

Durée : 6 heures

Coefficient : 5

## SOCIÉTÉ A.E.D.

### COMPOSITION DU CAS

- Présentation du cas
- Dossier 1 : Gestion de la trésorerie
- Dossier 2 : Communication commerciale
- Dossier 3 : Financement d'investissement

### RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Chaque dossier peut être traité d'une manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l'ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s'imprégner du sujet. Le candidat devra en outre faire preuve de discernement afin de repérer dans les documents annexés l'essentiel de l'accessoire.

L'étude de cas constitue un tout, et à ce titre, elle devra comporter **une introduction et une conclusion générales**.

Enfin, il est rappelé au candidat qu'il ne doit **en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom** dans la copie. En l'absence de précision du sujet, l'assistant de gestion de PME-PMI sera madame, mademoiselle ou monsieur X.

### MATÉRIELS AUTORISÉS

- Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (Circulaire n° 99 186 du 16/11/1999).

- Le plan comptable n'est pas autorisé.

### BARÈME INDICATIF

Dossier 1 : 45 points

Dossier 2 : 25 points

Dossier 3 : 20 points

Introduction/Conclusion : 10 points

*Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme ici retenue pour ce paragraphe*

## LISTE DES ANNEXES

2/17

- ANNEXE 1 : Documentation sur la publicité dans les médias
- ANNEXE 2 : Notes prises lors de l'entretien avec M. METGE
- ANNEXE 3 : Extrait du dossier du client ROUSSEAU
- ANNEXE 4 : Budget de trésorerie (*à rendre avec la copie*)
- ANNEXE 5 : Renseignements concernant la trésorerie de l'entreprise A.E.D.
- ANNEXE 6 : Informations du cabinet comptable
- ANNEXE 7 : Bilan simplifié
- ANNEXE 8 : Fiche d'analyse financière (*à rendre avec la copie*)
- ANNEXE 9 : Offre de prêt de la Banque Populaire du Midi
- ANNEXE 10 : Extrait de table financière

## PRÉSENTATION DU CAS

### **L'ENTREPRISE**

Dénomination : A.E.D. ALARME ELECTRICITE DOMOTIQUE

Forme juridique : SARI. au capital de 8 000 €

Gérant : M. METGE

Associés : 6

Siège social : 21, impasse des Rives 34690 Fabrègues (Près de Montpellier)

Date de création : 1999

Effectif : 2 salariés

Chiffre d'affaires 2001 : 64 760 €

### **SON ACTIVITÉ**

A.E.D. a choisi d'exercer son métier d'électricien dans le créneau très spécialisé de la domotique.

Elle fournit et installe des systèmes d'alarme, des systèmes d'ouverture automatique de portail ou volets roulants, des systèmes d'interphonie et de vidéo-surveillance et des climatiseurs.

L'électricité générale est pour A.E.D. une activité secondaire.

### **SA STRUCTURE**

À l'adresse du siège social se trouvent le service administratif et l'atelier de réparation.

M. METGE, gérant associé, non salarié, assure la prospection et le travail administratif.

M. FALCO, technico-commercial, s'occupe des études, des achats, des installations et du service après vente.

Vous êtes l'assistant de gestion. Vos activités sont nombreuses et diversifiées. Vous travaillez principalement avec M. METGE qui vous confie un certain nombre de missions d'ordre commercial, administratif et comptable.

Vous disposez pour votre travail d'un micro-ordinateur multimédia équipé des logiciels suivants : un texteur, un tableur, un gestionnaire de base de données et un logiciel de PAO.

## SON IMAGE

Soucieuse de développer une image de sérieux, de qualité, de fiabilité et de professionnalisme, A.E.D. fournit et installe uniquement des produits professionnels haut de gamme qu'on ne trouve pas en grande distribution : ARITECH pour les alarmes, CAME pour les automatismes d'ouverture et CARRIER pour les climatiseurs.

La clientèle d'AED est composée de particuliers, d'entreprises et d'administrations.

### DOSSIER 1 : COMMUNICATION COMMERCIALE

A.E.D souhaiterait réaliser de la publicité afin de se faire connaître auprès de futurs clients en tant que spécialiste en installation d'alarme, automatisme d'ouverture, interphonie et climatisation.

Depuis sa création, la société a été très sollicitée par différents professionnels de la communication. Elle se trouve aujourd'hui face à de nombreuses propositions. M. METGE vous remet toute la documentation qu'il a recueillie sur le sujet.

