

Les ressources de l'entreprise

CORRIGÉ TYPE

EXERCICE 1 : Questions de cours (7 points)

1. Distinguez les compétences nécessaires des compétences fondamentales en donnant des exemples. 2 points

Les compétences nécessaires sont celles qui sont indispensables (mais pas suffisantes) pour affronter la concurrence.

Exemple pour une parfumerie : avoir des conseillères de vente sympathiques.

Les compétences fondamentales/stratégiques sont celles qui apportent un avantage concurrentiel difficilement imitable.

Exemple pour une parfumerie : avoir des conseillères de vente trilingue français/anglais/chinois.

2. Qu'est-ce qu'un effet de commerce ? 2 points

Un effet de commerce est **un mode de règlement à crédit** qui s'utilise dans les relations commerciales. Il peut prendre deux formes :

- la **lettre de change** : document où le tireur (le fournisseur) donne l'ordre au tiré (le client) de lui payer une certaine somme à une certaine date (l'échéance) ;
- le **billet à ordre** : document par lequel le débiteur (client) s'engage à payer une certaine somme, à une échéance, au créancier (le fournisseur).

3. Expliquez cette phrase : « En 2019, les actionnaires de L'Oréal ont reçu 3,85 € pour chaque action détenue dans le groupe ». 2 points

Une action est un titre de propriété et correspond à une part du capital social de l'entreprise.

Les actions sont émises soit à la création de la société, soit lors d'une augmentation du capital social. Les actionnaires perçoivent chaque année des dividendes distribués en fonction des bénéfices réalisés par la société.

Dans notre exemple, le montant du dividende est de 3,85 €.

4. L'e-réputation est-elle une ressource ? 1 point

Oui, l'e-réputation peut aujourd'hui être considérée comme une ressource marketing intangible. Elle correspond à l'image subjective que renvoie à un internaute l'ensemble des contenus qui lui sont accessibles en ligne, en rapport avec la marque.

Exemple : réseaux sociaux, blogs, avis sur Google Maps, etc.

EXERCICE 2 : Estimation des besoins financiers (4 points)

Voici les données comptables d'un microentrepreneur fabriquant des savons au lait :

- stocks : 600 € ;
- créances clients : 300 € ;
- dettes fournisseurs : 400 €.

5. Calculez son BFR. 1 point

$$\text{BFR} = (\text{Stocks} + \text{Créances clients}) - (\text{Dettes fournisseurs}) \\ = 600 + 300 - 400 = 500 \text{ €}$$

6. Pourquoi peut-on parler d'un besoin d'exploitation ? 1 point

Toute entreprise peut connaître des difficultés de trésorerie à **court terme**. Liés à l'exploitation, ces besoins se répètent de façon incessante dans l'entreprise et nécessitent un financement lié au **décalage dans le temps** entre les achats et les ventes mais aussi leur règlement.

7. Quel mode de financement paraît le plus approprié ? 2 points

Le financement du cycle d'exploitation est en général un **financement à court terme** qui peut prendre plusieurs formes. Ici, comme le montant est faible (500 €), la solution la plus adaptée semble être la solution bancaire, avec soit :

- **une facilité de caisse** de manière ponctuelle ;
- **un découvert bancaire classique** si ce besoin est récurrent.

EXERCICE 3 : Étude de cas (9 points)

Répondez aux questions suivantes en vous appuyant sur l'annexe. N'oubliez pas de définir les termes clés et de les illustrer en mobilisant le texte.

1. Identifiez les différentes ressources de l'entreprise Lamazuna dans une réponse structurée. 3 points

Les ressources de l'entreprise, qu'elles soient tangibles ou intangibles, sont nécessaires pour satisfaire le client mais aussi pour faire face à la concurrence.

- Les ressources tangibles correspondent à des ressources corporelles, qui ont une existence matérielle.
- Les ressources intangibles correspondent à des ressources incorporelles, qui n'ont pas d'existence matérielle.

Voici les ressources tangibles et intangibles de Lamazuna identifiées dans l'annexe :

Tableau n°1 Tableau des ressources

RESSOURCES TANGIBLES	RESSOURCES INTANGIBLES
<p>Ressources financières</p> <ul style="list-style-type: none">- CA annuel de 10 M€. <p>Ressources physiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Nouveau site face au Vercors.- Zones de stockage.- Grand potager en permaculture.- Crèche. <p>Ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none">- 50 collaborateurs.	<p>Ressources technologiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Site internet marchand (13 % de ses recettes).- R&D : équipe de 6 personnes.

2. Déterminez le mode de financement privilégié lors de la création de l'entreprise. Définissez-le et indiquez ses avantages. 3 points

La dirigeante de Lamazuna a eu recours au **financement interne**, également appelé **autofinancement**. L'autofinancement signifie qu'un agent économique réalise ses investissements à l'aide de ses ressources propres au lieu d'avoir recours à l'emprunt.

Illustration : la dirigeante a utilisé 500 € d'économies et un « emprunt » familial de 2 500 € pour se lancer.

L'autofinancement est considéré comme le financement le plus avantageux car il n'entraîne **pas de dépendance** vis-à-vis de créanciers (banques ou prêteurs). L'autofinancement est également **gratuit** car il n'a pas de coût direct.

Il s'agit d'un investissement réalisé à l'aide des ressources propres de l'entreprise. Pour utiliser les fonds autolevés, l'entreprise doit avoir des réserves à l'avance. L'autofinancement fait référence au concept de CAF (capacité d'autofinancement).

Illustration : Lamazuna utilise la trésorerie dégagée par ses ventes de produits pour financer ses investissements, sans avoir à lever de fonds.

3. Relevez une opération d'exploitation et une opération d'investissement réalisées par cette entreprise. 2 points

Les **opérations d'exploitation** constituent les activités courantes de l'entreprise.

Exemple : vente d'accessoires éco-conçus, règlement auprès de l'un des 30 fournisseurs.

Les **opérations d'investissement** correspondent à l'acquisition des moyens durables indispensables à l'activité et au développement de l'entreprise.

Exemple : investissement de 4 M€ pour un nouveau site de production.

4. Analysez les innovations technologiques de la marque. 1 point

Les innovations technologiques désignent la mise en application industrielle ou commerciale d'une invention. Ces innovations technologiques peuvent être réalisées en amont du processus productif.

Exemple : l'entreprise développe des produits « zéro déchet ». Toutes les étapes, de la conception à l'utilisation par le consommateur, sont étudiées en amont pour tendre vers le zéro déchet et ne pas épuiser les ressources naturelles.