

SESSION 2024

CAPLP - CAFEP
Concours externe

Section
ÉCONOMIE ET GESTION
Option
GESTION ET ADMINISTRATION

Épreuve écrite disciplinaire appliquée

L'épreuve porte sur l'enseignement professionnel dans l'option choisie.

Elle a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à concevoir et organiser une séquence pédagogique sur la thématique proposée en exploitant de façon critique et argumentée un dossier documentaire fourni par le jury.

Durée : 5 heures

L'usage de la calculatrice est autorisé dans les conditions relevant de la circulaire du 17 juin 2021 BOEN du 29 juillet 2021.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier. Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

Tournez la page S.V.P.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

CAPLP EXTERNE – ÉCONOMIE GESTION

Option

Gestion et administration

► Concours externe du CAPLP de l'enseignement public :

| Concours | Section/option | Epreuve | Matière |
|----------|----------------|---------|---------|
| EFE | 8039J | 102 | 9312 |

► Concours externe du CAPLP de l'enseignement privé :

| Concours | Section/option | Epreuve | Matière |
|----------|----------------|---------|---------|
| EFF | 8039J | 102 | 9312 |

| |
|--------------|
| SUJET |
|--------------|

Vous êtes professeur(e) d'économie-gestion, option gestion administration.

Dans le cadre de votre enseignement, **vous présentez la conception et l'organisation d'une séquence pédagogique sur la thématique de « L'organisation d'un événement »** à partir du bloc de compétences 1 « gérer des relations avec les clients, les usagers et les adhérents » et du bloc de compétences 2 « organiser et suivre l'activité de production (de biens ou de services) ».

Pour cela vous prenez appui sur le contexte organisationnel présenté et exploitez de façon critique et argumentée les différents documents mis à votre disposition.

Première partie

La présentation de la séquence doit s'appuyer sur des intentions pédagogiques, la création d'un scénario professionnel et l'évaluation des compétences mises en œuvre.

1. Les intentions pédagogiques précisent les attendus de formation, les prérequis nécessaires, l'identification de la ou des compétences et des savoirs, le nombre et la durée des séances et l'articulation des activités entre elles.
2. L'organisation du scénario doit mettre en jeu une ou plusieurs compétences sur le niveau de classe que vous choisirez.
3. La mise en œuvre de l'évaluation de la ou des compétences mises en formation.

Seconde partie

À la suite de la présentation de votre séquence, vous explicitez :

- les compétences que vous avez choisies de traiter ;
- les contours et contenus des savoirs de gestion, des notions juridiques et économiques, des éléments liés à la communication et au numérique, que les élèves devront mobiliser ;
- le choix des documents retenus et leur insertion dans la séquence ;
- la progressivité de l'acquisition de la ou des compétences au fil de la séquence ;
- les liens possibles avec les dispositifs pédagogiques de la transformation de la voie professionnelle.

Dossier documentaire

| N° | Ressources | Page |
|----|---|---------|
| 1 | Présentation de l'entreprise ARLETTIE | 3 |
| 2 | Arlettie, l'outlet physique en pleine croissance | 4 |
| 3 | Organigramme et Comex | 5 |
| 4 | Extrait référentiel AGOrA | 6 à 9 |
| 5 | Les activités du référentiel AGOrA associées avec les compétences pix | 10 |
| 6 | Organisation événement avec la marque SUBTELUXE | 11 |
| 7 | Planning événements juin 2022 | 12 |
| 8 | Extrait du contrat avec SUBTELUXE | 13 à 14 |
| 9 | Document de synthèse bilan de la vente juin 2022 | 15 à 16 |
| 10 | Facture | 17 |
| 11 | Profit and Loss | 18 |
| 12 | Comprendre le calcul de l'EBITDA | 19 |
| 13 | Outils collaboratifs ARLETTIE | 19 à 21 |
| 14 | Reporting SUBTELUXE online | 22 |
| 15 | La trésorerie en entreprise : définition et importance ? Comment savoir combien il faut ? | 23 à 24 |

Dossier documentaire

DOCUMENT 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE ARLETTIE

Qui sommes-nous ?

Leader européen dans l'organisation des ventes privées en *show-room* et *online* d'articles des plus grands noms de la mode et du luxe. Le principe : « valoriser les stocks tout en valorisant les marques ». Le business model : « modèle de consignement : prêt de marchandises des grandes marques (1500 grands noms du luxe, *contemporary*, *affordable*¹) avec possibilité de retours des invendus ».

Presque 20 ans de savoir-faire dans la construction de ventes d'exception, événements « hors réseau ».

Arlettie opère à Paris, Londres et *online*.

Deux espaces permanents à Paris idéalement situés à Trocadéro et au Marais.

Avec des ventes résolument sur-mesure et réservées à nos seuls clients, Arlettie protège les circuits de distribution de gros et de détail.

Notre histoire – nos dirigeants

Muryel. A un diplôme d'ingénieur en informatique de gestion. Elle a commencé sa vie professionnelle en développant des logiciels de comptabilité, paie et gestion commerciale (SAGE) avant de créer sa marque de vêtements pour enfants (Rikiboum) qu'elle a revendue avec ses 16 magasins en 2004.

Thibaut. A un diplôme en Management & Finance. Il a passé 2 ans chez Deloitte en tant que consultant en Fusion & Acquisition. Puis il a pris le management de l'activité Luxe et Textile pour la zone Europe.

Philippe. A un double diplôme ingénieur et école de commerce. C'est un entrepreneur né : dans l'industrie (Les bâches de France), les services (Architel) mais aussi la technologie (Kangaroo Village). Il a également co-fondé un fonds d'investissement français dédié aux entreprises numériques (Serena Capital).

Nos lieux

ARLETTIE TROCADERO

Une surface de 1200m²

17 avenue Raymond Poincaré 75116 Paris

Métro : Trocadéro. Bus : Trocadéro, lignes 22 - 30 - 32 - 63

ARLETTIE MARAIS

Une surface de 400m²

13 rue Jean Beausire 75004 Paris

Métro : Bastille. Bus : Bastille, lignes 20 - 29 - 65 - 69 - 75 - 86

ARLETTIE LONDON

Une surface de 500m²

13-14 Margaret Street London W1W 8RN

Métro : Oxford Circus Underground Station

Les chiffres clés d'Arlettie

| CA | STATUTS CLIENTS | COUT CARTE/AN | RENTABILITE |
|---|--|---|--|
| CA 2004 : 1,2 millions € CA 2022 : 65 millions € Projection CA 2023 : 80 millions € | 1 200 VIP 15 000 membres 150 000 invités | 250 € carte VIP (prioritaires) 50 € carte membres (secondaires) 0 € sans priorités sur les événements | Marge brute globale : 24 % Marge nette : 16 % EBITDA : 5 % |

Date : 6 juillet 2022. Source : Document interne et auteurs

¹ Dans l'univers du luxe : luxe = haut de gamme, *contemporary* = moyenne gamme et *affordable* = abordable ; *online* = en ligne

Arlettie: l'outlet physique en pleine croissance

Dix ans après avoir lancé l'enseigne physique de ventes privées Adèle Sand et deux ans après avoir mis sur orbite Arlettie sur le même positionnement, le tandem Thibaut Caillemer du Ferrage et Muryel Lanneau a entamé une nouvelle et grande étape de sa vie professionnelle ...

Et pour cause, ces deux spécialistes sont depuis peu à la tête d'un vaste ensemble spécialisé sur les ventes privées qui intègre l'activité Adèle Sand, l'enseigne Catherine Max et donc Arlettie. C'est d'ailleurs sous cette appellation que l'ensemble est aujourd'hui fusionné.

Le rapprochement s'est fait par étape comme FashionMag Premium le révélait en avant-première le 3 mars dernier. Thibaut Caillemer du Ferrage et Muryel Lanneau avaient il y a plusieurs années cédé Adèle Sand au e-commerçant Brandalley. Entretemps, celui-ci l'a cédée au propriétaire de Catherine Max, un showroom historique pilotant des ventes privées de griffes près du Trocadéro.

Cet ensemble était dirigé par l'ancien directeur général d'eBay France, Yohan Ruso, via une holding, Priveal, qui compte à son capital des sociétés d'investissement. Or, Arlettie a intégré cet ensemble il y a quelques mois. Et ses deux animateurs en sont désormais les dirigeants, Yohan Ruso ayant décidé de piloter d'autres projets.

Cela a évidemment facilité la simplification des structures. Priveal a été rebaptisé Arlettie Paris. Une seule enseigne a été gardée... Arlettie. Et les deux showrooms physiques existants ont eux aussi été rebaptisés. L'ancien lieu de vente de Catherine Max au Trocadéro s'appelle désormais Arlettie Trocadéro. Et celui d'Adèle Sand, dans le Marais, rue Jean Beausire, est dénommé Arlettie... Marais. Selon le tandem dirigeant, l'ensemble ainsi constitué devrait peser quelque 40 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année. Et il fourmille de projets. Il organise d'ores et déjà des ventes à Londres, aujourd'hui dans des lieux éphémères, et, peut-être demain, dans un lieu permanent.

Arlettie vient d'ailleurs d'enrôler une personne pour travailler sur l'implantation outre-Manche, Charlotte Poole. Celle-ci, fondatrice il y a plusieurs années de Fashion Confidential puis Editer.com, a un carnet d'adresses qui les a évidemment séduits et connaît bien les lieux londoniens où des ventes peuvent être organisées.