*Établissez un tableau comparatif des médias faisant apparaître les points forts, les points faibles et les principales caractéristiques des offres.*

*Rédigez une annonce à faire paraître dans le média de votre choix.*

### DOSSIER 2 : GESTION DE LA TRÉSORERIE

Comme dans de nombreuses PME, M. METGE est particulièrement attentif à sa situation de trésorerie. Il redoute notamment les problèmes d'impayés. Jusqu'à ce jour, les clients négligents ont réglé leur dette dès la première relance téléphonique qui a lieu quinze jours après la date d'exigibilité.

Au cours d'un entretien avec vous, M. METGE vous a exposé la procédure de relance des impayés qu'il souhaite mettre en place. En effet, il attend de vous que vous réalisiez un schéma. Celui-ci doit permettre de visualiser les actions à réaliser à chaque étape de la procédure en fonction de la réaction des clients.

*Présentez le schéma de l'ensemble de la procédure de relance demandé par M. METGE.*

M. METGE vous a chargé d'effectuer la relance téléphonique. Afin de faciliter votre tâche, vous décidez d'élaborer un guide d'entretien téléphonique. Ce guide doit vous aider à préparer l'appel en envisageant les réponses à apporter aux clients en fonction des raisons qu'ils invoqueront pour justifier leur retard de règlement.

*Établissez le guide d'entretien téléphonique que vous utiliserez lors de cette relance.*

Pour chaque client, l'entreprise tient un dossier qui contient l'ensemble des informations le concernant. M. METGE vous a remis le dossier de M. ROUSSEAU.

*Réalisez la lettre à adresser à M. ROUSSEAU à la date du 15 mai 2002.*

M. METGE est inquiet pour la trésorerie du deuxième semestre 2002 suite au problème rencontré pour l'encaissement de la créance ROUSSEAU. Il a élaboré une partie de ce budget pour cette période et vous demande de le terminer à l'aide des renseignements qu'il vous communique.

*Présentez le budget de trésorerie du deuxième semestre 2002.*

*Précisez quelles seraient les conséquences sur la trésorerie d'une perte définitive et intégrale de la créance ROUSSEAU en juillet 2002 et indiquez quelles solutions vous préconiseriez dans cette éventualité.*

### DOSSIER 3 : FINANCEMENT D'INVESTISSEMENT

Le gérant d'AED souhaite investir dans un nouvel outillage très performant. Après maintes recherches, il estime que cette opération lui reviendrait à 10 000 €. Cela lui semble intéressant, mais il n'est pas sûr de pouvoir le faire sans une analyse préalable de la santé financière de son entreprise.

*Réalisez une analyse financière de l'entreprise pour l'année 2001 en présentant :*

- le bilan fonctionnel schématisé en grandes masses
- le fonds de roulement net global et le besoin en fonds de roulement
- le taux de marge, la rentabilité financière et le ratio d'autonomie financière.

*Précisez le conseil que vous donneriez à M. METGE.*

M. METGE envisage de financer son projet d'investissement par un emprunt de 8 000 €. Son banquier, après quelques négociations, lui propose un prêt de 8 000 € sur dix ans remboursable par annuités constantes au taux annuel de 5,5%.

M. METGE vient de recevoir la proposition de son banquier.

*Vérifiez que les propositions de la banque (montant, taux, durée, modalités) correspondent bien à ce qui a été promis à M. METGE.*

*Rédigez un courrier destiné à la banque de l'entreprise lui donnant votre avis sur la proposition de prêt.*

5/17

# Documentation sur la publicité dans les médias

## ANNEXE 1 a




Proposition de  
prix.

### LES PAGES BLANCHES

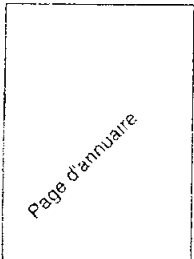
**AED (Alarme Electricité Domotique)**  
21 imp Des Rives  
34690 Fabrègues ..... 04 67 85 26 97


**Annuaire** Hérault 34  
**Parution** décembre 2002  
**Localité** Fabrègues  
Inscription supplémentaire en couleur (IK1T1) 324,72 €  
**Date limite de modification** 23 août 2002

### LES PAGES JAUNES

**AED (Alarme Electricité Domotique)**  
voir annonce page:   
21 imp Des Rives  
34690 Fabrègues  
tél. .... 04 67 85 26 97

**Annuaire** Hérault Est 34  
**Parution** décembre 2002  
**Rubrique** Alarmes et surveillance systèmes (vente, installation)  
**Localité** Fabrègues  
Annonce A0001 sur fond blanc (J2SC) 1 202,82 €  
**Date limite de modification** 23 août 2002



voire annonce  1/16<sup>e</sup> de page

Tarifs pour parutions dans d'autres rubriques

**AED (Alarme Electricité Domotique)**  
Automatisme alarme climatisation  
21 imp Des Rives  
34690 Fabrègues ..... 04 67 85 26 97

