

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session

Année d'études : *L3 Management*
Enseignant responsable : *Courant*

Durée de l'épreuve : *2h00*
Documents autorisés : *Document transmis lors des travaux dirigés*

UE 620 pratique et gestion des APS
EC 6202 sport et management – APS 4 - Escalade

Question n°1 : Quels sont les différents cadres d'emploi de la filière sportive territoriale ?

Question n°2 : Comment situer l'intervention des collectivités territoriales dans l'organisation du sport en France ?

Question n°3 : Présenter des interventions concrètes de collectivités dans le cadre de leur politique sportive en justifiant la pertinence de ces actions (enjeux stratégiques et objectifs opérationnels)

Question n°4 : La place du sport dans les budgets des collectivités est elle conséquente ? Vous complétez votre réponse en identifiant la nature des dépenses par ordre d'importance.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2ème session

Année d'études : *Licence 3 management du sport*
Enseignant responsable : *Eric MULLER*

Durée de l'épreuve : 1 heure 30
Documents autorisés : *aucun*

U.E. 620 Pratique et gestion des APS

EC 6203: APS et sécurité des pratiquants

Sujet:

Indiquez les fondements et les aspects opérationnels (connaissances et méthodes) de l'analyse des risques, à propos des pratiquants des activités physiques et sportives, hors du champ sportif compétitif (fédéral).

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session, 1^{er} semestre

Année d'études : *Licence 3 Management du sport*
Enseignant responsable : *Gildas LOIRAND*

Durée de l'épreuve : *2 heures*
Documents autorisés : *aucun*

UE 521 Connaissances juridiques, sociologiques et économiques (1)
EC 5211 Sociologie des services sportifs et touristiques

Sujet :

En vous appuyant sur les différents éléments du cours, sur vos lectures et éventuellement sur vos connaissances personnelles et vos expériences diverses, vous montrerez en quoi la sociologie peut offrir des ressources analytiques originales pour tout travail de conseil ou d'expertise spécialisé dans le domaine du tourisme sportif de loisir.

Université de Nantes

UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session, 1^{er} semestre

Année d'études : *Licence 3 « Management du sport »*
Enseignant responsable : *François Mandin*

Durée de l'épreuve : *2h00*
Documents autorisés : *Tous documents*

UEF *Connaissances juridiques, sociologiques et économiques (521)*
EC *Droit de la consommation et des services sportifs (5212)*

Sujet :

Vous travaillez dans une entreprise commercialisant des articles de sport et des services sportifs. Vous encadrez une équipe de vendeurs et avez en charge le suivi des contrats conclus avec la clientèle. Depuis quelques temps, vous êtes confronté à des difficultés sérieuses.

1 – Un vélo d'appartement a été vendu à un particulier. Dans le contrat il est stipulé que le matériel acheté comprend des instruments permettant de mesurer la vitesse parcourue, le rythme cardiaque, les calories dépensées. Il est également stipulé qu'il est de couleur blanche. Le délai de livraison est de trois semaines.

Trois semaines plus tard le client reçoit l'équipement. Il constate qu'il correspond au produit demandé, et commence la semaine suivante à l'utiliser, à raison d'une séance par jour d'une durée de une heure.

Trois semaines plus tard il ressent des douleurs au dos alors qu'il n'a jamais eu de soucis de cet ordre. Il stoppe l'activité, pensant avoir commencé trop fort. Il reprend au bout de quelques jours avec précaution mais la douleur revient ; tant et si bien qu'il ne peut plus se servir du vélo. Il essaye de régler la selle et le guidon mais rien n'y fait.

En réalité après l'avoir montré à un ami spécialiste, il apprend que l'appareil est mal conçu. Il demande le remboursement. Que répondez-vous ?

2 – Une association de protection des consommateurs, à la demande de l'un de vos clients, vous fait savoir que la clause du contrat suivant laquelle « l'entreprise conserve les sommes versées par le client qui renonce volontairement à bénéficier des services proposés » est abusive.

Votre réponse serait-elle la même pour la clause suivante : « l'entreprise conserve les sommes versées par le client qui renonce, volontairement ou non, à bénéficier des services proposés. Le client est remboursé par l'entreprise dès lors qu'elle ne peut pas procéder à l'exécution de son contrat ».

Que répondez-vous ?

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session

Année d'études : *L3 MS*
Enseignant responsable : *Sarah Lelong*

Durée de l'épreuve : *2h*
Documents autorisés : *Tout document papier*

UE *Connaissances juridiques, économiques et sociologiques (UEF 621)*
EC *Droit du travail et des entreprises sportives (EC 6212)*

Sujet : Cas pratique

« Morgan gère à Hossegor une école appelée « les rois de la glisse ». Il est passionné et travailleur ce qui lui permet rapidement de voir son école être reconnue et réputée dans la région. Il est ouvert toute l'année mais connaît bien entendu une grosse activité durant la saison estivale. Il est pour cela obligé de tripler son équipe d'avril à octobre tous les ans. La plus grosse demande porte sur le surf, le body board, et le kitesurf.