Arlettie lorgne aussi sur New York, où la société française envisage également de travailler avec un ou des partenaires. « L'objectif serait de faire des ventes plutôt dans le quartier hype du Meatpacking district », soulignent-ils.

Pour Thibaut Caillemer du Ferrage et Muryel Lanneau, c'est d'ailleurs à la demande des marques avec lesquelles elles sont en relation régulière que sont étudiées ces implantations. « Les marques elles-mêmes, quand elles sont présentes aux Etats-Unis par exemple, ont des problèmes d'écoulement de leurs stocks. Or, elles connaissent notre sérieux », souligne Muryel Lanneau.

C'est un atout que leur reconnaisse justement la plupart des marques que d'être de vrais professionnels sérieux de la vente physique *outlet*². "Beaucoup de marques avec lesquelles nous traitons ont le besoin de liquider des stocks, mais elles ne veulent pas que ce soit fait sans respect de leur identité et de leur produit. C'est sur ces bases que nous avons réussi à construire un phénomène durable avec ces marques", souligne Thibaut Caillemer du Ferrage.

Pour la saison en cours, Arlettie Marais propose ainsi des ventes Jean Paul Gaultier, Carven, De Fursac, Tara Jarmon, Gérard Darel, Paule Ka, etc. Arlettie Trocadéro invite à des ventes Ralph Lauren, Zapa, Maje, Givenchy, The Kooples, Marc Jacobs, Fendi, etc.

Face aux spécialistes internet de l'*outlet*, le tandem dit ainsi pouvoir respecter une certaine confidentialité, même si le fichier d'Arlettie compte 10 000 personnes cotisantes et 250 000 inscrits.

² Vente d'*outlet* : vente directe du fabricant au consommateur, en général des fins de séries, des surstocks ou des articles présentant un défaut.

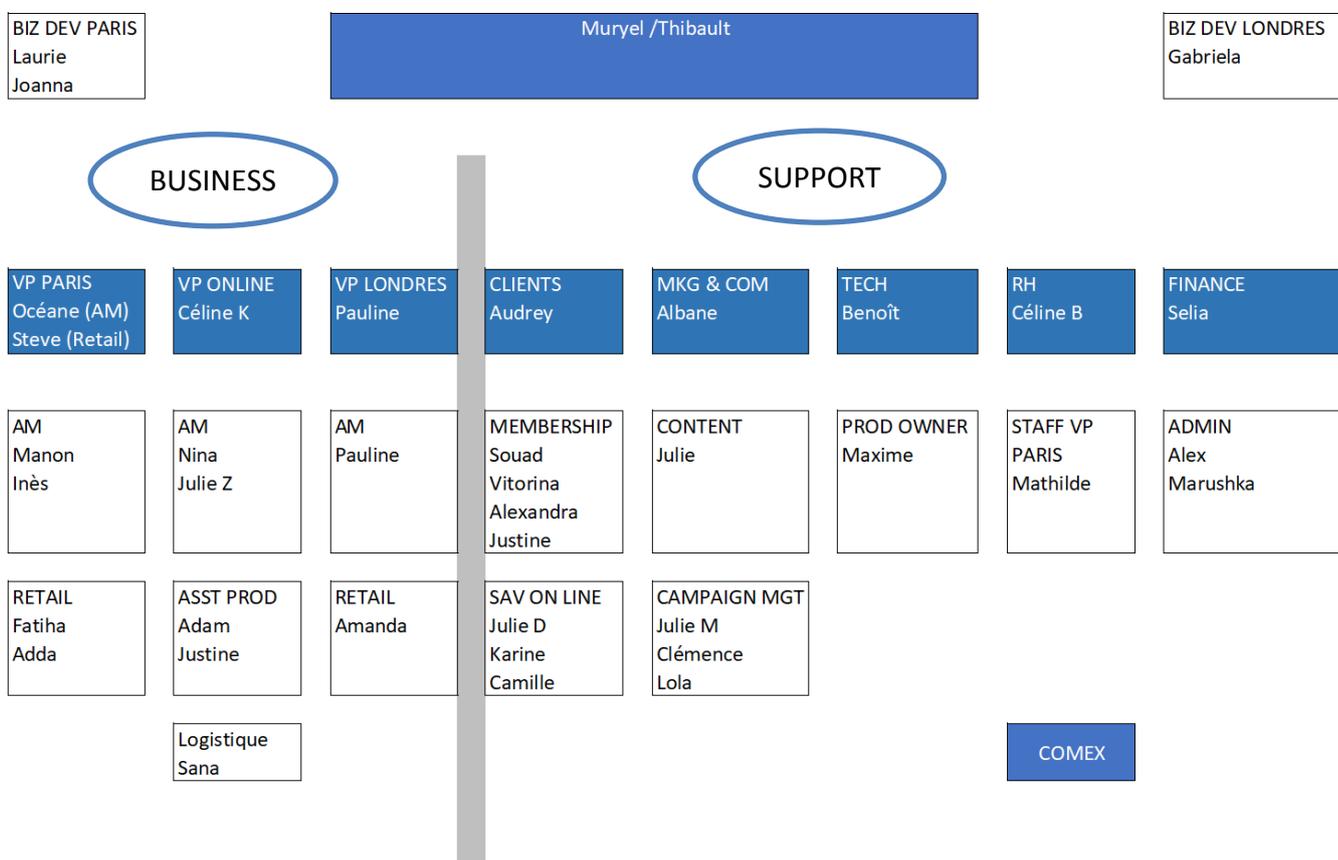
D'ailleurs, certaines ventes ne passent pas par les espaces Arlettie mais par des lieux plus confidentiels ou peuvent se dérouler chez les marques elles-mêmes. C'est notamment le cas pour des ventes de joaillerie par exemple.

La société travaille aussi en "marque blanche" en organisant pour une marque sa vente privée. Elle relève enfin pouvoir écouler globalement de 3 000 à 4 000 pièces, jusqu'à 40 000. Mais le déstockage moyen se situe entre 15 000 et 20 000 pièces.

« Surtout, souligne Muryel Lanneau, nous n'avons pas du tout les mêmes besoins que Vente-Privée.com par exemple. Chez Arlettie, il nous faut une largeur de collection. Nous préférons avoir par exemple 200 vestes différentes. Le spécialiste des ventes privées sur internet cherche plutôt une profondeur de collection. Une même veste en x tailles... ». En clair, chez Arlettie, on est loin du marché de masse.

Source : <https://fr.fashionnetwork.com/news/arlettie-l-outlet-physique-en-pleine-croissance,391913.html>
Publié le 11 mars 2014

DOCUMENT 3 : ORGANIGRAMME ET COMEX



Lexique :

BIZ DEV : démarche de nouvelles marques partenaires

AM (Account Manager) : est en charge du parfait déroulé de la vente, de l'étude de l'offre jusqu'au bilan de la vente.

RETAIL : est en charge de la gestion opérationnelle de la vente.

CONTENT : gère et contrôle les contenus des publications.

CAMPAIGN MGT : élabore et exécute les campagnes marketing destinées à promouvoir les événements.

PROD OWNER : est le chef de projet numérique.

Source : Document interne et auteurs

DOCUMENT 4 : EXTRAIT REFERENTIEL AGOrA

BLOC DE COMPETENCES 1 – GERER DES RELATIONS AVEC LES CLIENTS, LES USAGERS ET LES ADHERENTS

Conditions d'exercice et de mobilisation des compétences

Le titulaire du baccalauréat professionnel « Assistance à la gestion des organisations et de leurs activités » est en contact direct avec le « client » de l'organisation dans laquelle il exerce son activité pour l'accueillir, prendre en charge sa demande, ouvrir un dossier nominatif. Les organisations concernées étant diverses, comme indiqué dans le référentiel des activités professionnelles, le terme générique de « client » recouvre la notion de prospect, ou d'utilisateur (si les prestations relèvent du service public), ou d'adhérent ou de bénéficiaire de prestations (si l'organisation a un statut d'association ou de mutuelle).

Le titulaire du diplôme assure les différentes étapes du processus administratif et de gestion lié à la relation « client » : instruction de dossier, devis, commandes, livraisons, facturations, encaissements, traitement des réclamations et des litiges. Il contribue également aux démarches de communication et de développement de l'organisation et travaille, à ce titre, en étroite collaboration avec l'ensemble des acteurs internes chargés de ces démarches, notamment le service commercial quand il est présent.