**Annuaire** Hérault Est 34  
**Parution** décembre 2002  
**Rubrique** Climatisation (études, installation)  
**Localité** Fabrègues  
Inscription supplémentaire (SD2) (1T1) 72,41 €  
**Date limite de modification** 23 août 2002

**AED (Alarme Electricité Domotique)**  
Alarme automatisme climatisation  
21 imp Des Rives  
34690 Fabrègues ..... 04 67 85 26 97

**Annuaire** Hérault Est 34  
**Parution** décembre 2002  
**Rubrique** Interphone (installation, entretien)  
**Localité** Fabrègues  
Inscription supplémentaire (SD2) (1T1) 72,41 €  
**Date limite de modification** 23 août 2002

**AED (Alarme Electricité Domotique)**  
**Voire logo**  
**Ref: L0001**  
Automatisme alarme climatisation  
Conseil, étude, réalisation  
21 imp Des Rives  
34690 Fabrègues  
tél. 04 67 85 26 97

**Annuaire** Hérault Est 34  
**Parution** décembre 2002  
**Rubrique** Portes automatiques, portes de garage  
**Localité** Fabrègues  
Annonce zoom (LZ2) 560,25 €  
**Date limite de modification** 23 août 2002

Tarif et caractéristiques  
d'une annonce dans la  
rubrique ANNUAIRE du  
Midi Libre

dimension : 1/16<sup>e</sup> de page  
périodicité : 1 jour sur 2

Zone de Chaulardie - Montpellier

coût à l'annonce : 4 478,34€ HT  
tirage : 234 000 ex.

# ANNUAIRE

04.67.07.69.65

## AIDE À DOMICILE



- Travaux ménagers
- Emploi familial
- Aide sociale
- Aide financière
- Livraison d'objets

04.67.20.75.71

## ASSISTANCE DÉCÈS



Pompes funèbres  
Transport de corps Marbronn - Coveaux  
Contrats PREVOYANCE DÉCÈSES  
Ab: 198 96345

11 rue de l'INFPAC  
34000 Montpellier  
SUPERMARCHÉ FUNÉRAIRE  
Rue de Palavas - 34470 LATTES  
fora camping - Orlès  
Nombres de téléphone

04.99.13.65.65

## DÉCAPAGE



Fini la corvée du décapage à la main

Nous protégeons vos fenêtres  
pendant le décapage de vos rebords  
BOIS - MÉTAL  
VOILETS - PORTES  
RADIATEURS - MOULINS  
Une équipe d'ouvriers professionnels

04.67.42.26.65

## DÉCORATION



ARTIUM  
(Peinture - Insecticide - Fongicide)

- Peintures - Traitement des surfaces
- Produits - Vernis - Soléx
- 800 tonnes passives à la resine
- Produits divers
- Mouques

MONTPELLIER - 44, rue Frédéric Bazille  
04.67.64.33.03  
SITE - 44, rue de Bois  
04.67.74.06.32

## DÉCORATION



Merci à la suite de nos 25 ans d'existence nous avons  
UNE GAMME COMPLÈTE  
de produits adaptés à vos besoins et nous les  
DIRECTEMENT SUR LE SITE DE PRODUCTION  
Les prix les plus intéressants. Les commandes de 2000  
litres. Minimum de commande de 10 litres

Tel. 04.67.29.30.76

## DEPANNAGE



Installation et dépannage  
de chauffage et plomberie  
Zinguerie et traitement de l'eau

94, avenue du Port Juvenat  
34000 MONTPELLIER  
04.67.64.88.88

## ÉLECTROMÉNAGER



Le seul vrai spécialiste  
de l'électroménager  
au meilleur prix

- Venir découvrir le nouveau hall  
d'exposition et à votre entière disposition
- Les prix et les conseils de spécialistes professionnels

VENTE AUX PARTICULIERS  
Rue de Palavas - 34470 LATTES  
04.67.50.30.00

Thermor - Bosch - Roblin - General Electric

*Gratuit  
pour les abonnés*



170 000  
exemplaires  
Montpellier



Petites annonces : 04.67.58.34.34

Plus de 04.67.58.34.34 - Fax : 04.67.58.15.27  
4, rue Maguèron - 34000 Montpellier

JUSQU'AU 15 JUILLET

**DESTOCKAGE MASSIF**

de -20% à -40%

Des prix défiant toutes concurrences  
*sur tout le stock marqué d'un point rouge*

GUITARE, AMPLI, SYNTHETISEUR, CLAVIER, BASSE, BATTERIE  
PIANO NUMERIQUE, HIGH TECH, SONO, MULTI EFFETS, etc...