Maxence est moniteur de Kite dans l'école depuis maintenant deux ans. Les périodes de stress ne sont pas au goût de ce jeune homme qui n'aspire qu'à être seul sur l'eau et n'exerce son métier que pour pouvoir être payé tout en exerçant sa passion. Son comportement la saison passée avec les clients les moins doués était à la limite du supportable pour Morgan qui craignait de voir ses clients fuir du fait de la mauvaise humeur permanente de Maxence. Au début de la saison, Morgan décide donc de prévenir Maxence en lui expliquant gentiment qu'il n'est pas question pour lui de voir sa clientèle payant pour un loisir être traitée avec mauvaise humeur. Deux mois après, en plein cœur de la saison, le comportement de Maxence n'a pas changé. S'ajoute à cela le fait que les collègues de Maxence eux-mêmes se plaignent de son comportement dispersant ses ondes négatives à travers l'équipe et notamment auprès de Juliette qui travaille en binôme avec elle. Celle-ci a en effet avoué à Morgan qu'elle prenait moins de plaisir à travailler qu'avant à cause de ce partenariat et qu'elle n'était pas sûre de renouveler l'année suivante si elle devait avoir encore à le supporter. Morgan fatigué de devoir gérer un employé ayant une telle absence de relationnel estime que les plaintes de ses propres collègues et la mauvaise ambiance dans l'équipe qui en découlent sont la goutte de trop. Il souhaite donc licencier Maxence mais s'inquiète de ne pouvoir produire de preuve d'une faute quelconque. Il vous demande conseil.

Thomas est lui moniteur de body board. Il est comme les autres embauché en CDD à temps plein. Cette discipline est celle où la demande est la plus faible chaque année. Ses heures de cours varient donc d'une journée sur l'autre. Mais Thomas ne chôme pas, celui-ci profite des temps sans clientèle pour participer à l'entretien de l'école, préparer des événements type « soirée/barbecue/film de glisse », qui apportent un grand plus à l'école qui fait beaucoup parler d'elle par ce biais dans toute la région. Tout le monde est ravi du travail fourni par Thomas. Il se plaît énormément dans son poste et apporte un réel plus à l'essor de l'école dès le premier mois de travail. Sa surprise est donc totale lorsqu'il s'aperçoit que sa première fiche de paie atteint à peine deux tiers du salaire qui lui avait été annoncé au départ. Il va donc voir Morgan pour avoir des explications. Celui-ci lui répond que même s'il apprécie son caractère volontaire, il pense que les seules heures devant lui être payées sont ses heures de cours mais vient se renseigner auprès de vous pour être certain de ne pas commettre une erreur.

Marie, responsable de l'école pour toutes les fonctions administratives et accueil des clients annonce à Morgan qu'elle est enceinte au beau milieu de la saison. Celle-ci estime qu'elle ne sera pas arrêtée avant la date de son congé maternité mais explique à Morgan qu'elle n'est sûre de rien mais qu'elle envisage la possibilité de prendre un congé parental à la suite de sa grossesse. Morgan s'aperçoit qu'il ne sait rien de ce congé et vous demande de lui en expliquer les tenants et aboutissants dans le cas de sa société.»

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : *L3 Management du sport*
Enseignant responsable : *Baptiste VIAUD – Cédric RICHET*

Durée de l'épreuve : *2h*
Documents autorisés : *aucun*

UE 621 : *Connaissances juridiques, sociologiques et économiques (2)*
EC 6211 : *Sociologie des métiers du sport (2)*

Question relative aux enseignements magistraux et aux travaux dirigés – 20 points :

En quoi la condition sociale du sportif professionnel, d'un côté, autant que celle du professionnel du sport, de l'autre (qu'il soit bénévole, salarié ou fonctionnaire, appartenant au « secteur sport » ou à la « filière sport ») s'écartent-elles des conditions classiques d'exercice d'un métier ?

Développez votre propos à l'aide des connaissances issues de vos enseignements de sociologie (TD + CM), en montrant notamment à quels enjeux, rapports de forces et ressources constitutives d'un espace donné (compétitif, d'une part, associatif, commercial et administratif, d'autres parts) sont respectivement exposés ces deux types de travailleurs.

Concluez sur leurs possibilités objectives de « s'en sortir » en fonction des dispositions qui sont les leurs (capital sportif, social, culturel, économique).