Son rôle d'interface entre les clients, les usagers ou les adhérents et les personnels de l'organisation en fait un acteur important dans la circulation et l'actualisation de l'information, à la fois dans le système d'information interne et dans la configuration internet à destination de l'externe (site et réseaux sociaux).

| Activités | Compétences | Indicateurs d'évaluation des compétences |
|--|---|---|
| 1.1. Préparation et prise en charge de la relation avec le client, l'utilisateur ou l'adhérent <ul style="list-style-type: none"> • Accueil et renseignement • Prise en charge de la demande • Préparation et suivi d'événements liés à la promotion de l'organisation • Assistance et suivi des opérations de prospection | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les caractéristiques de la demande • Apporter une réponse adaptée à la demande • Produire, dans un environnement numérique, des supports de communication adaptés • Assurer le suivi administratif des opérations de promotion et de prospection | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Expression française, écrite et orale, adaptée aux relations administratives ✓ Respect de la charte d'accueil (langage adapté à l'interlocuteur, empathie, etc.) ✓ Fiabilité de l'information recueillie ✓ Efficacité de la prise de notes ✓ Respect des règles de sécurité et de confidentialité ✓ Pertinence de la réponse apportée à la demande ✓ Efficacité de la gestion des flux de courriers / courriels ✓ Qualité des supports produits à partir de la suite bureautique |
| 1.3. Actualisation du système d'information en lien avec le client, l'utilisateur ou l'adhérent <ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour des dossiers • Mise à jour de tableaux de bord « commerciaux » • Suivi et actualisation des données sur les réseaux sociaux • Mise à jour des données du site internet de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mettre à jour l'information <input type="checkbox"/> Rendre compte des anomalies repérées lors de l'actualisation du système d'information <input type="checkbox"/> Identifier et appliquer les moyens de protection et de sécurisation adaptés aux données enregistrées ou extraites <input type="checkbox"/> Assurer la visibilité numérique de l'organisation (au travers des réseaux sociaux, du site internet, de blogs) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fiabilité des mises à jour effectuées ✓ Pertinence des anomalies signalées ✓ Respect des dispositions éthiques et réglementaires en matière de conservation de données ✓ Adéquation des données publiées aux attentes des tiers |

| Savoirs associés | Indications complémentaires |
|--|--|
| <p>Savoirs de gestion</p> <ul style="list-style-type: none"> • La relation « client » dans les organisations • Les actions de promotion et de prospection • La chaîne des documents liés aux ventes • Les ventes et les encaissements • Le suivi de la relation « client » • Les tableaux de bord « commerciaux » | <p>La relation « client » dans les organisations prend en compte les finalités de l'organisation, la culture et les valeurs de l'organisation, la démarche qualité et l'évaluation de la satisfaction du « client ».</p> <p>Les actions de promotion et de prospection conduisent à l'exploitation partielle ou totale de bases de données « clients » de l'organisation et à l'envoi en nombre, notamment sous la forme de publipostage ou de courriel.</p> <p>La chaîne des documents liés aux ventes s'étend du devis à la facture d'avoir. La facturation fait apparaître les réductions commerciales et financières accordées, les frais accessoires (les emballages sont exclus) et les taxes obligatoires. Seule l'option de la TVA sur les débits sera retenue pour les prestataires de service.</p> <p>Pour les associations et les mutuelles, on distingue ce qui relève des adhésions de ce qui relève de la vente de biens ou services.</p> <p>Le suivi des ventes et des encaissements nécessite de maîtriser la notion d'engagement comptable et la logique de la partie double.</p> <p>Le suivi de la relation « client » comprend la planification des rendez-vous, des commandes et des livraisons, les relations avec les partenaires de l'organisation (sous-traitants, transporteurs, entreprises de logistique), les moyens et conditions de paiement (hors effets de commerce), le lettrage des comptes de tiers, le suivi des réclamations, des litiges et des impayés.</p> <p>La réalisation des tableaux de bord est fondée sur la notion d'indicateurs d'activité (en volume et en valeur) et leur représentation graphique.</p> |
| <p>Savoirs juridiques et économiques (en lien avec le programme d'économie-droit du baccalauréat professionnel)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les mentions obligatoires des documents liés aux ventes ou aux contributions volontaires • La contractualisation de la relation « client » • Le cadre juridique lié aux réseaux sociaux numériques et au site Web | <p>La contractualisation de la relation « client » couvre les notions de contrat de vente, de prestation de service, de sous-traitance et d'adhésion à une organisation associative ou mutualiste ainsi que la responsabilité et les obligations contractuelles qui en découlent.</p> <p>Le cadre juridique lié aux réseaux sociaux numériques et au site internet comprend la loi Informatique et Libertés, la protection des données personnelles et la RGPD, le droit d'auteur et le droit à l'image.</p> |
| Savoirs associés | Indications complémentaires |
| <p>Savoirs liés à la communication et au numérique</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'écoute active • La communication « client » • La gestion de l'information • Les réseaux sociaux numériques □ • Le site internet | <p>L'écoute active s'appuie sur les notions de demande et de besoin, les techniques de questionnement et de reformulation ainsi que les aspects de communication verbale et non verbale.</p> <p>La communication « client » permet d'aborder les techniques de prise de notes, la présentation et la rédaction d'une lettre commerciale, les spécificités des messages propres à chaque canal de communication professionnelle (face à face, téléphone, courriel, SMS, etc.) ainsi que les particularités de chaque support de communication « client » imprimé (plaquette/flyer, courrier publicitaire, newsletter, affiche, etc.).</p> <p>La gestion de l'information intègre la recherche et la mesure de la qualité de l'information (méthodes, enjeux, critères de fiabilité, mesure de la pertinence), la mise à disposition et la sécurisation de l'information (gestion électronique de documents et échange de données informatisées, contrôles d'accès, charte de bonne conduite) et les modes de classement et d'archivage (codification, arborescence et protocole de nommage de fichiers).</p> <p>Les outils de collecte, de recherche et d'analyse de données commerciales supposent de savoir questionner la fiabilité et la pertinence des sources, de traiter des données et les représenter graphiquement. Ces outils nécessitent la maîtrise de fonctions simples d'une application pour produire des contenus majoritairement textuels associés à une image, un son ou une vidéo.</p> <p>Les principes de fonctionnement et d'utilisation des réseaux sociaux numériques et la rédaction des messages dans le cadre de la relation « client » sont abordés au travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des outils de discussion : forums de discussion, messagerie instantanée ; - Des outils de publication : blog, wiki ; - des réseaux sociaux professionnels ; - Du partage de vidéos et photos. <p>Pour le site internet, sont concernées les notions de base associées (protocole <i>http</i>, <i>url</i>, lien hypertexte, nom de domaine, etc.), la structuration du site internet et les mentions obligatoires, le référencement du site et la génération de contenu dans le cadre de l'actualisation du site.</p> |

Bloc de compétences 2 – Organiser et suivre l'activité de production (de biens ou de services)

| Conditions d'exercice et de mobilisation des compétences | | |
|---|---|--|
| <p>Le titulaire du baccalauréat professionnel « Assistance à la gestion des organisations et de leurs activités » assure le suivi des activités administratives et de gestion en amont de la production (approvisionnement, autorisation préalable, etc.) en prenant en compte les contraintes de production, aussi bien réglementaires qu'organisationnelles. En aval de l'activité productive de l'organisation, qu'il s'agisse de biens et/ou de services marchands ou non marchands, il assure un suivi régulier des opérations de trésorerie et prépare les éléments nécessaires à la déclaration de TVA.</p> <p>Par ailleurs, il facilite le bon déroulement des activités de l'organisation par la mise à disposition et le maintien en bon état de fonctionnement des ressources physiques et numériques de l'organisation. Il assure la logistique des réunions et contribue à une diffusion efficace de l'information dans l'ensemble de la structure. Toutes ces compétences doivent être actualisées dans un environnement numérique prenant en compte la digitalisation des processus auxquels il participe.</p> <p>Ces activités comprennent une dimension de communication interne vis-à-vis des supérieurs hiérarchiques et des personnels.</p> | | |
| Activités | Compétences | Indicateurs d'évaluation des compétences |
| <p>2.1. Suivi administratif de l'activité de production</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi des approvisionnements et des stocks - Tenue des dossiers fournisseurs, sous-traitants et prestataires de service - Suivi des formalités administratives avec les partenaires spécifiques au secteur d'activité - Suivi de la coordination d'activités relevant d'un service ou d'un projet | <ul style="list-style-type: none"> - Appliquer les procédures internes de gestion des approvisionnements et des stocks - Assurer le suivi des enregistrements des factures d'achats à l'aide d'un progiciel dédié ou d'un PGI - Actualiser les bases de données internes nécessaires à l'activité de production - Prendre en compte les contraintes réglementaires liées à l'activité de production de l'organisation - Mettre à disposition des plannings d'activité actualisés | <ul style="list-style-type: none"> - Expression française, écrite et orale, adaptée aux relations administratives - Respect des procédures et des normes - Conformité des enregistrements - Pertinence et exactitude de l'information saisie dans le support adapté - Cohérence et fiabilité du planning - Respect des délais impartis |
| Activités | Compétences | Indicateurs d'évaluation des compétences |
| <p>2.2. Suivi financier de l'activité de production</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi des décaissements - Suivi de la trésorerie et des relations avec les organismes et partenaires financiers - Préparation de la déclaration de TVA | <ul style="list-style-type: none"> - Etablir un état de rapprochement - Appliquer les procédures en vigueur en matière de règlement des fournisseurs, sous-traitants et prestataires - Assurer le suivi des enregistrements des mouvements de trésorerie à l'aide d'un progiciel dédié ou d'un PGI - Déterminer les éléments nécessaires à l'élaboration de la déclaration de TVA - Etablir un état périodique de trésorerie - Rendre compte de l'équilibre financier et de la situation économique de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> - Exactitude de l'état de rapprochement - Respect des procédures et des normes - Conformité des enregistrements - Sécurisation des décaissements - Pertinence et exactitude des éléments retenus pour la déclaration de TVA - Exactitude de la situation de trésorerie - Pertinence de l'appréciation de la situation économique et financière de l'organisation |
| Activités | Compétences | Indicateurs d'évaluation des compétences |
| <p>2.3. Gestion opérationnelle des espaces (physiques et virtuels) de travail</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi des contrats de maintenance, abonnements, licences informatiques - Gestion des petites fournitures et consommables - Mise à disposition des ressources physiques partagées (suivi des entrées-sorties de matériels, clés, etc.) - Organisation des réunions en présentiel ou à distance - Gestion des espaces internes de partage de l'information (affichage, notes internes, espaces collaboratifs, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> - Prendre en charge les activités support nécessaires au bon fonctionnement de l'organisation - Actualiser et diffuser l'information interne sur le support adéquat | <ul style="list-style-type: none"> - Efficacité de l'organisation mise en place - Prise en compte des aléas techniques et organisationnels - Respect des dispositions éthiques et réglementaires en matière de conservation et de diffusion de données - Adéquation des données diffusées par rapport aux attentes des acteurs internes de l'organisation |