**TROC MUSIC**

16, rue de la Méditerranée  
MONTPELLIER 04 67 20 21 71

**PHASE HABITAT**

**COMPTOIR des MENUISERIES**

57, Rue de la Jasse  
ZAC Fréjorgues-Est MAUGUIO

**04 67 15 36 85**

OUVERT de 9h à 12h et de 14h à 20h  
et le Samedi **NON-STOP**  
de 10h à 18h

*Dimension de 1/16<sup>e</sup> de page.  
Lancement*

*coût 338,44€ HT pour 1 semaine (52 numéros/an)*

*Remise 31% + 10% pour 1 parution annuelle*

*Place de Chalandrie Grand Montpellier (environ 10km)*



1 Stéphane Deimas  
« Le même support peut être particulièrement adapté pour développer la notoriété de son entreprise et ne pas convenir à une communication commerciale »



1 Michel Gibron  
« C'est dans le support on ne peut on de message. Il faut exploiter puis présenter l'offre et l'offre est la clé »



Marc Peresse  
« Les médias ont été le support de proximité qui leur offre l'assise à la fois la notoriété de l'entreprise et un total commercial »



## interview de Philippe Larroque\*

# Le plus court chemin vers une vraie politique de communication

Les médias de proximité n'ont jamais vraiment attiré l'attention des grands annonceurs et des organismes d'études. On dispose de trop de données statistiques pour se contenter d'une mise au point descriptive de la chaîne de récepteur de supports. Mais cela ne veut pas dire qu'ils ne sont bénéfiques. Au-delà de :

### Estimation immédiate

Comme leur nom l'indique, les supports de proximité sont proches de leur cible comme de leurs annonceurs et proposent à l'entreprise impactés, sur les marchés locaux, un retour immédiat pour un tarif

accessible à tous. Autre avantage : l'estimation directe du retour sur investissement. Une annonce efficace génère immédiatement une augmentation de trafic. »

### Rôle pédagogique

« L'un des médias de proximité ne se limite pas aux aspects commerciaux. En effet, des supports ont également un rôle pédagogique auprès des consommateurs. Pour nombre d'annonceurs et de responsables de PME, annoncer après l'annuaire (ou gratuits) sur la presse régionale constitue un premier pas vers une communication à la construction. »

### Développement de l'offre

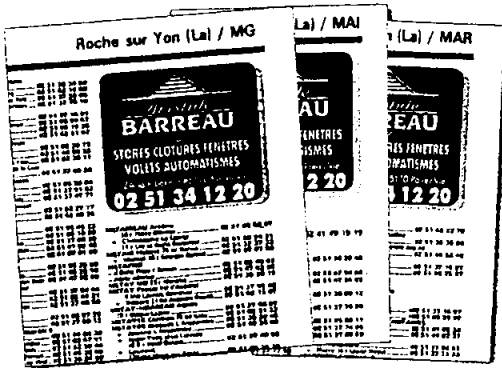
« Même si la grande période de croissance des médias locaux est derrière nous, on assiste aujourd'hui à un développement important de l'offre. De la simple annonce au support interactif, les clients ont le choix des armes dans une véritable gamme de services. Même si, dans la plupart des cas, les messages ne font pas référence à un produit, il existe, à la meilleure qualité des supports et la multiplication des produits conduisant les annonceurs à construire, à terme, des notions de communication de plus en plus élaborées. »

\* Philippe Larroque est directeur général de l'agence de communication et de publicité



## Publicité locale

# Le réflexe Pages Blanches



« L'agence de Nantes m'a proposé cet espace publicitaire dès sa création en 1997 et j'ai immédiatement souscrit. Le concept est original et m'a plu dès le départ. C'est une publicité de notoriété qui fonctionne à long terme. En tant que distributeur et poseur de clôtures, stores et fermetures automatiques, je me suis rendu compte que cette publicité étendait considérablement mon champ de clientèle notamment auprès des particuliers. »

M. Aristide Barreau, chef d'entreprise de la SARL Barreau (14 millions de CA) (\*), à Poiré-sur-Vie en Vendée (85) possède un ADL sur les 80 pages concernant La Roche-sur-Yon.

Pour faire sa publicité, il n'y a pas que Les Pages Jaunes qui sont ouvertes aux annonceurs et aux professionnels. Depuis 1997, Oda réserve un emplacement sur la partie supérieure droite de l'annuaire Pages Blanches : les ADL (Affiche design localité). Lancées à l'origine dans 99 localités, elles ont connu un succès grandissant tout au long de ces dernières années.

Les principaux intéressés sont tous ceux qui souhaitent se faire connaître auprès des particuliers et des professionnels de leur localité. Seule condition : que celle-ci compte plus de 2 400 adresses. Que l'on soit artisan, commerçant ou prestataire de service, l'encadré de 4 cm sur 4,6 cm qui vous est réservé n'a qu'une vocation : ne pas vous faire passer inaperçu.