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2ème session

Année d'études : L3MS
Enseignant responsable : B. Renoux

Durée de l'épreuve : 2 heures
Documents autorisés : Plan comptable - calculatrice

UE 522 Administration des services sportifs
EC 5223 Gestion et comptabilité de l'entreprise

SUJET

PARTIE I (3 points)

DEFINIR LES TERMES SUIVANTS :

impôt
amortissement
rabais

PARTIE II (2 points)

Un bien acquit en 2011 a fait l'objet d'un amortissement de 625,00 €. Vous savez par ailleurs qu'il n'a été utilisé que 90 jours sur l'année puisqu'il a été mis en service le 01/10/2011 et que l'amortissement est linéaire.

QUEL EST LE MONTANT DE L'AMORTISSEMENT POUR L'EXERCICE 2012 ?

PARTIE III (4 points)

Lors du remplacement du matériel de loisir de votre centre, vous avez revendu d'occasion 15 canoë de plus de 5 ans. Vous les proposiez à 150,00 € TTC l'unité.

L'un des animateur du centre vous laisse un mot sur votre bureau vous disant : « J'ai réussi à vendre le dernier canoë en accordant un petit rabais.. Je te remets le chèque de 105,00€ demain».

QUEL EST LE POURCENTAGE DE RABAIS ?

PREPARER LA FACTURE A REMETTRE A L'ACQUEREUR (TVA à 19,6)

PARTIE IV (4points)

Vous disposez de la liste des comptes de l'association de loisirs dont vous êtes responsable.

A la date du 1^{er} janvier 2012

(en euros)

Matériel sportif	20 000,00
Emprunt BNP	24 000,00
Véhicule de tourisme	18 000,00
Matériel de bureau	7 600,00
Matériel informatique	5 400,00
Créances	3 000,00
Banque	8 500,00
Dettes fournisseurs	6 000,00
Dettes envers le personnel	12 400,00
Subventions communales et régionales (capital)	16 600,00
Caisse	1 000,00
Dettes envers l'état et les collectivités	4 500,00

ETABLIR LE BILAN DE L'ASSOCIATION

PARTIE V (5 points)

Au courrier du jour vous recevez les factures suivantes :

Facture NAVIREP pour une réparation de matériel : 326,00 € HT.

Facture Sport Confection pour l'achat de 50 gilets AQUA Design au prix unitaire de 36,00 € HT. Sport Confection vous accorde la remise habituelle de 5%

Facture Imprim'2000 pour la réalisation de bordereau d'inscription (que vous faites remplir à chaque client avant l'embarquement) : 206,00 € HT

La TVA est à 19,6%

ENREGISTREZ LES ECRITURES AU JOURNAL (sur l'annexe 1)

PARTIE VI (2 Points)

COMPLETER LE QCM en annexe 1

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

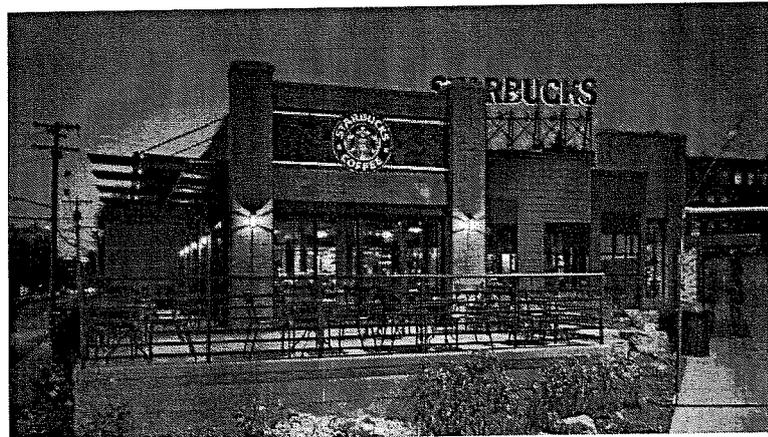
2^{ème} session

Année d'études : *L3MS*
Enseignant responsable *Murielle FRAMBOURT*

Durée de l'épreuve : *2H*
Documents autorisés : *aucun*

UE 522 Administration des services sportifs
EC 5222 Les principes du marketing

Sujet : ANALYSE de la STRATEGIE MARKETING de STARBUCKS COFFEE



L'entreprise STARBUCKS COFFEE :

Bien sûr, Starbucks achète et torréfie des grains de café de qualité, c'est même là le cœur de leur métier mais c'est bien plus que ça aussi.

Sa mission : inspirer et enrichir l'esprit au gré des rencontres, café après café, dans chacun des quartiers où l'enseigne est implantée.