| Savoirs associés | Indications complémentaires |
|--|--|
| Savoirs de gestion <ul style="list-style-type: none"> L'approvisionnement et la gestion des stocks Les fournisseurs et les règlements La chaîne des documents liés aux achats Les achats Les décaissements Les outils de planification des tâches La taxe sur la valeur ajoutée La trésorerie Les notions d'amortissement et de provision Le bilan et le compte de résultat Le maintien fonctionnel des espaces de travail hors production | <p>L'approvisionnement concerne les achats de biens et de services nécessaires à l'activité productive de l'entreprise. La gestion des stocks (de matières premières, de marchandises et de produits finis) conduit à aborder les notions de coûts (d'achat, de production et de revient), d'inventaire (physique et en valeur) et d'indicateurs de suivi (fiche de stock, stock minimum).</p> <p>La chaîne des documents liés aux achats s'étend de la demande de devis à la facture d'avoir. La facturation fait apparaître les réductions commerciales et financières obtenues, les frais accessoires (les emballages sont exclus) et les taxes obligatoires. Seule l'option de la TVA sur les débits sera retenue pour les prestataires de service.</p> <p>Les fournisseurs et les règlements comprennent la recherche de fournisseurs, les différents modes de règlement (hors effets de commerce), les échéanciers, le lettrage des comptes et la justification des soldes.</p> <p>Le suivi des achats et des décaissements nécessite de maîtriser la notion d'engagement comptable, la logique de la partie double et les fondements de la classification du plan comptable.</p> <p>La trésorerie intègre les encaissements (y compris les subventions) et décaissements, le contrôle de caisse, les situations périodiques de trésorerie et les rapprochements bancaires.</p> <p>L'analyse de l'équilibre financier et de la situation économique nécessite d'avoir saisi le sens des notions d'amortissement, de provision, de charges décaissées et de charges non décaissées. Elle est menée à partir du rapprochement des grandes masses du bilan, du compte de résultat et de la situation de trésorerie.</p> <p>Le maintien fonctionnel des espaces comprend l'ergonomie, la signalétique et la sécurité des locaux.</p> |

| Savoirs associés | Indications complémentaires |
|--|--|
| Savoirs liés à la communication et au numérique <ul style="list-style-type: none"> La communication avec les fournisseurs et les autres partenaires Gestion de l'information Les outils au service du travail collaboratif | <p>Aux codes, normes, usages et lexiques professionnels de la communication orale et écrite s'ajoutent ceux directement liés aux spécificités des différents secteurs d'activité. Les techniques de prise de notes font partie des savoirs liés à la communication.</p> <p>La gestion de l'information comprend la recherche et la mesure de la qualité de l'information (méthodes, enjeux, critères de fiabilité, mesure de la pertinence), la mise à disposition et la sécurisation de l'information (GED et EDI, contrôles d'accès, charte de bonne conduite, Nétiquette et RGPD, certificat et signature électronique) et les modes de classement, d'archivage (codification, arborescence et protocole visant à nommer les fichiers) et de sauvegarde. Ces savoirs intègrent les notions de compression, d'indexation, de classement, d'archivage et de sauvegarde des documents.</p> <p>Les outils au service du travail collaboratif mobilisés sont l'espace de partage, l'agenda partagé, la messagerie, la réunion en ligne, la visio-conférence, l'espace de travail collaboratif.</p> |

| | |
|--|---|
| Savoirs juridiques et économiques (en lien avec le programme d'économie-droit du baccalauréat professionnel) <p>Le cadre économique et réglementaire de l'activité productive de l'organisation</p> | <p>Le cadre réglementaire de l'activité productive de l'organisation comprend le droit des contrats (parties, objet, droits et obligations des parties, information du vendeur, responsabilité contractuelle), la protection des données personnelles (dans le cadre du e-commerce, traitement et utilisation des données personnelles collectées).</p> <p>Le cadre économique de l'activité productive de l'organisation comprend les choix de l'entreprise en matière de production, les performances et objectifs (économiques, sociaux et environnementaux), l'influence du numérique sur la production, les choix de consommation (développement durable et e-commerce) et leur influence sur la production.</p> |
|--|---|

| Savoirs associés | Indications complémentaires |
|--|--|
| Savoirs liés à la communication et au numérique <ul style="list-style-type: none"> La communication avec les fournisseurs et les autres partenaires Gestion de l'information Les outils au service du travail collaboratif | <p>Aux codes, normes, usages et lexiques professionnels de la communication orale et écrite s'ajoutent ceux directement liés aux spécificités des différents secteurs d'activité. Les techniques de prise de notes font partie des savoirs liés à la communication.</p> <p>La gestion de l'information comprend la recherche et la mesure de la qualité de l'information (méthodes, enjeux, critères de fiabilité, mesure de la pertinence), la mise à disposition et la sécurisation de l'information (GED et EDI, contrôles d'accès, charte de bonne conduite, Nétiquette et RGPD, certificat et signature électronique) et les modes de classement, d'archivage (codification, arborescence et protocole visant à nommer les fichiers) et de sauvegarde. Ces savoirs intègrent les notions de compression, d'indexation, de classement, d'archivage et de sauvegarde des documents.</p> <p>Les outils au service du travail collaboratif mobilisés sont l'espace de partage, l'agenda partagé, la messagerie, la réunion en ligne, la visio-conférence, l'espace de travail collaboratif.</p> |

DOCUMENT 5 LES ACTIVITES DU REFERENTIEL AGORA ASSOCIEES AVEC LES COMPETENCES PIX

POLE 1 - GESTION DES RELATIONS AVEC LES CLIENTS, LES USAGERS ET LES ADHERENTS

| | |
|--|--|
| <p>BLOC 1 Gérer des relations avec les clients, les usagers et les adhérents</p> <p>1.1. PREPARATION ET PRISE EN CHARGE DE LA RELATION AVEC LE CLIENT, L'USAGER OU L'ADHERENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueil et renseignement • Prise en charge de la demande • Préparation et suivi d'évènements liés à la promotion de l'organisation • Assistance et suivi des opérations de prospection | <p>pix</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Gérer des données 1.3. Traiter des données 2.3. Collaborer 3.1. Développer des documents textuels 3.2. Développer des documents multimédia 3.3. Adapter les documents à leur finalité |
| <p>BLOC 1 Gérer des relations avec les clients, les usagers et les adhérents</p> <p>1.3. ACTUALISATION DU SYSTEME D'INFORMATION EN LIEN AVEC LE CLIENT, L'USAGER OU L'ADHERENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour des dossiers • Mise à jour de tableaux de bord « commerciaux » • Suivi et actualisation des données sur les réseaux sociaux • Mise à jour des données du site internet de l'organisation | <p>pix</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Mener une recherche et une veille d'information 1.2. Gérer des données 1.3. Traiter des données 2.1. Interagir 2.2. Partager et publier 2.3. Collaborer 4.1. Sécuriser l'environnement numérique 4.2. Protéger les données personnelles et la vie privée |

POLE 2 – ORGANISATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE DE PRODUCTION (DE BIENS OU DE SERVICES)

| | |
|---|---|
| <p>BLOC DE COMPETENCES 2 – ORGANISER ET SUIVRE L'ACTIVITE DE PRODUCTION (DE BIENS OU DE SERVICES)</p> <p>2.2. SUIVI FINANCIER DE L'ACTIVITE DE PRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivi des décaissements • Suivi de la trésorerie et des relations avec les organismes et partenaires financiers • Préparation de la déclaration de TVA | <p>pix</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Gérer des données 1.3. Traiter des données 2.1. Interagir 2.2. Partager et publier 2.3. Collaborer |
| <p>BLOC DE COMPETENCES 2 – ORGANISER ET SUIVRE L'ACTIVITE DE PRODUCTION (DE BIENS OU DE SERVICES)</p> <p>2.3. GESTION OPERATIONNELLE DES ESPACES (PHYSIQUES ET VIRTUELS) DE TRAVAIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivi des contrats de maintenance, abonnements, licences informatiques • Gestion des petites fournitures et consommables • Mise à disposition des ressources physiques partagées (suivi des entrées-sorties de matériels, clés, etc.) • Organisation des réunions en présentiel ou à distance • Gestion des espaces internes de partage de l'information (affichage, notes internes, espaces collaboratifs, etc.) | <p>pix</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2. Gérer des données 1.3. Traiter des données 2.1. Interagir 2.2. Partager et publier 2.3. Collaborer |