M. Charles Pillon, concessionnaire Audi et Volkswagen d'Orléans est présent sur toutes les pages concernant Orléans.

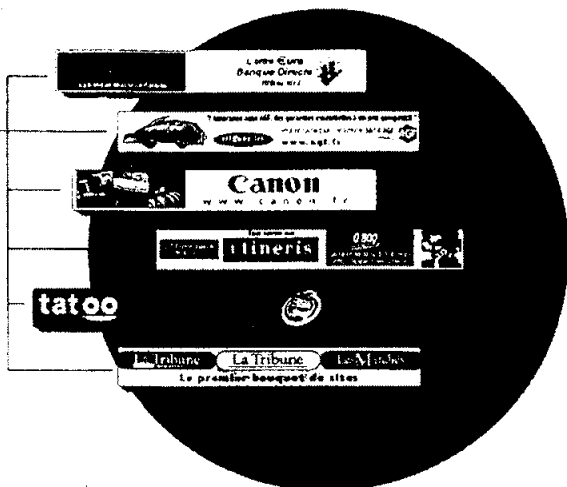
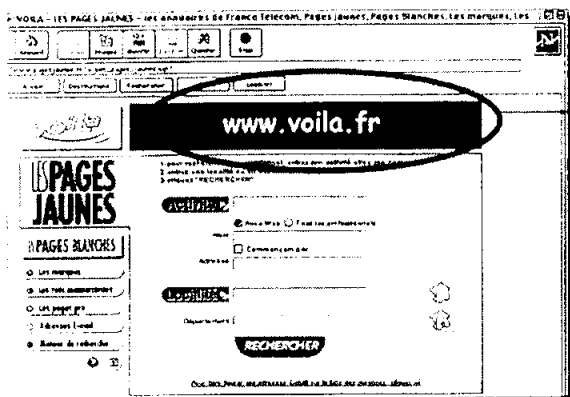
« J'ai souscrit à cette publicité dès qu'on me l'a proposée. Je faisais d'ailleurs partie des premiers clients à m'y intéresser de près. C'est un emplacement particulièrement intéressant pour se faire connaître auprès d'un large éventail de population surtout lorsqu'on veut annoncer une extension de sa propre activité – ce qui était mon cas en rachetant une autre concession. Désormais mon nom est aussi bien associé à Volkswagen qu'à Audi. »

(\*) ≈ 2,13 millions d'euros



## Pub on line

# Pub virtuelle et résultats réels



Grignotant des parts de marché de plus en plus considérables, la publicité en ligne s'impose comme l'un des principaux moyens de communication commerciale de cette fin de siècle. Illustration...

**E**n pleine explosion, la publicité "on line" n'a rien d'un simple effet de mode. Aux Etats-Unis, les montants investis dans les annonces sur le web sont déjà de l'ordre de 2 milliards de dollars. En France, le marché de la publicité sur Internet a été multiplié par quatre entre 1997 et 1998 pour atteindre 113 millions de francs (\*), chiffre auquel il faut bien entendu ajouter les 100 millions de francs réalisés en 1998 avec la publicité sur les annuaires sur Internet (\*\*), et la croissance continue. Les raisons de cet

engouement ? Un média qui permet de réduire la distance entre la vue d'une annonce et le premier contact commercial.

### La meilleure façon de cibler

En effet, sur le web, un simple clic suffit pour passer d'une publicité au site de l'annonceur. Une sorte de "téléportation" qui peut ensuite déboucher sur une demande de documentation par e-mail ou un achat en ligne. Quelle que soit l'issue de la consultation, celle-ci permet de renforcer la connaissance que

l'annonceur a de son marché. En effet, en identifiant les bannières qui présentent le plus grand "taux de clic", l'annonceur peut déterminer le parcours des internautes qui consultent son site. De quoi se faire une idée précise de leurs besoins et mieux cibler son offre.

Dernier avantage : la publicité en ligne permet d'effectuer des tests en situation réelle, difficiles à réaliser dans tous les autres médias. En plaçant un nombre restreint de bannières à des endroits stratégiques, l'annonceur peut en évaluer l'efficacité avant de déclencher une campagne à plus grande échelle.

\* Source : IAB France (Internet Advertising Bureau).

\*\* Source : (Syndicat National des Annuaires).

(\*) = 17,23 millions d'euros

(\*\*) = 15,24 millions d'euros

11/11

**ANNEXE 2 : Notes prises lors de l'entretien avec M. METGE**

**Mise en demeure envoyée 45 jours après la date d'exigibilité de la facture aux clients qui n'ont pas répondu aux deux précédentes relances.**

- 1<sup>ère</sup> relance : par téléphone, 15 jours après la date d'exigibilité
- 2<sup>ème</sup> relance : par courrier, 30 jours après la date d'exigibilité

N.B. : certains clients paient au comptant, d'autres à 30 jours fin de mois.