Le positionnement de l'enseigne est intimement lié à sa stratégie d'implantation, la création d'une ambiance, au-delà des boissons et autres pâtisseries servies. Les salons de café STARBUCKS sont devenus les repères des amateurs de café du monde entier. Pourquoi choisissent-ils Starbucks ? Parce qu'il savent qu'ils peuvent compter, à chaque fois, sur un service de qualité, une atmosphère accueillante et une merveilleuse tasse de café parfaitement torréfié et préparé avec soin.

Plus qu'un café.

L'enseigne ne se contente pas d'être des fournisseurs passionnés de café mais propose aussi tout ce qui peut rendre exceptionnelle une visite dans nos salons de café. « *Nous proposons ainsi une sélection de grands thés Tazo®, de pâtisseries et d'autres délices pour enchanter les gourmets. Par ailleurs, l'ambiance musicale de nos salons de café est choisie pour leur qualité artistique et leur attrait.* »

Il est fréquent que l'on aille chez Starbucks pour discuter, se rencontrer ou travailler. Ce lieu de rencontre, de quartier, est pour certains un passage obligé dans une journée.

Il y a quelques mois l'enseigne a adopté une stratégie qui s'est traduite par des modifications sensibles dans sa communication auprès de ses différentes cibles. L'évolution relatée dans l'article du magazine MANAGEMENT de décembre 2011 présente les détails de cette stratégie. (voir annexe).

QUESTIONS POSEES

Après lecture de l'article annexé, ainsi qu'en faisant appel à vos connaissances et votre réflexion, vous répondrez à 5 questions concernant le marketing et la communication mis en place par la marque STARBUCKS COFFEE.

- 1/ Comment pouvez-vous qualifier la stratégie marketing (offre) de STARBUCKS ?
Comment définiriez-vous le marché sur lequel STARBUCKS joue aujourd'hui le rôle d'un acteur clé ?
- 2/ Quel est d'après-vous l'univers de concurrence de STARBUCKS COFFEE ?
Vous citerez les enseignes et marques auxquelles vous pensez et justifierez vos choix par 1 ou 2 lignes à chaque fois. Vous envisagerez les différents niveaux de concurrence (directe, indirecte...)
- 3/ Qu'est ce qui justifie le choix de modification d'identité visuelle (logo) de la part de l'enseigne au niveau international ? A votre avis quels risques le fabricant prend-il à supprimer toute référence à son nom ?
- 4/ A votre avis quelles sont les différentes cibles que STARBUCKS COFFEE cherche à séduire et à convaincre grâce à ses « salons de café » ?
- 5/ Vous terminerez votre sujet en proposant 2 idées d'actions supplémentaires et différentes pouvant accompagner en douceur la modification d'identité visuelle (logo) initiée par l'enseigne en France.

Vous justifierez chacune de vos réponses, à l'aide d'un vocabulaire approprié à l'univers du Marketing et de la Communication.

Format

1 copie-double maximum.

Sources :

Management, avril 2011
www.starbucks.fr/about-us

Université de Nantes
UFR STAPS

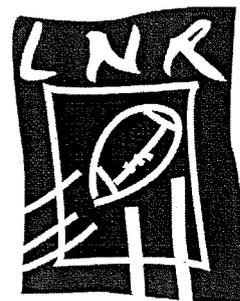
Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session

Année d'études : L3MS
Enseignant responsable : Murielle FRAMBOURT

Durée de l'épreuve : 2h
Documents autorisés : aucun

UE 622 Administration des services sportifs
EC 6222 Marketing et communication



Sujet : Nouvelle politique marketing et sponsoring à la LNR

La Ligue Nationale de Rugby (LNR) va mettre en place une nouvelle politique marketing dès la saison prochaine. Alors que le Top 14 bat son plein, la LNR vient de dévoiler sa nouvelle politique marketing pour les trois prochaines années puisque certains de ses grands contrats arrivent à échéance à la fin de la saison 2011-2012. La LNR souhaite passer de huit à douze le nombre de ses partenaires et fournisseurs.

La LNR aura dorénavant deux partenaires majeurs, quatre partenaires officiels et six fournisseurs officiels. En revanche, il n'y aura plus de partenaire titre comme ce fut le cas avec Orange ces dernières années.

Concernant les profils recherchés, la Ligue souhaiterait attirer un partenaire autour de la notion de développement durable et des fournisseurs pour le chronométrage et les services informatiques.

12 partenaires pour le TOP 14

L'instance a repensé son offre marketing et veut porter de 8 à 12 le nombre de ses sponsors. Cent sociétés sont actuellement consultées pour s'associer aux championnats français. Les logos du TOP 14 et de la Pro D2 seront aussi modifiés.