DOCUMENT 6 - ORGANISATION EVENEMENT AVEC LA MARQUE SUBTELUXE

PROCESS EVENEMENT VENTE PHYSIQUE SUBTELUXE JUIN 2022

- côté clients : envoi postal pour les VIP et membres (document cartonné) à plus de 16 000 personnes. Coût : 25 centimes par carton, toutes les 3 semaines pour annoncer les événements.
- côté marques : contrat avec SUBTELUXE
- plan d'implantation sur le site du Trocadero
- brief de ventes avec les objectifs de vente à l'heure
- mail du soir : l'account manager envoie aux dirigeants de SUBTELUXE l'état des ventes (CA, quantités, clients, panier moyen)
- analyse partagée une fois l'action terminée (bilan de la vente 2022)
- facture de SUBTELUXE moins la commission par palier en fonction du CA réalisé
- retrait par SUBTELUXE des marchandises invendues
- présentation interne de la rentabilité par l'account manager

Source : Document interne et auteurs

DOCUMENT 7 PLANNING EVENEMENTS JUIN 2022

JUIN 2022

| | | | TROCADERO | MARAIS | ONLINE | | | LONDON | | |
|-----------|----|---|-----------------|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------|------------------|------------------|
| JUIN 2022 | 1 | M | S22 | AZZARO FEMME ET HOMME | MARGIELA (OTB) | REPETTO | 1 | M | MARY K | |
| | 2 | J | | | | Nina | 2 | J | | |
| | 3 | V | | | | | 3 | V | | |
| | 4 | S | | | | | 4 | S | | |
| | 5 | D | | | | Thibault + Muryel | Thibault + Inès | POMELLATO | 5 | D |
| | 6 | L | | | Julie | 6 | L | | | |
| | 7 | M | | | | 7 | M | | | |
| | 8 | M | S23 | STELLA MAC CARTNEY | PASCALE MONVOISIN | KENZO | 8 | M | DIOR | |
| | 9 | J | | | | Nina | 9 | J | | |
| | 10 | V | | | | | 10 | V | | |
| | 11 | S | | | | | 11 | S | | |
| | 12 | D | | | | Thibault + Muryel | Muryel + Inès | BY FAR | | 12 |
| | 13 | L | | | Julie | 13 | L | | | |
| | 14 | M | S24 | | LAURENCE BRAS** | | 14 | M | VICTORIA BECKHAM | |
| | 15 | M | | | PAMELA LOVE | 15 | M | | | |
| | 16 | J | | SUBTELUXE (1) | Muryel + Inès | Nina | 16 | J | | |
| | 17 | V | | | | | 17 | V | AIMEE LONDON | |
| | 18 | S | | | PETITE FRITURE | | 18 | S | | |
| | 19 | D | Muryel + Inès | | NINA RICCI | 19 | D | | | |
| | 20 | L | S25 | | Muryel + Manon | Nina | 20 | L | | |
| | 21 | M | | | | | 21 | M | | |
| | 22 | M | | FENDI | | | VALMONT | 22 | M | GREVES !! |
| | 23 | J | | | | | Julie | 23 | J | |
| | 24 | V | | | | | SHOUROUK | 24 | V | |
| | 25 | S | | LOCATION N007 | Nina | 25 | S | | | |
| | 26 | D | Thibault + Inès | | CAOVILLA | 26 | D | | | |
| | 27 | L | S26 | | | Julie | 27 | L | | |
| | 28 | M | | | | | 28 | M | | |
| | 29 | M | | HUGO BOSS +++ | | | PASCALE MONVOISIN | 29 | M | ZADIG & VOLTAIRE |
| | 30 | J | | | | | Nina | 30 | J | |

(1) Une vente on line est prévue en octobre 2022

Source : Document interne

DOCUMENT 8 - EXTRAIT DU CONTRAT AVEC SUBTELUXE

ENTRE

ARLETTIE TROCADERO

Société par actions simplifiée dont le siège social est sis 17 Avenue Raymond Poincaré, 75016 Paris, identifiée sous le numéro 394 811 392 RCS Paris, au nom commercial Arlettie, légalement représentée par **Mme Muryel LANNEAU**, dûment habilitée à l'effet des présentes,

Ci-après dénommée, « **Le Mandataire** »

ET

SUBTELUXE

SUBTELUXE, dont le siège social est 71, place des Vosges, – 75004 PARIS, immatriculée au RCS de Paris sous le n° 272 724 348, représentée par **M. Ambroise BOTTILLON**

Ci-après dénommée, « **Le Mandant** »

Ci-après dénommée, « **Les Parties** »

IL A ÉTÉ EXPOSÉ ET CONVENU CE QUI SUIT :

- Le Mandant a pour activité la création, la fabrication et la commercialisation d'articles de prêt-à-porter et d'accessoires coordonnés de luxe sous la marque Subteluxe dont il est exclusivement titulaire.
- Le Mandataire a pour activité l'organisation de ventes privées événementielles dans ce domaine.
- Le Mandant a souhaité confier au Mandataire l'organisation et la vente de ses précédentes collections selon les termes et conditions définis par le présent contrat (ci-après « Le Contrat »).
- Si le Mandataire était amené à modifier le planning annoncé et établi ci-après, il ne pourrait pour autant voir sa responsabilité engagée à ce titre, du moment qu'il propose une date alternative au Mandant, sous réserve que cette date soit acceptée par le Mandant.
- Le Mandataire déclare et garantit au Mandant que son activité de ventes éphémères dans ses locaux est conforme à la réglementation en vigueur.

1.DÉTAIL DE LA PRESTATION

- **Marque** : Subteluxe
- **Marchandise** : Souliers et Accessoires
- **Quantité** : Entre 10.000 et 15.000 pièces
- **Lieu de l'évènement** : Arlettie Trocadéro – 17 Avenue Raymond Poincaré, 75016 Paris
- **Date de livraison**: Vendredi 10 juin 2022 au 61 rue de Longchamp – 75116 Paris
- **Vente fichier Arlettie** : du mercredi 15 juin au samedi 18 Juin 2022
- **Retrait des marchandises invendues**: Lundi 20 juin 2022 au 61 rue de Longchamp – 75116 Paris (...)

5.PROPRIÉTÉ DES PRODUITS

L'ensemble des produits livrés au Mandataire reste la propriété entière et exclusive du Mandant, sans aucune réserve, et ce jusqu'à complet paiement du prix des produits. En tout état de cause, les produits ne peuvent servir de garantie aux créanciers du Mandataire. (...)

7.2.Tarifs

Le Mandataire et le Mandant se mettent d'accord sur le prix de vente public TTC qui sera pratiqué pendant la vente.

La rémunération du Mandataire au titre de l'organisation de la vente des produits s'élève à :

- 37,5% du chiffre d'affaires ht pour la part du chiffre d'affaires inférieure à 200.000€ ht
- Auxquels s'ajoutent 15% du chiffre d'affaires ht pour la part du chiffre d'affaires supérieure à 200.000€ ht

Le Mandataire dispose d'une franchise pour la démarque inconnue égale à 1% du nombre de pièces livrées par le Mandant au Mandataire. Le dédommagement dû par le Mandataire au Mandant en cas de perte de marchandise sera calculé en fonction de la valeur moyenne de la marchandise livrée par le Mandant au Mandataire. (...)

9.DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

Les parties donnent aux termes utilisés au présent article les définitions visées par la réglementation en vigueur applicable et, en particulier, au règlement (UE) n°2016-679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (ci-après « RGPD ») et à la loi informatique et libertés n° 78-17 du 6 janvier 1978 telle que modifiée et/ou toute réglementation qui s'y substituerait et l'ensemble des recommandations, délibérations et autres normes édictées par la Commission Nationale de l'Informatiques des Libertés (dans son ensemble ci-après la « Réglementation Applicable »), tels que notamment mais non exclusivement « données à caractère personnel », « traitement », « responsable du traitement », « sous-traitant », « personnes concernées »... (...)

9.1.Principes généraux

Chaque partie s'engage à se conformer à la Réglementation Applicable en matière de données à caractère personnel et à la faire respecter par ses préposés ou éventuels sous-traitants.

Il appartient à chacune des parties de collecter et de traiter des données à caractère personnel dans le respect de la réglementation applicable et, le cas échéant, de s'assurer que la collecte et le traitement des données à caractère personnel se font dans le respect de la réglementation applicable, notamment sur la finalité de la collecte, en matière d'information des personnes concernées et sur l'exercice des droits dont elles bénéficient.

Chaque partie s'engage à démontrer que les traitements mis en œuvre sont conformes à la réglementation applicable et à veiller au respect de la réglementation applicable au sein de son organisation et à mettre à la disposition de l'autre partie les informations utiles pour démontrer le respect de telles obligations. (...)