8 jours après la mise en demeure, procédure de contentieux assurée par le cabinet comptable (coût à la charge du client = 15 % de la somme due).

**ANNEXE 3 : Extrait du dossier du client ROUSSEAU**

**Adresse : 41 place de la République - 34150 GIGNAC**

N° Facture	Date facture	Montant TTC	Délai de règlement	Réglé le
V 123	25 03 2001	1 297,95 €	30 j fin de mois	07 05 2001
V 207	10 09 2001	3 939,74 €	30 j fin de mois	29 10 2001
V 571	15 02 2002	1 868,42 €	30 j fin de mois	

Aucun règlement de la facture V571 à ce jour malgré les relances effectuées.

**ANNEXE 4 : À COMPLÉTER ET À RENDRE AVEC LA COPIE****Budget des encaissements (en €)**

	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
Créances	2 150					
Ventes juillet						
Ventes août						
Ventes septembre						
Ventes octobre						
Ventes novembre						
Ventes décembre						
TOTAL						

**Budget des décaissements (en €)**

	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
Dettes fournisseurs	8 025					
Achats juillet						
Achats août						
Achats septembre						
Achats octobre						
Achats novembre						
Achats décembre						
Salaires	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525	1 525
Charges sociales						
Loyer	305	305	305	305	305	305
Autres charges	842	842	842	842	842	842
Intérêts					131	
Impôts				1 086		
TVA				1 372	60	
TOTAL						

**Budget de trésorerie (en €)**

	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
Encaissements						
Décaissements						
SOLDE						
Trésor. début mois						
Trésor. fin mois						

**Tableau prévisionnel des ventes HT pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2002 (exprimées en euros) TVA au taux normal**

Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
7 241	6 427	6 695	12 438	5 550	6 460

M. METGE a fait rapidement quelques calculs qui ont montré que 30% des clients règlent leurs créances à trente jours fin de mois et le reste au comptant.

Tableau prévisionnel des achats HT pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2002 (exprimés en euros) TVA au taux normal

Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
1 513	3 453	6 600	1 403	994	6 852

M. METGE estime qu'environ 50 % des achats sont payables au comptant et le reste à trente jours fin de mois.

Les charges sociales (patronales et salariales) s'élèvent à 40% du salaire versé aux salariés et sont payables par trimestre le 15/04 ; le 15/07 ; le 15/10 et le 15/01. Le solde à payer au mois de juillet est de 1 098 €.

La trésorerie au 1/07/2002 s'élève à 5 408 €.

Les autres charges externes ne sont pas soumises à TVA.

PS : les calculs seront arrondis à l'euro le plus proche.

**ANNEXE 6 : Informations du cabinet comptable**

Suite à un appel téléphonique au cabinet comptable, vous avez noté les renseignements suivants :

CA = Ventes de l'exercice + Production vendue

Taux de marge = (résultat de l'exercice / CA) × 100

Rentabilité financière = résultat de l'exercice / capitaux propres

Ratio d'autonomie financière = (capitaux propres) / endettement (dettes financières y compris découvert bancaire)

Formule de calcul de l'annuité d'emprunt :  $a = V_0 \cdot i / 1 - (1 + i)^{-n}$

Le résultat de l'exercice est à intégrer dans les capitaux propres.



N° 10956 \* 01  
Formulaire obligatoire (art. L. 307 \* 01)  
A bas du Code général des impôts

①

## BILAN SIMPLIFIÉ

D.G.F.I. N° 2035-A  
(1999)

