

ODG N° 09 : QUELLE PRISE EN COMPTE DU TEMPS DANS LA GESTION DE L'ORGANISATION?

Chapitre 06 PREVOIR L'ACTIVITE ?

Notions

- Veille informationnelle,
- Prospective en matière d'activités : enquête, budget, seuil de rentabilité

Contexte et finalités

Expliquer en quoi le temps est source d'incertitude.
Utiliser des données prospectives pour repérer l'incidence d'une évolution de l'activité d'une organisation sur son résultat (seuil de rentabilité).

Objectifs

- ⇒ Mener une veille informationnelle.
- ⇒ Établir, estimer et analyser un résultat prévisionnel
- ⇒ Distinguer charges fixes et charges variables
- ⇒ Établir et interpréter un compte de résultat différentiel (Résultat différentiel)
- ⇒ Calculer et réaliser un seuil de rentabilité
- ⇒ Mesurer l'incertitude liée au temps (calcul du point mort, de la marge de sécurité et de l'indice de sécurité).

Plan du chapitre

- I. La veille informationnelle
- II. Le résultat prévisionnel
- III. Le seuil de rentabilité
- IV. L'incertitude liée au temps

MISE EN BOUCHE :

Julien Voiriot est passionné de canoë-kayak et adhérent du CCKI (Club Canoë-Kayak Islois) depuis son plus jeune âge. Son épouse Macha, professeur d'EPS, pratique beaucoup de randonnées et balades à vélo, et connaît dans ses moindres recoins leur jolie région du Vaucluse. Le couple a aujourd'hui l'opportunité de louer des locaux sur un terrain à Fontaine-de-Vaucluse. Ce terrain est idéalement placé sur les bords de la Sorgue : il serait le point de départ parfait pour proposer aux passionnés et aux nombreux touristes des promenades de loisir, des parcours sportifs et des descentes de la Sorgue en canoë-kayak.

1) En quoi consiste le projet de Julien et Macha ?

Ils projettent de créer une entreprise: dans le secteur des loisirs, ils proposeraient aux habitants et touristes du Vaucluse, de pratique du canoë et des balades.

2) Quels sont, selon vous, les risques qu'ils courent en se lançant dans cette activité ?

La rentabilité de leur activité dépend du nombre de client qu'ils arriveront à convaincre. S'ils n'ont pas un CA suffisant pour couvrir les frais liée à cette activité, ils risquent de perdre de l'argent.

I. LA VEILLE INFORMTIONNELLE

INTRODUCTION

LES 4 PHASES DE DEVELOPPEMENT D'UN PRODUIT OU D'UN MARCHÉ.

Le cycle de vie de produit illustre les étapes de la vie d'un produit. Ce cycle de vie est souvent lié à celui d'un marché. Les 4 étapes sont plus ou moins longue (selon les type de produits).

Les 4 phases sont :

- 1. phase de lancement (mise du produit sur le marché)**
- 2. phase de croissance (grande présence du produit sur le marché)**
- 3. phase de maturité (stagnation de ventes, forte concurrence)**
- 4. phase de déclin (forte baisse des ventes, apparition de produit de substitution)**

A noter qu'une avant la phase 1 du lancement on peut avoir une phase de recherche et développement.

De nombreuses sources d'information peuvent aider les responsables d'entreprise ou les commerciaux à construire des prévisions de chiffre d'affaires : le site Internet « Les bilans gratuits » peut renseigner sur les commerces concurrents (bilans, comptes de résultat, analyses...), les centres de gestion agréés (associations dont la vocation est d'apporter de l'assistance en gestion à leurs membres) peuvent fournir des données statistiques sur une profession donnée (location de vélo, développement de nouveaux loisirs...), les chambres de commerce et d'industrie peuvent fournir des estimations de fréquentation d'une zone géographique (statistique sur le nombre de passages, fluctuations saisonnières...).