En France, la hiérarchie des sports a connu l'année dernière d'une mini-révolution. En 2011, les passionnés français de rugby ont en effet dépassé pour la première ceux de foot. C'est en tout cas ce qu'a récemment dévoilé Sportlabgroup, dans un bilan sur le marché du sponsoring. Selon l'agence de marketing sportif, 25 % des français ont suivi «avec intérêt» le monde du ballon ovale contre seulement 23 % pour celui du ballon rond.

Effet Coupe du Monde ou non, la montée en puissance du rugby professionnel français est nette. «Tous les indicateurs sont au vert, les affluences ont augmenté de 45 % sur cinq ans et les audiences en progression encore plus significative depuis la fin de la Coupe du Monde. Bien sûr, cela nous aide à valoriser nos offres de partenariats» (E. Eschalié, directeur général de la **Ligue Nationale de Rugby (LNR)**). La Ligue n'a d'ailleurs pas laissé passer cette occasion de redéfinir son offre marketing pour optimiser les revenus associés, (environ 15,5 millions par an hors échanges médias). D'autant que ses principaux contrats de sponsoring sont en cours de renégociation, ceux d'**Orange**, **GMF**, **Société Générale** et **PMU** arrivant à échéance à la fin de cette saison.

De nouvelles offres ont donc été imaginées pour renforcer la marque TOP 14, équivalent de la Ligue 1 de football.

Renforcer la marque TOP 14, malgré l'arrêt du naming*

Pour ce faire, le nombre de marques associées au Championnat (TOP 14, voire pro D2 selon les offres), passera de huit à douze. Et ce dès la saison prochaine. Par ailleurs, le contenu des offres évoluera. La coexistence d'un partenaire «titre» (apposant son nom au Championnat) et de trois partenaires «majeurs» (GMF, Société Générale et PMU) cédera place à celle de deux partenaires «majeurs», et de quatre partenaires «officiels». Par ailleurs, le partenaire «arbitres» (la Poste), et les trois fournisseurs «officiels» (Land Rover, Gedimat et Opticiens Mutualistes) laisseront place à six fournisseurs officiels.

Actuellement les sponsors majeurs payent environ 2 millions d'euros pour être associés à la Ligue. «L'essentiel des revenus additionnels viendront de nos nouveaux partenariats, tient à préciser Thibault Chatelard, directeur marketing et commercial de la LNR. Nous ne sommes pas dans une logique de surenchère avec nos partenaires historiques, mais plutôt dans celle d'une poursuite de la croissance, malgré la décision d'Orange d'arrêter le naming du TOP 14 à la fin de la saison». Un naming qui avait fait ses preuves et qui a permis à la LNR de franchir un cap important dans la progression de ses droits marketing (30% depuis sa mise en place).

«L'essentiel des revenus additionnels viendront de nos nouveaux partenariats, tient à préciser Thibault Chatelard, directeur marketing et commercial de la LNR, car nous ne sommes pas dans une logique de surenchère avec nos partenaires historiques, mais plutôt dans celle d'une poursuite de la croissance, malgré l'arrêt du naming du TOP 14». Un naming avec Orange qui avait fait ses preuves, le chiffre d'affaires marketing ayant progressé de 30% depuis sa mise en place.

**Le naming est une pratique de sponsoring sportif qui consiste à donner à une enceinte sportive (le plus souvent un stade) le nom d'une marque ou d'une société sponsor. Les accords de naming sont généralement des accords de longue durée généralement compris entre 15 et 30 ans. La pratique comprend une variante qui consiste à donner le nom du sponsor à une compétition sportive, Heineken Cup en rugby par exemple ou l'Open Gaz de France de Tennis féminin*

Nouveaux partenaires

Parmi les nouveautés, un partenariat officiel autour du développement durable, dont la LNR attend 2,2 millions d'euros par an, a été pensé à destination des entreprises de l'énergie et de l'environnement. En contrepartie, la LNR s'engage à reverser 15 % dans des actions concrètes liées au développement durable.

La Ligue cherche aussi à séduire un chronométreur officiel (800.000 euros par an attendu) et un fournisseur officiel de solutions informatiques (un peu moins d'1 million d'euros). «Au-delà de l'aspect financier, ces deux partenariats innovants permettront aux partenaires concernés de nous proposer un service correspondant à un réel besoin (harmonisation de l'affichage du temps de jeu et du score, enrichissement des statistiques officielles...)» insiste Emmanuel Eschalier.

Lancée il y a dix jours auprès d'une centaine d'entreprises des quatre secteurs cibles, la consultation aboutira à une remise des offres dès le 18 mai. Ce qui permettra aux marques intéressées d'être éventuellement présentes dès les phases finales de cette saison.