EXEMPLAIRE A CONSERVER PAR LE DECLARANT

BILAN SIMPLIFIÉ - SECTION III

Designation de l'entreprise		SARL AED - ALARMES ELECTRICITE DOMOTIQUE						
Adresse de l'entreprise		21 rue des Rives - 34690 FABREGUES						
Numero SIRET*		4 0 9 2 0 9 4 7 5 0 0 0 1 4		Code API 7 4 6 Z				
Durée de l'exercice en nombre de mois*		12		Durée de l'exercice précédent* (L.5.)				
				Descriptions souscrite en <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> cochet obligatoirement une case				
		Exercice clos le en N		13.11.201				
				N° 13.11.200				
ACTIF		Brut		Amortissements/Provisions				
		1		2				
				Net				
				3				
				Net				
				4				
ACTIF IMMOBILISE	Immobilisations incorporelles	Fonds commercial*	010	012				
		Autres*	011	358	016	239	119	239
	Immobilisations corporelles*	028	30 645	030	9 346	21 299	24 711	
	Immobilisations financières* (1)	040		042		0		
	Total I (5)	044	31 003	048	9 585	21 418	24 950	
ACTIF CIRCULANT	STOCKS	Matières premières, approvisionnements, en cours de production*	050	052				
		Marchandises*	060	7 241	062		7 241	
	Avances et acomptes versés sur commandes	064		066				
	Créances (2)	Clients et comptes rattachés*	068	2 150	070		2 150	2 893
			Autres* (5)	072		074		
	Valeurs mobilières de placement	080		082				
	Disponibilités	084	14 966	086		14 966	6 493	
	Charges constatées d'avance*	092		094				
	Total II	096	24 357	098		24 357	12 040	
Total général (I + II)	110	55 360	112	9 585	45 775	36 990		
PASSIF				Exercice N		Exercice N-1		
				NET		NET		
CAPITAUX PROPRES	Capital social ou individuel*	120		8 000	8 000			
	Fonds de réévaluation	124						
	Réserve légale	126		455				
	Réserve réglementaire* (dont réserve spéciale des plus-values à long terme)	130	129					
	Autres réserves (dont réserve relative à l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants*)	132	131					
	Report à nouveau	134		8 263				
	Résultat de l'exercice	136		7 013		9 095		
	Provisions réglementées	140						
	Total I	142		23 731		17 095		
Provisions pour risques et charges	Total II	154						
DETTES LIÉES	Emprunts et dettes assimilées	156		8 754	12 500			
	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	164						
	Fournisseurs et comptes rattachés*	166		8 025	1 543			
	Autres dettes (dont comptes courants d'associés de l'exercice N)	172	169	2 791	5 265	5 852		
	Produits constatés d'avance	174						
Total III	176		22 044	19 895				
Total général (I + II + III)	180		45 775	36 990				
RETOURS	(1) Dont immobilisations financières à moins d'un an	193				6 583		
	(2) Dont créances à plus d'un an	197				6 146		
	(5) Dont comptes courants d'associés débiteurs	199				2 439		
(3) Dont dettes à plus d'un an	195							
(4) Coût de revient des immobilisations acquises au cours de l'exercice	182							
(6) Prix de vente hors TVA de marchandises achetées au cours de l'exercice	184							

Bilan fonctionnel schématique
-------------------------------

ACTIF		PASSIF	
Actif immobilisé		Capitaux propres	
Stocks		Dettes financières	
Créances			
Disponibilités		Dettes d'exploitation	
TOTAL		TOTAL	

### Caractéristiques financières

Éléments	Calculs	Valeurs
Fonds de roulement		
Besoin en fonds de roulement		
Trésorerie		
Taux de marge		
Ratio de rentabilité financière		
Ratio d'autonomie financière		

### Conseils à M. METGE

**ANNEXE 9 : Offre de prêt de la Banque Populaire du Midi**

16/17

BANQUE POPULAIRE DU MIDI  
Place de la Comédie  
34000 MONTPELLIER

A.E.D.  
21 Impasse des Rives  
34690 FABREGUES

Objet : N/proposition de prêt

Montpellier, le 12 mai 2002

Monsieur,

Convaincu de l'intérêt de votre projet, nous sommes heureux de vous proposer un prêt de huit mille euros (8 000 €) au taux de 5,5% pour une durée de dix ans, amorti par annuités constantes.

Vos échéances sont de 1 086,94 €. Le coût total de votre crédit s'élève à 2 909,40 € comprenant les intérêts : 2 869,40 € et les frais de dossier : 40 €.

**Tableau d'amortissement du prêt \***

Date des échéances	Montant de l'échéance	Capital restant à amortir
12/06/03	1 086,94	7 393,06
12/06/04	1 086,94	6 749,70
12/06/05	1 086,94	6 067,73
12/06/06	1 086,94	5 344,95
12/06/07	1 086,94	4 579,60
12/06/08	1 086,94	3 766,37
12/06/09	1 086,94	2 905,41
12/06/10	1 086,94	1 992,79
12/06/11	1 086,94	1 025,42
12/06/12	1 086,94	0

*\* Cette simulation de prêt ne présente aucune valeur contractuelle.*

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments les plus dévoués.

Le Directeur

Claude Radoux

Avec la Banque Populaire du Midi,  
c'est le moment ou jamais de réaliser rapidement tous vos projets.