Source : Document interne

DOCUMENT 9 : DOCUMENT DE SYNTHÈSE BILAN DE LA VENTE JUIN 2022

Juin 2022 SUBTELUXE

ÉLÉMENTS DÉTAILLÉS DU CHIFFRE D'AFFAIRES

CHIFFRES D'AFFAIRES

| | Été 2018 | Été 2019 | Été 2021 | Hiver 2021/2022 | Été 2022 | Vs. Été 2021 |
|----------|-----------|-----------|-----------|--------------------|-----------|-----------------|
| LUNDI | | | | | | |
| MARDI | | | | | | |
| MERCREDI | 371 908 € | 398 253 € | 330 849 € | 393 590 € | 350 875 € | 6% |
| JEUDI | 173 002 € | 199 308 € | 146 478 € | 166 270 € | 161 852 € | 10% |
| VENDREDI | 85 885 € | 108 800 € | 96 180 € | 67 490 € | 75 360 € | - 22% |
| SAMEDI | 69 303 € | 95 346 € | 101 822 € | 68 970 € | 62 860 € | - 38% |
| DIMANCHE | | | | | | |

| | | | | | | |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| TOTAL | 700 098 € | 801 707 € | 675 329 € | 696 320 € | 650 947 € | |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|

| | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| CA Potentiel € | 1 320 690 € | 1 834 450 € | 1 771 710 € | 1 308 230 € | 1 438 040 € | |
| Sell Through = % des ventes réalisées | 53% | 44% | 38% | 53% | 45% | |

| | | | |
|-----------|----------|-------------------|---------|
| EVOLUTION | Été 2022 | vs. Été 2021 | - 3,61% |
| | Été 2022 | vs. Hiver 2022 | - 6,52% |

NOMBRE DE PIÈCES VENDUES

PIECES VENDUES

| | Été 2018 | Été 2019 | Été 2021 | Hiver 2021/2022 | Été 2022 | Vs. Été 2021 |
|----------|----------|----------|----------|--------------------|----------|-----------------|
| LUNDI | | | | | | |
| MARDI | | | | | | |
| MERCREDI | 2 191 | 2 388 | 2 005 | 2 446 | 2 343 | 17% |
| JEUDI | 1 028 | 1 200 | 896 | 999 | 1 062 | 19% |
| VENDREDI | 506 | 705 | 579 | 422 | 497 | - 14% |
| SAMEDI | 424 | 658 | 709 | 433 | 423 | - 40% |
| DIMANCHE | | | | | | |

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
| TOTAL | 4 149 | 4 951 | 4 189 | 4 300 | 4 325 | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|

| | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--|
| Livrées | 9560 | 8187 | 9994 | 9761 | 7824 | |
| Sell Through = % des ventes réalisées | 43% | 60% | 42% | 44% | 55% | |
| Prix Moyen | 169 € | 162 € | 161 € | 162 € | 151 € | |

ANALYSE DU FLUX

TRANSFORMATION DES VISITEURS EN CLIENTS

| | Été 2018 | Été 2019 | Été 2021 | Hiver 2021/2022 | Été 2022 | Vs. Été 2021 |
|----------|----------|----------|----------|-----------------|----------|--------------|
| LUNDI | | | | | | |
| MARDI | | | | | | |
| MERCREDI | 81% | 91% | 91% | 72% | 72% | - 21% |
| JEUDI | 59% | 66% | 70% | 51% | 66% | - 6% |
| VENDREDI | 49% | 57% | 69% | 44% | 72% | 4% |
| SAMEDI | 43% | 48% | 53% | 40% | 57% | 8% |
| DIMANCHE | | | | | | |

| | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
| MOYENNE | 58% | 66% | 71% | 52% | 67% |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|

| | | | |
|-----------|----------|---------------------|---------|
| EVOLUTION | Été 2022 | vs. Été 2021 | - 5,65% |
| | Été 2022 | vs. Hiver 2021/2022 | 28,99% |

ZOOM SUR LES PANIERS MOYENS

PANIER MOYEN EN VALEUR

| | Été 2018 | Été 2019 | Été 2021 | Hiver 2021/2022 | Été 2022 | Vs. Été 2021 |
|----------|----------|----------|----------|-----------------|----------|--------------|
| LUNDI | | | | | | |
| MARDI | | | | | | |
| MERCREDI | 399 € | 397 € | 402 € | 402 € | 358 € | - 11% |
| JEUDI | 284 € | 310 € | 302 € | 286 € | 280 € | - 7% |
| VENDREDI | 311 € | 299 € | 273 € | 278 € | 249 € | - 9% |
| SAMEDI | 260 € | 320 € | 325 € | 257 € | 260 € | - 20% |
| DIMANCHE | | | | | | |

| | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| MOYENNE | 314 € | 332 € | 326 € | 306 € | 287 € |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|

| | | | |
|-----------|----------|---------------------|----------|
| EVOLUTION | Été 2022 | vs. Été 2021 | - 11,90% |
| | Été 2022 | vs. Hiver 2021/2022 | - 6,21% |

PANIER MOYEN EN QUANTITE

| | Été 2018 | Été 2019 | Été 2021 | Hiver 2021/2022 | Été 2022 | Vs. Été 2021 |
|----------|----------|----------|----------|-----------------|----------|--------------|
| LUNDI | | | | | | |
| MARDI | | | | | | |
| MERCREDI | 2,35 | 2,38 | 2,44 | 2,50 | 2,39 | - 2% |
| JEUDI | 1,69 | 1,87 | 1,85 | 1,72 | 1,84 | - 1% |
| VENDREDI | 1,83 | 1,94 | 1,64 | 1,74 | 1,64 | 0% |
| SAMEDI | 1,59 | 2,21 | 2,27 | 1,62 | 1,75 | - 23% |
| DIMANCHE | | | | | | |

| | | | | | |
|---------|------|------|------|------|------|
| MOYENNE | 1,87 | 2,10 | 2,05 | 1,90 | 1,91 |
|---------|------|------|------|------|------|

Source : Document interne

DOCUMENT 10 : FACTURE

SUBTELUXE

71 place des Vosges
75004 Paris (Paris)
FR France
FR52481656585

Facture n°2017684

Références bancaires

ARLETTIE Trocadero
17 Avenue Raymond Poincare
75116 Paris
FR71 394 811 382

Nom du compte SUBTELUXE
Banque : - Société Générale
Numéro de compte - NC
IBAN - NC
BIC - NC

Date de facture: 26/06/2022

| | |
|---|------------|
| Facture pour l'organisation d'une vente - Juin 2022 | 542 455.83 |
|---|------------|

| | |
|---|--------------|
| Commission (EUR200k à 37,5%, 15% au-delà) | 126 368,37 € |
| Montant dû | 416 087,46 € |
| TVA 20% | 83 217,49 € |
| Montant total | 499 304,95 € |

Source : Document interne

DOCUMENT 11 : PROFIT & LOSS

Profit & Loss : Façon de modéliser un projet ou une affaire donnée afin de faire apparaître la marge qui peut être récupérée.

| 2022 | ARLETTIE | 1,2 | 1,000 | | DELTA |
|---|----------|----------------|-----------------|----------------|----------------|
| | | BUDGET | REEL PAR MARQUE | | |
| | | S | S24 | | |
| Marques | | SUBTELUXE | SUBTELUXE | TOTAL | |
| En Euros | | | | | |
| Chiffres d'affaires TTC | | 614 663 | 650 947 | 650 947 | |
| Total Chiffre d'affaires | | 512 219 | 542 456 | 542 456 | 30 237 |
| Chiffres d'affaires sur vente marchandises TTC | | 600 000 | 650 947 | 650 947 | 50 947 |
| Chiffre d'affaires sur vente | | 500 000 | 542 456 | 542 456 | 42 456 |
| Achats | | 367 500 | 416 087 | 416 087 | 48 587 |
| Achats sur vente | | 367 500 | 416 087 | 416 087 | 48 587 |
| Démarque Inconnue | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Marge brute sur vente | | 132 500 | 126 368 | 126 368 | -6 132 |
| Taux de MB s/vente (en %) | | 26,5% | 23,3% | 23,3% | |
| Charges directes | | 23 405 | 24 281 | 24 281 | 876 |
| Marketing | | 2 389 | 2 389 | 2 389 | 0 |
| Programme Membres/VIP | | 1 683 | 1 683 | 1 683 | 0 |
| Specimens marques | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| SMS | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Facebook | | 48 | 48 | 48 | 0 |
| Frais de shooting | | 658 | 658 | 658 | 0 |
| Marketing base / location | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Phoning (CDD, tel) | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cocktail | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Frais sur CB | | 2 016 | 2 016 | 2 016 | 0 |
| Achats / Fournitures | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Locations de salles | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Location de matériel / Achats | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Transporteur / Logistique | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Charges de personnel (hors CDI) | | 19 000 | 19 876 | 19 876 | 876 |
| CDD | | 12 500 | 13 140 | 13 140 | 640 |
| Interim | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Stagiaire | | 0 | 2 044 | 2 044 | 2 044 |
| Autre RH | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Securité protectim | | 3 500 | 4 692 | 4 692 | 1 192 |
| Apporteur d'affaires | | 3 000 | 0 | 0 | -3 000 |
| Marge des ventes sur coûts directs | | 109 095 | 102 088 | 102 088 | -7 008 |
| en % des ventes | | 21,8% | 18,8% | 18,8% | |
| Chiffres d'affaires sur vente cartes TTC | | 14 663 | 0 | 0 | |
| Chiffre d'affaires sur cartes membres | | 12 219 | 0 | 0 | -12 219 |
| Chiffre d'affaires Cartes Membres | | | | | 0 |
| Chiffre d'affaires Cartes VIP | | | | | 0 |
| Charges Directes | | 1 257 | 0 | 0 | -1 257 |
| Coût cartes / adhésions | | 250 | 0 | 0 | -250 |
| Frais marketing | | 260 | 0 | 0 | -260 |
| Frais bancaires | | 73 | 0 | 0 | -73 |
| Charges de personnel | | 674 | 0 | 0 | -674 |
| Marge des Cartes Membres sur coûts directs | | 10 961 | 0 | 0 | -10 961 |
| en % des ventes | | | | | |
| Autres Produits | | 600 | 0 | 0 | -600 |
| Chiffre d'affaires location base arlettie | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Location de parking | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Commission sur détaxe | | 600 | 0 | 0 | -600 |
| Marge Globale s/ coûts directs | | 120 657 | 102 088 | 102 088 | -18 569 |
| Taux de marge sur coûts directs | | 23,6% | 18,8% | | 0 |
| Quote part de Frais Fixes | | 101365 | 101 365 | 101 365 | 0 |
| EBITDA Global | | 19 292 | 723 | 723 | -18 569 |
| EBITDA Vente (hors cartes + autres produits) | | 7 730 | 723 | 723 | -7 008 |
| Marge d'EBITDA | | 1,5% | 0,1% | 0,1% | |

