctionnement

- Chiffre d'affaires ..... : .....
- Consommations externes..... : .....
- Valeur ajoutée..... : ..... le stock fin d'année se stabilise à 15 245 € (stock initial nul puisqu'il s'agit d'une création)
- Excédent brut d'exploitation .... : .....
- Résultat d'exploitation..... : ..... l'amortissement de l'actif corporel se fait sur 5ans
- Résultat courant..... : ..... le total annuel des échéances de l'emprunt 6 776 € englobe 2 310 € d'intérêts
- Impôts sur les sociétés..... : ..... 36.66 % du résultat courant
- Résultat net..... : .....

Espace imparti pour le commentaire du lien fondamental entre les soldes intermédiaires de gestion et la trésorerie

ANNEXE 3

31 Procédure de vente spécifique à la clientèle résidente permanente et plutôt âgée ciblée par Virginie :

Phases de la vente,	Critères de sensibilité de la clientèle apporteurs de valeur ajoutée	Efforts et coûts à prévoir pour renforcer la valeur ajoutée : o Sur l'aménagement o Sur le fonctionnement
• Accueil • Ecoute et analyse de la demande • Proposition d'une offre assurant la correspondance choix client –assortiment magasin • conclusion vente • livraison • service après vente		

Conclusion : dans le cadre du projet de création du magasin dégagez les priorités d'aménagement liées aux zones de coûts stratégiques :

32 Tableau de réassort

REFERENCES	PRIX D'ACHAT HT	PRIX DE VENTE HT	MARGE BRUTE UNITAIRE	DUREE DE STOCKAGE EN JOURS	MARGE BRUTE CUMULEE	INDICATEUR DE REASSORT
Ref	Paht	Pvht	Mb	Dustoj	Mbc	Iréa
Détail du calcul pour les données calculées			Pvht-Paht		Mb x (360/Dustoj)	
Station météo électronique	107 €	321 €	321-107= 214 €	90	214x(360/90)= 856 €	A
Monoculaire philatéliste	30 €	72 €		30		
Lunette de plongée polarisante	8 €	24 €		20		

Valeur significative de l'indicateur de réassort :

A réassortiment automatique le jour même de la vente car la Mbc prévisionnelle est supérieure à 760 €

B réassortiment automatique en fonction de la durée de stockage (tous les mois, trimestres, ...) car la Mbc prévisionnelle est comprise entre 450 et 760 €

C réassortiment à décider coup par coup à l'approche de la rupture du stock (définition d'un stock minimum ponctuel) car la Mbc prévisionnelle est inférieure à 450 €

L'objectif est de privilégier les articles apportant la plus forte marge annuelle cumulée qui dépend elle même d'une marge brute unitaire élevée et d'une durée de stockage proportionnellement faible.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.