TABLE 5

Valeur des annuités constantes qui amortissent en  $n$  périodes un capital de un Euro

$$a = \frac{t}{1 - (1 + t)^{-n}}$$

$n$	5,25	5,50	5,75	6	6,25	$n$
1	1,052 500 0	1,055 000 0	1,057 500 0	1,060 000 0	1,062 500	1
2	0,539 710 7	0,541 618 0	0,543 526 7	0,545 436 9	0,547 348	2
3	0,368 930 0	0,370 654 1	0,372 380 7	0,374 109 8	0,375 841	3
4	0,283 651 4	0,285 294 5	0,286 941 2	0,288 591 5	0,290 245	4
5	0,232 573 3	0,234 176 4	0,235 784 1	0,237 396 4	0,239 013	5
6	0,198 595 4	0,200 178 9	0,201 768 0	0,203 362 6	0,204 962	6
7	0,174 388 8	0,175 964 4	0,177 546 5	0,179 135 0	0,180 729	7
8	0,156 289 2	0,157 864 0	0,159 446 3	0,161 035 9	0,162 632	8
9	0,142 260 6	0,143 839 5	0,145 426 7	0,147 022 2	0,148 626	9
10	0,131 081 5	0,132 667 8	0,134 263 3	0,135 868 0	0,137 481	10
11	0,121 974 7	0,123 570 6	0,125 176 8	0,126 792 9	0,128 419	11
12	0,114 421 8	0,116 029 2	0,117 647 7	0,119 277 0	0,120 917	12
13	0,108 064 0	0,109 684 3	0,111 316 3	0,112 960 1	0,114 615	13
14	0,102 645 2	0,104 279 1	0,105 925 7	0,107 584 9	0,109 256	14
15	0,097 977 1	0,099 625 6	0,101 287 5	0,102 962 8	0,104 651	15
16	0,093 919 0	0,095 582 5	0,097 260 3	0,098 952 1	0,100 657	16
17	0,090 363 0	0,092 042 0	0,093 736 0	0,095 444 8	0,097 168	17
18	0,087 225 1	0,088 919 9	0,090 630 5	0,092 356 5	0,094 097	18
19	0,084 439 2	0,086 150 0	0,087 877 3	0,089 620 9	0,091 380	19
20	0,081 952 3	0,083 679 3	0,085 423 5	0,087 184 6	0,088 962	20
21	0,079 721 4	0,081 464 8	0,083 225 9	0,085 004 5	0,086 800	21
22	0,077 711 5	0,079 471 2	0,081 249 3	0,083 045 6	0,084 859	22
23	0,075 893 6	0,077 669 6	0,079 464 7	0,081 278 5	0,083 110	23
24	0,074 243 4	0,076 035 8	0,077 847 8	0,079 679 0	0,081 529	24
25	0,072 740 7	0,074 549 3	0,076 378 2	0,078 226 7	0,080 094	25
26	0,071 368 2	0,073 193 1	0,075 038 6	0,076 904 3	0,078 789	26
27	0,070 111 3	0,071 952 3	0,073 814 4	0,075 697 2	0,077 600	27
28	0,068 957 4	0,070 814 4	0,072 692 9	0,074 592 5	0,076 512	28
29	0,067 895 8	0,069 768 6	0,071 663 3	0,073 579 6	0,075 516	29
30	0,066 916 9	0,068 805 4	0,070 716 2	0,072 648 9	0,074 602	30
31	0,066 012	0,067 917	0,069 843	0,071 792	0,073 762	31
32	0,065 175	0,067 095	0,069 037	0,071 002	0,072 988	32
33	0,064 400	0,066 335	0,068 292	0,070 273	0,072 275	33
34	0,063 680	0,065 630	0,067 602	0,069 598	0,071 616	34
35	0,063 011	0,064 975	0,066 962	0,068 974	0,071 007	35
36	0,062 387	0,064 366	0,066 368	0,068 395	0,070 443	36
37	0,061 807	0,063 800	0,065 816	0,067 857	0,069 920	37
38	0,061 265	0,063 272	0,065 303	0,067 358	0,069 435	38
39	0,060 759	0,062 780	0,064 825	0,066 894	0,068 985	39
40	0,060 286	0,062 320	0,064 379	0,066 462	0,068 566	40
41	0,059 843	0,061 891	0,063 962	0,066 059	0,068 177	41
42	0,059 429	0,061 489	0,063 574	0,065 683	0,067 815	42
43	0,059 040	0,061 113	0,063 211	0,065 333	0,067 477	43
44	0,058 675	0,060 761	0,062 871	0,065 006	0,067 162	44
45	0,058 333	0,060 431	0,062 554	0,064 701	0,066 869	45
46	0,058 011	0,060 122	0,062 256	0,064 415	0,066 595	46
47	0,057 709	0,059 831	0,061 977	0,064 148	0,066 369	47
48	0,057 425	0,059 559	0,061 716	0,063 898	0,066 100	48
49	0,057 157	0,059 302	0,061 471	0,063 664	0,065 877	49
50	0,056 906	0,059 061	0,061 241	0,063 444	0,065 669	50