L’entreprise BBQ est située à Mérignac. Elle commercialise un modèle de barbecue électrique qu’elle livre à des revendeurs sur l’ensemble du territoire national. L’entreprise connait un grand succès avec son modèle « One Touch Premium” sur roulettes décliné en 6 couleurs (noir, blanc, bleu, marron, rouge, vert).

Depuis sa création l’entreprise connait une forte croissance mais elle rencontre des problèmes de trésorerie.

Le contrôleur de gestion a mis au point un classeur pour automatiser le calcul du budget de trésorerie.

La première feuille permet de saisir les données et l’ensemble des budgets nécessaires se remplit automatiquement.

**Annexe 1 : Données pour l‘année N**

Au cours de l’exercice N l’entreprise a vendu 27 000 barbecues. Le prix de vente HT est de 230 €. Le prix d’achat 185 €.

La répartition des ventes sur l’année est la suivante :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Janvier à mars | avril à juin | Juillet à septembre | Octobre à décembre |
| 5% | 55% | 25% | 15% |

Les ventes de novembre N-1 et décembre N-1 : 600 000 € TTC chaque mois.

Les dépenses fixes mensuelles sont les suivantes :

|  |  |
| --- | --- |
| * Loyer : 9 000 €
 | * Impôts et taxes : 2 500 €
 |
| * Charges de personnel : 35 000 €
 |  |

La trésorerie au 1 janvier 100000

Les délais de règlement :

* Les clients règlent à 2 mois
* Les fournisseurs sont payés avec un délai d’un mois.

**Annexe 2 : Données pour l‘année N+1**

Pour l’exercice N+1, l’entreprise prévoit de vendre 30 000 barbecues. Le prix de vente est estimé à 255 € le prix d’achat est fixé à 195 €.

**Annexe 3 : Extrait résultat étude du marché des barbecues**

Selon une étude de marché **79 %** des personnes possédant une maison avec jardin, cour ou terrasse, déclarent posséder un barbecue.

Répartition : 80 % charbon, 14 % électrique et 20 % gaz (total sup. à 100 % car incluant les résidences principales et secondaires).

**115 M€** c’est le chiffre d’affaires des ventes de barbecues en 2010. **73 %** des possesseurs utilisent leur barbecue durant la période estivale, 26 % l’utilisent tout au long de l’année. Le pic des ventes consommateur se situe en avril, mai et juin. Léger pic des accessoires pour la fête des mères et des pères ainsi que pour Noël. Le marché est globalement stable depuis 4 ans.

*Source : PointdeVente .fr*

**Annexe 4 : Enquête camping gaz**

<http://www.clicalsace.com/index.php?lang=fr&cmpref=6061&module=media&action=Display>

**1ère partie Observation du classeur et de l’activité de l’entreprise**

1. Ouvrez la feuille ventes et encaissements, construire un graphique des ventes de l’année (choisir le type de graphique le plus représentatif).
2. Que constatez-vous ? Expliquez
3. Comment peut-on définir l’activité de l’entreprise ?
4. Retrouvez le calcul pour obtenir les ventes TTC de Février ?

**2ème partie : la construction du budget de trésorerie**

Comment est construit le budget des encaissements ?

1. Quel est le délai de paiement accordé aux clients ?
2. Dans tableau des encaissements expliquez à quoi correspond le montant obtenu dans la cellule F10 ?
3. Quelle est la différence entre les termes « vente » et « encaissement » ?

Comment est construit le budget des décaissements ?

1. Quel est le délai de paiement accordé par les fournisseurs ?
2. Dans la feuille achat et décaissements expliquez à quoi correspond le montant obtenu dans la cellule D13 ?
3. Quelle est la différence entre «les termes « achats » et « décaissements » ?

Comment est construit le budget de TVA ?

1. Expliquez comment est obtenu le contenu de la cellule C4 ?
2. Expliquez comment est obtenu le contenu de la cellule C5 ?
3. Retrouvez la formule qui a permis d’obtenir le montant en cellule C8 ?

Comment est construit le budget de trésorerie ?