Source : Document Interne et auteurs

DOCUMENT 12 : COMPRENDRE LE CALCUL DE L'EBITDA

EBITDA : Définition d'un indicateur de rentabilité d'entreprise

Le sigle EBITDA signifie en anglais Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization. Il s'agit d'un indicateur financier américain qui vient mesurer la rentabilité financière du cycle d'exploitation d'une entreprise, autrement dit de son processus de production. C'est un excellent outil dans le domaine de la gestion des entreprises. Il se rapproche en cela approximativement du EBE, soit Excédent Brut d'Exploitation. Il possède en français sa traduction sous la forme du sigle BAIIA, soit Bénéfice Avant Intérêts, Impôts, Dépréciation et Amortissement.

Comprendre l'utilité de l'EBITDA

Indicateur financier américain, l'EBITDA correspond au bénéfice effectué par une société avant la soustraction des intérêts, des impôts, taxes, dotations aux amortissements et provisions sur immobilisation.

Parce qu'il est à rapprocher avec l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE), l'EBITDA indique le degré de création de richesse et le profit dégagé par une société de manière indépendante à sa politique de financement, soit ses charges d'intérêts, d'investissement, ses amortissements et ses contraintes fiscales. Parce que l'EBITDA ne prend pas en compte ces différents paramètres, il permet de savoir si une entreprise est rentable mais pas si elle est bénéficiaire.

A propos de l'EBE et de ses différences avec l'EBITDA

L'Excédent Brut d'Exploitation (EBE), également appelé bénéfice brut d'exploitation, est l'indicateur de la ressource d'exploitation dégagée par une entreprise au cours d'une période d'activité. Grâce à lui, une société peut opposer son CA HT et les frais qu'elle a engagés pour produire ses services et ses biens. Contrairement à l'EBITDA, son calcul ne tient pas compte des provisions d'exploitation.

Méthodes de calcul de l'EBITDA

L'EBITDA se calcule à partir des informations qui proviennent du compte de résultat. Il existe deux manières de le calculer, l'une à partir du chiffre d'affaires :

$EBITDA = CA \text{ hors taxes} - \text{achats} - \text{charges externes} - \text{charges de personnel} - \text{autres charges}$

L'autre, à partir du résultat net comptable :

$EBITDA = \text{Résultat net comptable} + \text{charges d'intérêts} + \text{charges d'impôts et taxes} + \text{dotations aux amortissements et provisions}$

En voici un exemple sur le modèle de la méthode de calcul à partir du CA :

Chiffre d'affaires : 2 500 000€

Achats -600 000€

Charges externes -75 000€

Charges de personnel -20 000€

Autres charges d'exploitation -15 000€

EBITDA = 1 790 000€

Source : <https://www.sage.com/>

DOCUMENT 13 : OUTILS COLLABORATIFS ARLETTIE

Trois outils sont utilisés au sein de l'entreprise ARLETTIE entre les différents collaborateurs.

OUTIL N°1 : SLACK

Une plateforme pour communiquer avec votre équipe et réaliser vos tâches

Les fonctionnalités de Slack travaillent ensemble pour vous permettre d'en faire de même.

Faciliter la collaboration

Coordonnez vos efforts et prenez des décisions plus rapidement en regroupant tous vos flux de communication sur une même plateforme.



Canaux

Organisez et ciblez vos activités en regroupant les conversations, les fichiers, les outils et les personnes dans des espaces spécifiques.



Slack Connect

Collaborez avec des équipes externes à votre entreprise comme vous le faites avec vos propres équipes.



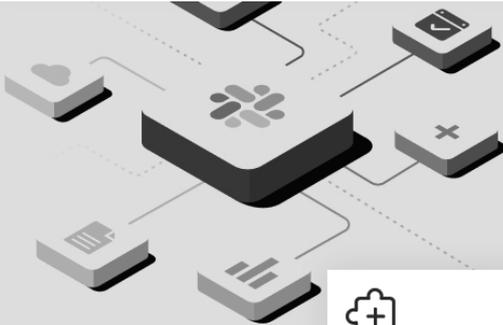
Messagerie



Accessibilité



Appels d'équipe et clips



Tout ce dont vous avez besoin, quand vous en avez besoin

Ne perdez plus votre temps à passer d'un onglet à l'autre ! Dans Slack, tous vos outils sont à portée de main et vos messages stockés dans des archives consultables.



Applications et intégrations

Simplifiez vos tâches quotidiennes en connectant Slack à plus de 2 200 services tels que Google Drive, Office 365 et bien d'autres.



Générateur de flux de travail

Créez un flux de travail pour les tâches et les communications répétitives afin de vous consacrer exclusivement aux tâches non automatisables.



Recherche



Partage de fichiers



Pour les équipes de toutes tailles

Slack favorise la collaboration grâce à des canaux en nombre illimité qui reflètent la façon dont fonctionne votre entreprise.



Sécurité

Slack protège toutes les couches de vos données.

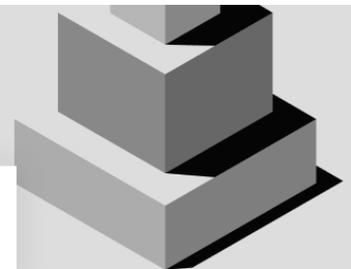


Gestion des clés de chiffrement en entreprise

Optimisez le contrôle et la visibilité de l'accès à vos données dans Slack en utilisant vos propres clés de chiffrement.



Slack pour les entreprises



Source : <https://slack.com/intl/fr-fr/features>

OUTIL N° 2 DROPBOX

Qu'est-ce que Dropbox ?

Dropbox est l'emplacement centralisé des contenus de votre équipe. Là où vous pouvez utiliser vos outils préférés. Là où vous pouvez vous concentrer sur ce qui compte le plus.

Concentrez-vous sur ce qui compte vraiment

Contenus dispersés, interruptions permanentes, difficultés de coordination : une manière plus intelligente de travailler existe. Dropbox vous aide à vous organiser et à collaborer en toute sécurité avec votre équipe.

Organisez-vous

Regroupez vos fichiers traditionnels, votre contenu cloud, vos documents Dropbox Paper et vos raccourcis Web au même endroit pour mieux vous organiser et travailler plus efficacement.

Stockez et consultez vos fichiers où que vous soyez

Stockez vos fichiers dans un espace sécurisé, accessible depuis votre ordinateur, votre téléphone ou votre tablette. Sauvegardez les dossiers importants comme votre "Bureau". Toute modification est synchronisée avec votre compte.

Rassemblez tous vos contenus

Créez et modifiez vos fichiers professionnels, y compris le contenu cloud et les documents Microsoft Office, directement dans Dropbox pour ne plus perdre de temps à naviguer entre les applications ou à rechercher des fichiers.

Travaillez plus efficacement depuis votre bureau

Notre application de bureau avec ses suggestions de contenu intelligentes vous permet de naviguer entre vos équipes, contenus et outils depuis la même interface.

Collaborez avec votre équipe

Faites avancer vos projets en mettant votre équipe sur la même longueur d'onde et en restant connecté à vos outils préférés, y compris Slack et Zoom, sans jamais quitter Dropbox.

Restez informé

Restez informé de l'avancée des projets et des tâches ajoutées aux descriptions, et consultez l'activité récente de votre équipe qui s'affiche aux côtés de vos fichiers professionnels.

Connectez vos outils à Dropbox

Ne perdez plus de temps à chercher vos fichiers et à naviguer entre les applications. Connectez vos outils préférés : Slack, Zoom, HelloSign et d'autres intégrations Dropbox.

Dropbox Paper met toute l'équipe sur la même longueur d'onde

Avec Paper, le document collaboratif de votre équipe, créez facilement du contenu et organisez vos projets à l'aide de plannings, listes de tâches et tableaux.

Misez sur la sécurité

Que ce soit chez vous, au bureau ou en déplacement, Dropbox conserve vos fichiers personnels et professionnels en lieu sûr et vous offre les outils nécessaires pour protéger les fichiers que vous partagez.

Source : <https://www.dropbox.com/fr/features>

OUTIL N° 3 TEAMS

Formule Microsoft 365 Business Standard

10,50 € HT

Microsoft 365 Business Standard 10,50 € HT

Utilisateur/mois (abonnement annuel – renouvellement automatique)

La T.V.A. n'est pas comprise dans le prix

- Vos données sont hébergées et sécurisées dans des datacenters Microsoft situés en France, ceci en conformité avec le RGPD Européen (Règlement Général sur la Protection des Données).