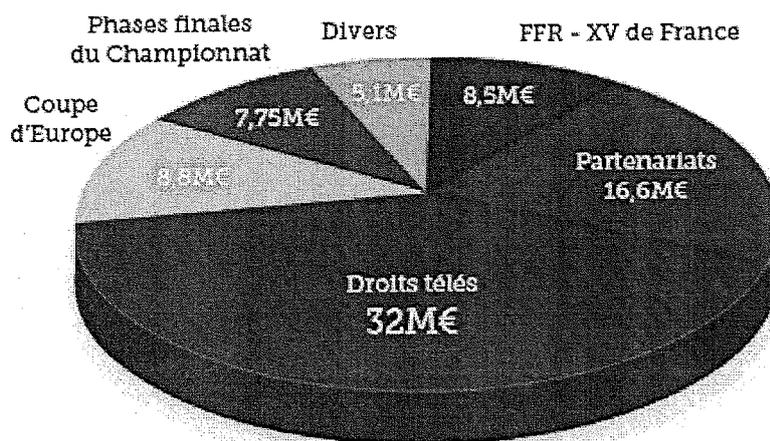
Nouvelle identité visuelle

Pour augmenter l'attractivité de la marque Top 14, la Ligue a par ailleurs négocié avec le Stade de France une visibilité exclusive de ses partenaires pour la finale dans l'enceinte de Saint-Denis. Enfin, une nouvelle identité visuelle pour le TOP 14 et le Pro D2 est à l'étude. Les nouveaux logos devraient être dévoilés ce mois-ci.

Au final, la LNR mise donc à fond sur l'image positive du rugby, alors que le levier de croissance semble difficile à actionner du côté des droits télé, renégociés tout récemment avec Canal + jusqu'en 2016. Idem du côté de la billetterie, où l'évolution actuelle du parc de stades ne portera ses fruits qu'à plus long terme. Pour la saison 2010/2011, la LNR table sur un budget de 78,7 millions d'euros.

Les droits télé représentent une grande partie des recettes de la LNR

Budget prévisionnel 2010/2011 de la Ligue Nationale de Rugby
(Millions d'euros)



Total : 78,75M€

Source : Ligue Nationale de Rugby (LNR)

TRAVAIL DEMANDÉ

1/ Après une lecture attentive des documents, et de votre connaissance du milieu sportif, **vous définirez les arguments clés qui doivent se retrouver dans le dossier de recherches de partenaires de la LNR pour son appel d'offres.** Vous indiquerez la structure de ce dossier (les grandes parties).

2/ Dans tout partenariat le partage de valeurs communes est un élément clé des choix qui se font. **Vous préciserez donc les valeurs fortes sur lesquelles les futurs partenaires du TOP 14 pourront s'appuyer** et communiquer lors de futures actions.

3/ **Abandonner le principe d'un sponsor titre pour la LNR est-il à votre avis une bonne chose ou au contraire une erreur ?** Vous évalueriez les avantages et inconvénients de chaque hypothèse, que vous présenterez sous la forme d'un tableau.

4/ **Parmi les partenaires entreprises recherchées, la LNR prévoit une offre spécifique pour les entreprises du secteur du développement durable.** Parmi les entreprises que vous connaissez et qui interviennent sur le marché français, vous choisirez 1 exemple et développerez les raisons qui pourraient justifier du choix de cette entreprise en tant que nouveau partenaire du TOP 14.

5/ Afin d'animer et de donner un élan nouveau et inédit à cet appel d'offres en vue de « recruter » de futurs nouveaux partenaires, **vous imaginerez et proposerez une action de communication événementielle originale permettant d'aller à leur rencontre,** en accordant une importance particulière aux possibilités d'échange entre le TOP 14 et les entreprises candidates. Vous préciserez le lieu, les modalités, un thème et des idées pour animer les rencontres. (période début mai 2012)

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session

Année d'études : *Licence 3 management du sport*
Enseignant responsable : *Christine*
NASCHBERGER et Cathy KROHMER

Durée de l'épreuve : *2 heures*
Documents autorisés : *aucun*

UE Administration des services sportifs (622)
EC Management et Organisation (6221)

Partie 1 : C. Krohmer (10 /20 points)

Caractérissez les différentes formes organisationnelles

Partie 2 : C. Naschberger (10 /20 points)

« Le leadership charismatique est toujours une bonne chose pour une organisation. » Que pensez-vous de cette affirmation ? Est-elle globalement exacte ou doit-elle être relativisée ? Argumentez votre position.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2011/2012

2^{ème} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : Licence 3 - Management
Enseignant responsable : Lauzanas - Thabet

Durée de l'épreuve : 2 H
Documents autorisés : *aucun*

UE623 Administration des services sportifs
EC6231 Financement de l'entreprise

DOSSIER 1 : SIG – CAF

La SA FAC est une entreprise spécialisée dans la tôlerie. Vous disposez pour l'exercice N du compte de résultat de la société FAC (annexe 1).