1. Quel est le montant de la trésorerie au 1er janvier N, au 31 décembre N
2. A quoi correspond la trésorerie Initiale en Janvier, en Février ?
3. Retrouvez l’origine des encaissements pour janvier.
4. Retrouver l’origine des décaissements pour janvier.
5. Reconstituer la formule permettant d’obtenir la trésorerie finale
6. Indiquez l’intérêt pour l’entreprise d’établir un budget de trésorerie ?
7. Peut-on dire que la situation de trésorerie est satisfaisante ? Expliquez pourquoi ?

**3ème partie : Saisie des données de l’année N+1**

1. Observez l’évolution de la trésorerie, commentez.

**4ème partie : Pistes de réflexion pour améliorer la trésorerie**

**Hypothèse 1 : Modifier les délais de règlement des clients**

1. Si les clients payaient avec un délai d’un mois ? Concrètement, quand seraient encaissées les ventes de janvier ?
2. Vérifiez cette hypothèse à l’aide de la feuille de calcul.
3. Observez le niveau de la trésorerie avec cette modification, commentez.

# Hypothèse 2 : Commercialisation d’un nouveau produit

# Le gérant à lu que la plancha était en plein essor dans la presse spécialisée et s’interroge sur l’opportunité de lancer un modèle de *Plancha électrique Krampouz Saveur dès le premier janvier N+1.*

# Quantités prévisibles : 14 000 pièces vendues sur l’année

* Prix de vente HT : 300 €
* Prix d’achat HT : 220 €

Afin de réaliser cette opération il faudrait :

* Embaucher un salarié supplémentaire 2 000 € par mois.
* Ouvrir un site de commerce en ligne : confection d’un site sécurisé et opérationnel clés en main : 2 800 € HT (TVA 19,6%) + hébergement 300 HT € par mois.

D’après les études les ventes pourraient se répartir de la façon suivante :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Janvier à mars | avril à juin | Juillet à septembre | Octobre à décembre |
| 30% | 30% | 28% | 12% |

Annexe 7

[…]Une croissance qui exprimerait non seulement l'attachement du consommateur à cette forme de repas qui privilégie la convivialité et le plein air, mais aussi tout simplement sa réactivité aux nouveautés et aux produits tendance. De fait, depuis déjà deux ou trois ans, il n'y en a plus que pour la plancha, décrite comme la version raffinée, pratique et diététique du repas convivial pris aussi bien sur une table de jardin que dans la cuisine ou la salle à manger. Car, contrairement au bon vieux barbecue au charbon de bois, la plancha électrique ne fume pas Ou beaucoup moins... […]

http://www.lsa-conso.fr/

**Annexe 6**

**[ …] 500 000 unités**, c’est le volume annuel des ventes de barbecues gril électriques (modèle sur pied : 25 % ; modèles à poser sur table : 75 %). Avec un prix moyen de 40 €, ce marché reste stable et n’est apparemment pas pénalisé par l’essor de la plancha qui, avec 360 000 pièces vendues à fin août 2010, progresse de 70 % sur un an avec un prix de vente moyen de 50 €. (Source GfK cumul annuel fin aout 2010)[…]

http://www.pointsdevente.fr/

1. Si cette hypothèse se réalise, comment vont évoluer les ventes et les encaissements ?
2. Si cette hypothèse se réalise, comment vont évoluer les achats et les décaissements ?
3. Modifier les feuilles de calcul pour vérifier l’impact de cette hypothèse sur la trésorerie de l’entreprise. Classeur bbq3.xls

5ème partie **Données prospectives**

A partir de l’annexe 4 répondre aux questions du gérant sur l’étude de camping gaz

1. Quel est l’organisme qui a effectué cette étude ? Rechercher des informations sur cette organisation.
2. L’enquête est-elle récente ? Est-ce important de vérifier cette information ?
3. Quel est le but de l’enquête ?
4. A partir de la page 4 indiquez combien de personnes ont été interrogées et pour quelle raison ? Comment les réponses ont été recueillies ? Quelle méthodologie a été utilisée ? Expliquez
5. Quelles sont les informations utiles au gérant pour quelles raisons ?

**6ème partie : Conclusions**

Rédigez à l’intention du gérant une note expliquant les différentes hypothèses à partir des résultats de vos recherches et des annexes 3, 6 et 7**.**