Toutes les fonctionnalités de Microsoft 365 Business Basic :

- Enregistrement et transcription des réunions d'équipe
- Versions web et mobiles des logiciels Office
- Espace de stockage en ligne étendu de 1 To par utilisateur
- Service de messagerie professionnel
- Sécurité standard

Plus :

- Versions de bureau des applications Office avec des fonctionnalités premium
- Organisation de webinaires
- Inscription des participants et outils de création de rapports
- Gérez les rendez-vous avec vos clients

Source : <https://www.microsoft.com/fr-fr/microsoft-teams/>

DOCUMENT 14 : REPORTING SUBTELUXE ON LINE

Campagne emailing vente en ligne Octobre 2022

| | EMAIL TEASER Subteluxe – 04-05/10/22 à 13H | | | | EMAIL LANCEMENT Subteluxe 07-08/10/22 à 07H ou 13H | | | | EMAIL RELANCE Subteluxe 09/10/22 à 13H ou 18H | | | | |
|---------|---|----------|-----|-----------|---|----------|-----|-----------|--|----------|-----|-----------|-----|
| | Envoi | Ouvreurs | % | Cliqueurs | Envoi | Ouvreurs | % | Cliqueurs | Envoi | Ouvreurs | % | Cliqueurs | % |
| VIP | 2 059 | 1 286 | 62% | 310 | 1 975 | 1 401 | 71% | 986 | 480 | 151 | 31% | 63 | 13% |
| Membre | 10 897 | 6 791 | 62% | 1 615 | 10 861 | 7 163 | 66% | 4 435 | 4 295 | 1 261 | 29% | 435 | 10% |
| Invités | 30 791 | 16 818 | 55% | 2 145 | 30 692 | 17 801 | 58% | 9 212 | 15 844 | 5 008 | 32% | 1 380 | 9% |

Rappel Campagne emailing vente en ligne Octobre 2021

| | EMAIL TEASER Subteluxe – 12-13/10/21 à 13H | | | | EMAIL LANCEMENT Subteluxe – 14-15/10/21 à 7H | | | |
|--------|---|----------|-----|-----------|---|----------|-----|-----------|
| | Envoi | Ouvreurs | % | Cliqueurs | Envoi | Ouvreurs | % | Cliqueurs |
| VIP | 1 238 | 797 | 64% | 300 | 1 401 | 982 | 70% | 827 |
| Membre | 9 031 | 4 734 | 52% | 1 838 | 9 127 | 5 311 | 58% | 3 951 |
| | | | | | | | | |

Source : Document interne

DOCUMENT 15 : LA TRÉSORERIE EN ENTREPRISE : DÉFINITION ET IMPORTANCE ? **COMMENT SAVOIR COMBIEN IL FAUT ?**

Dans le domaine de l'entreprise, il est toujours essentiel de garder un œil sur tout ce qui est économique et financier. Pour cela, une comptabilité claire et transparente est primordiale. Cela permet d'obtenir plus facilement des informations importantes pour planifier l'orientation future de votre entreprise. Considérer votre trésorerie en fait partie. C'est un indicateur important. Mais à quoi correspond exactement la trésorerie de votre entreprise et quelle est son importance ? Quel est le montant idéal dont il faut disposer ?

La trésorerie comme l'essence dans une voiture

La trésorerie est le carburant qui fait avancer votre entreprise. Et comme toutes les voitures ne sont pas identiques, les entreprises ne le sont pas non plus. Certaines n'ont besoin que peu de carburant, d'autres beaucoup plus. En d'autres termes, certaines auront un grand besoin en trésorerie quand d'autres s'en satisferont d'une beaucoup plus petite. Comme le carburant, la trésorerie est très concrète. Elle doit s'envisager dans la réalité et non au travers de documents financiers. Car parfois sur le papier, l'entreprise est riche de ses activités mais en réalité, les liquidités dans les caisses ne sont pas si élevées que cela. De même, il est essentiel que des liquidités soient disponibles sur le compte en banque d'une entreprise, mais il est également primordial d'avoir des ressources financières stables et disponibles pour engager des frais nécessaires à l'activité le moment venu.

Qu'est-ce que la trésorerie en entreprise ?

La trésorerie est l'argent disponible en entreprise. Elle se mesure en faisant la différence des entrées et des sorties. La trésorerie fournit des informations sur la capacité de l'entreprise à payer ses dettes. Il s'agit donc d'une information indispensable pour comprendre l'état de l'entreprise. C'est un bon outil pour mesurer le niveau de liquidité d'une entreprise. La trésorerie est un concept en lien direct avec celui de solvabilité. La différence entre les produits et les charges, c'est-à-dire le résultat de la soustraction des dépenses engagées par l'entreprise de ses produits, représente sa trésorerie. Celle-ci est cruciale pour la survie de votre entité, puisqu'elle fournit des informations très importantes sur votre entreprise. Votre trésorerie indique tout simplement si votre entreprise est dans une situation financière saine. En ce sens, la trésorerie mesure votre solvabilité. Si une entreprise ou un particulier ne dispose pas de suffisamment de liquidités pour soutenir son activité, on dit qu'il est insolvable. Être insolvable pendant une longue période peut conduire à la faillite et à la fermeture de votre entreprise.

Une trésorerie positive ou négative ?

La trésorerie n'est pas qu'un montant d'argent disponible sur le compte bancaire de votre entreprise. C'est une ressource financière globale. Bon nombre d'opérations de gestion sont à effectuer au quotidien lorsque l'on dirige une entreprise : acheter des matières premières pour pouvoir produire, communiquer sur ses produits afin de mieux vendre, livrer ses produits, rémunérer ses collaborateurs, etc. La trésorerie permet donc de faire face à ce cycle d'exploitation. Avant même de facturer ou d'encaisser, il faut pouvoir déboursier pour toutes les actions précédemment citées.

Si vous avez un flux de trésorerie net positif, cela signifie que vos revenus ont été supérieurs à vos dépenses. À l'inverse, un flux de trésorerie négatif signifie que vous avez dépensé plus que ce que vous avez gagné. Quand votre trésorerie est positive, cela indique que les actifs courants de votre entreprise augmentent, ce qui lui permet de rembourser ses dettes, de réinvestir dans son activité, de rendre de l'argent aux actionnaires, de payer ses dépenses et de se constituer une réserve pour faire face à de futurs défis financiers. À l'inverse, quand votre trésorerie est négative, cela montre que les actifs courants de l'entreprise diminuent. Il est toujours dans votre intérêt d'avoir une trésorerie positive car vous aurez plus de personnes potentiellement intéressées pour acheter tout ou partie de votre entreprise, plus de banques prêtes à vous accorder un crédit si vous en avez besoin et plus de créanciers prêts à vous avancer des marchandises.

Pourquoi le concept de trésorerie est-il si important ?

À l'heure de la mondialisation et de la mise en réseau, des chiffres clés significatifs comme le montant de votre trésorerie sont nécessaires pour évaluer votre entreprise. Votre trésorerie peut être utilisée, par exemple, par des investisseurs pour analyser la situation de votre entreprise et indiquer combien d'argent votre entreprise dispose pour investir, rembourser ses dettes et distribuer des bénéfices. Le montant de votre trésorerie permet également de savoir si votre entreprise est menacée d'insolvabilité. Il s'agit donc d'un indicateur pratique de la santé financière de votre entreprise. En

résumé, la trésorerie est une donnée importante de la vie économique de votre entreprise et elle permet d'analyser sa rentabilité, sa capacité d'investissement et sa capacité d'endettement.

Comment prévoir son besoin en trésorerie ?

Tout dépend de votre niveau de vente. Car beaucoup vendre demande beaucoup de trésorerie. Le développement de votre chiffre d'affaires a forcément un impact sur votre trésorerie. Car le temps d'encaisser certains produits ou prestations, il vous faudra tout de même disposer des ressources pour développer votre activité. Pour développer une entreprise, il faut acheter des matières premières ou s'équiper davantage ou recruter de la main d'œuvre et cela a un coût. Vous pouvez donc vous retrouver dans une situation inconfortable : des ventes ou prestations de plus en plus nombreuses avec une trésorerie insuffisante. Pour estimer au mieux sa trésorerie, il est nécessaire d'anticiper ses besoins. Il est commun d'admettre que la trésorerie correspond à la différence entre fonds de roulement et besoin en fonds de roulement.

Une entreprise peut-elle avoir trop de trésorerie ?

Une entreprise peut-elle réellement avoir trop de trésorerie ? À première vue, il est logique que les investisseurs recherchent des entreprises ayant beaucoup de liquidités. Puisqu'en général une grande réserve d'argent indique une bonne performance de l'entreprise. Mais il peut y avoir de mauvaises raisons pour qu'une entreprise ait une « trop grande » trésorerie. L'argent entre facilement et l'entrepreneur ou la direction ne sait même pas, ni ne trouve le temps de comment l'utiliser. Les investisseurs potentiels peuvent se demander pourquoi l'argent n'est pas utilisé. Les liquidités peuvent être là parce que la direction n'a plus d'opportunités d'investissement ou qu'elle est trop peu efficace et ne sait pas quoi faire avec l'argent.

Source : www.lemagdelentreprise.com