« Une veille informationnelle est l'ensemble des stratégies mises en place pour rester informé, en y consacrant le moins de temps possible et en utilisant des processus de signalement automatisés. » (J.P. Lardy)

Document 1 : Le développement des activités sportives

Une grande partie des dépenses des ménages pour les loisirs extérieurs est consacrée aux activités sportives, selon l'Insee. Les loisirs en plein air ont la cote auprès des Français. Selon une récente étude de l'Insee, les dépenses des consommateurs dans les activités de plein air ont bondi durant ces dernières décennies. [...] Sur l'ensemble des loisirs de plein air, les dépenses liées au sport augmentent à un rythme relativement soutenu (+ 8,2 % par an). [Elles] ont quasiment doublé, passant de 5,8 milliards en 2000 à 10,5 milliards en 2015.

<https://www.latribune.fr/economie/france/les-depenses-de-loisirs-de-plein-air-des-francais-explosent-749469.html>

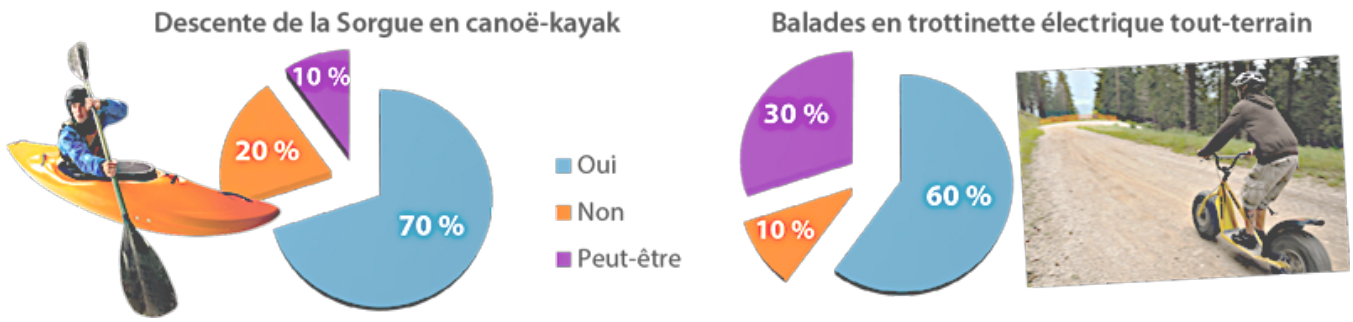
Document 2 : Les nouveaux loisirs en Provence

La trottinette électrique tout-terrain Accessible à tous, ludique, silencieuse, respectueuse de l'environnement, la trottinette électrique tout-terrain vous enchantera par sa facilité d'utilisation et par les sensations qu'elle procure ! Partez pour un [long] tour de piste ou optez pour une balade d'une heure [...] avec option touristique, panoramique, pour débutants, pour familles, sportive et à sensation pour les amateurs de glisse, de pilotage et de vitesse. Des pauses commentaires touristiques sont prévues pour ceux qui souhaitent un complément culturel à leur balade.

<http://www.ventouxprovence.fr/reportages/activites-en-famille/electrique-et-ludique.html>

Document 3 : Extraits des résultats d'une enquête réalisée par un cabinet conseil

Q3. Seriez-vous intéressé(e) par les activités suivantes au cours de votre séjour ?



Document 4 : Chiffre d'affaires prévisionnel en vitesse de croisière

Périodes		Nombre de mois	Nombre de jours	Nombre de clients /jour	Nombre de clients /saison	Prix moyen de l'attraction	Prix moyen du goûter
Haute saison	Avril à octobre	7 mois	210 Jours	30	6 300	20 €	8 €
Basse saison	Novembre à mars	5 mois	150 Jours	5	750	20 €	8 €
Total		12 mois	360 Jours		7 050	20 €	8 €

3) En développant une activité en lien avec les loisirs sportifs, Julien et Macha sont-ils sur un marché en phase de croissance ou de maturité ? Justifiez.