Travail à faire

- 1 – Présenter le tableau des soldes intermédiaires de gestion. (*annexe 2 à rendre*)
- 2 – Calculer à partir du résultat net la capacité d'autofinancement de l'exercice N. (*annexe 3 à rendre*)

ANNEXE 1 : Compte de résultat de l'exercice 2002 de la SA FAC.

(en euros)		N	N
CHARGES (hors taxes)		Totaux partiels	Totaux partiels
Charges d'exploitation			
Coût d'achat des marchandises vendues dans l'exercice			
• Achats de marchandises	350 600	402 000	418 720
• Variation des stocks de marchandises	51 400		6 228 030
Consommations de l'exercice en provenance des tiers			
• Achats stockés d'approvisionnement	2 160 870	3 622 950	5 830 780
- matières premières	1 725 250		
- autres approvisionnements	435 620		
• Variation des stocks d'approvisionnement	42 540		6 646 750
• Achats de sous-traitance	184 930		
• Achats non stockés de matières et de fournitures	1 234 610		
• Services extérieurs :			
- personnel extérieur			
- loyers en crédit bail			
- autres	1 234 610		
Impôts, taxes et versements assimilés		121 450	24 800
Sur rémunérations			
Autres	121 450		
Charges de personnel		1 453 715	31 575
Salaire et traitements	995 600		
Charges sociales	458 115		
Dotations aux amortissements et provisions		170 310	1 375
Sur immobilisations : dotations aux amortissements	128 610		
Sur immobilisations : dotations aux provisions	24 500		
Sur actif circulant : dotations aux provisions	17 200		
Pour risques et charges : dotations aux provisions			
Autres charges		12 320	
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun		5 782 745	6 573 250
Charges financières		7 500	
Dotations aux amortissements et provisions	41 795		
Intérêts et charges assimilées		3 700	8 500
Différences négatives de change			718
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			620
Charges exceptionnelles		52 995	9 838
Sur opérations de gestion	5 772		
Sur opérations en capital :	18 300		
- valeurs comptables des éléments immobilisés et financiers cédés			
- autres	18 300		
Dotations aux amortissements et aux provisions :		285 000	
- dotations aux provisions réglementées			
- dotations aux amortissements et aux autres provisions	285 000		
Participation des salariés aux résultats		309 072	
Impôts sur les bénéfices		175 798	
Solde créditeur = bénéfice		368 200	
TOTAL GENERAL		6 688 810	6 688 810
PRODUITS (hors taxes)			
Produits d'exploitation			
Ventes de marchandises			418 720
Production vendue			6 228 030
Ventes	5 830 780		
Travaux	397 250		
Prestations de services			
Montant net du chiffre d'affaires			6 646 750
dont à l'exportation.....			
Production stockée			-131 250
En-cours de production de biens			
En-cours de production de services			
Produits	-131 250		
Production immobilisée			24 800
Subventions d'exploitation			
Reprises sur provisions (et amortissements)			31 575
Transfert de charges			
Autres produits			1 375
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun			6 573 250
Produits financiers			
De participations			
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé			8 500
Autres intérêts et produits assimilés			718
Reprises sur provisions			620
Différences positives de change			
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			
Produits exceptionnels			9 838
Sur opérations de gestion	4 222		
Sur opérations en capital			101 500
- produits des cessions d'éléments d'actif			
- subventions d'investissements versés au résultat de l'exercice			
- autres	101 500		
Reprises sur provisions			
TOTAL			105 722
Solde débiteur = perte			6 688 810

ANNEXE 2 : Tableau des soldes intermédiaires de gestion (à rendre avec la copie)

TABEAU DES SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION

(en euros)