Le marché des loisirs a du succès depuis plusieurs années. Il n'est donc plus en phase de lancement. Les dépenses des consommateurs sur ce marché augmentent à un rythme soutenu. Ce marché est donc encore en phase de croissance.

4) Quelle conséquence pouvez-vous en tirer par rapport à leur projet ?

La demande des consommateurs continue d'augmenter. On peut donc en déduire qu'il y a des opportunités pour de nouvelles entreprises. C'est un point positif pour le projet.

5) En recherchant des informations sur le développement des activités sportives dans leur région, un nouveau loisir est ressorti. Lequel ?

La trottinette électrique tout terrain est un nouveau moyen de loisir.

- 6) Sachant que le couple souhaite vivre toute l'année de son activité, pourquoi ce nouveau loisir pourrait idéalement compléter la location de canoës ?

L'activité de canoë est saisonnière. En complétant leur offre de location de canoë par des balades en trottinettes électrique, Julien et Macha s'assurent une activité au long de l'année.

- 7) Julien et Macha ont réalisé une enquête pour mesurer l'attente des consommateurs par rapport à une offre canoë/trottinette tout-terrain. Les résultats de l'enquête les confortent-ils dans leur projet ?

Cette enquête montre que 70 % des personnes interrogées sont intéressées par une descente de la Sorgue en canoë-kayak, 60 % par une balade en trottinette électrique. Les résultats de l'enquête peuvent donc les conforter dans leur projet.

- 8) Julien et Macha ont estimé un chiffre d'affaires potentiel pour une année de travail, une fois leur activité connue. Leur rencontre avec des membres de la Chambre de commerce et d'industrie les a bien aidés pour cela. Pourquoi ?

la chambre de commerce et d'industrie fournit des estimations de fréquentations d'une zone géographique (statistiques sur le nombre de passage, fluctuations saisonnières...).

9) Calculez le chiffre d'affaires prévisionnel (espéré) pour une année. Commentez.

Périodes		Nombre de mois	Nombre de jours	Nombre de clients /jour	Nombre de clients /saison	Prix moyen de l'attraction	Prix moyen du goûter	CA prévisionnel
Haute saison	Avril à octobre	7 mois	210 Jours	30	6 300	20 €	8 €	$\text{Nombre de client} \times (\text{prix de l'attraction} + \text{prix du gouter}) =$ $6300 \times (20+8) =$ 176400 €
Basse saison	Novembre à mars	5 mois	150 Jours	5	750	20 €	8 €	$750 \times (20+8) =$ 21000 €
Total		12 mois	360 Jours		7 050	20 €	8	197400 €

- 10) Dans un tableau, listez les différentes sources d'information mobilisées par Julien et Macha. Pour chacune, montrez leur apport dans la préparation du projet.

La presse	Un article de <i>La Tribune</i> a permis de confirmer que le marché des loisirs est encore en phase de croissance. Un article de <i>Ventoux Provence</i> a donné à Julien et Macha l'idée de proposer des balades en trottinette électrique, en complément de l'offre de canoë-kayak. Ceci leur permettra d'avoir une activité sur toute l'année.
Les enquêtes	L'enquête réalisée par un cabinet conseil a permis de mesurer les intentions des consommateurs par rapport au projet et de confirmer que l'offre de canoë et de balade en trottinette devrait rencontrer du succès.
La Chambre de commerce	Les statistiques mises à disposition par la Chambre de commerce ont permis d'estimer le nombre de client par jour, pour les saisons haute et basse, et donc calculer un chiffre d'affaires prévisionnel.

- 11) Selon vous, pourquoi le couple souhaite-t-il rester informé en mettant en place une veille informationnelle automatisée ?

Le marché des loisirs est encore en phase de croissance : Julien et Macha doivent rester attentifs quant à la concurrence, les envies des consommateurs, les produits à la mode...

Cette veille leur permettra d'être réactifs et de s'adapter aux évolutions du marché.