PRODUITS		Montants	CHARGES		Montants	SOLDES INTERMEDIAIRES DE GESTION		2001
Ventes de marchandises			Coût d'achat des marchandises vendues			Marge commerciale		
Production vendue								
Production stockée			ou Déstockage de production					
Production immobilisée				Total		Production de l'exercice		
Total			Consommations de l'exercice en provenance de tiers			Valeur ajoutée		
Marge commerciale				Total				
Production de l'exercice			Impôts, taxes et versements assimilés					
Valeur ajoutée			Charges de personnel					
Subventions d'exploitation				Total		Excédent brut d'exploitation (ou Insuffisance)		
Total			Impôts, taxes et versements assimilés					
Excédent brut d'exploitation			ou Insuffisance brute d'exploitation					
Reprises sur charges et transferts de charges			Dotations aux amortissements et aux provisions					
Autres produits			Autres charges					
Total				Total		Résultat d'exploitation (bénéfice ou perte)		
Résultat d'exploitation			ou Résultat d'exploitation					
Quotes-parts de résultat sur opérations en commun			ou Quotes-parts de résultat sur opérations en commun					
Produits financiers			Charges financières			Résultat courant avant impôts		
Total				Total				
Produits exceptionnels			Charges exceptionnelles					
Résultat courant avant impôts			ou Résultat courant avant impôts			Résultat exceptionnel (bénéfice ou perte)		
Résultat exceptionnel			ou Résultat exceptionnel					
			Participation des salariés					
			Impôts sur les bénéfices					
Total				Total		Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)		
Produits des cessions d'éléments d'actif			Valeur comptable des éléments d'actif cédés			Plus/moins values sur cession d'éléments d'actif		

ANNEXE 3

DETERMINATION DE LA CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT

Résultat net de l'exercice	
+ Dotations aux amortissements et aux provisions : d'exploitation financières exceptionnelles	
- Reprises sur amortissements et provisions : d'exploitation financières exceptionnelles	
- Subventions d'investissement virées au résultat	
- Produits des cessions d'éléments d'actif	
+ Valeur comptable des éléments immobilisés et financiers cédés	
= CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT DE L'EXERCICE	

DOSSIER 2 : Fonds de roulement net global

L'entreprise TOMBOLA vous communique son bilan au 31/12/2002 (annexe 4).

Travail à faire

- 1 - A partir du bilan fonctionnel au 31/12/2002 déterminer :
 - . le FRNG ;
 - . le BFR ;
 - . la trésorerie

Informations complémentaires :

- les écarts de conversion-actif sont relatifs aux créances clients, tandis que les écarts de conversion-passif sont relatifs aux fournisseurs. Ces écarts doivent ici être rajoutés à leurs comptes respectifs.
- La prime de remboursement des obligations est déduite des dettes financières.
- Les charges à répartir sont ajoutées aux immobilisations.

- 2 - Commenter brièvement les résultats.
- 3 - Comment l'entreprise TOMBOLA peut-elle réduire son BFR ?
- 4 - Calculer le ratio d'autonomie financière.

ANNEXE 4 : Bilan de l'entreprise TOMBOLA au 31/12/2002

	Exercice N		Net
	Brut	moins provisions (à l'ajour)	
ACTIF			
ACTIF IMMOBILISÉ			
Immobilisations incorporelles :			
Frais d'établissement.....	90	60	30
Frais de recherche et de développement.....	120	80	40
Concessions, brevets, licences, marques.....	500	200	300
Procédés, droits et valeurs similaires.....	930	—	930
Fonds commercial.....	—	—	—
Autres.....	—	—	—
Avances et acomptes.....	—	—	—
Immobilisations corporelles :			
Terrains.....	22 800	—	22 800
Constructions.....	35 000	10 000	25 000
Installations techniques, matériel et outillage.....	45 500	12 500	33 000
Industriel.....	2 700	1 300	1 400
Autres.....	—	—	—
Immobilisations corporelles en cours.....	—	—	—
Avances et acomptes.....	—	—	—
Immobilisations financières :			
Participations.....	19 000	3 000	16 000
Créances rattachées à des participations.....	—	—	—
Autres titres immobilisés.....	9 000	1 000	8 000
Prêts.....	5 000	—	5 000
Autres.....	—	—	—
Total I	140 640	28 140	112 500
ACTIF CIRULANT			
Stocks et en-cours :			
Matières premières et autres approvisionnements.....	10 000	4 000	6 000
En-cours de production (biens et services).....	15 000	3 000	12 000
Produits intermédiaires et finis.....	1 800	300	1 500
Marchandises.....	500	—	500
Avances et acomptes versés sur commandes.....	—	—	—
Créances :			
Créances clients et comptes rattachés.....	95 000	10 000	85 000
Autres.....	2 000	—	2 000
Capital souscrit-appelé, non versé.....	—	—	—
Valeurs mobilières de placement :			
Actions propres.....	800	100	700
Autres titres.....	200	—	200
Disponibilités.....	1 800	—	1 800
Charges constatées d'avance.....	—	—	—
Total II	127 100	17 400	109 700
Charges à répartir sur plusieurs exercices (III).....	1 200	—	1 200
Primes de remboursement des obligations (IV).....	750	—	750
Écart de conversion Actif (V).....	800	—	800
TOTAL GÉNÉRAL (I + II + III + IV + V)	270 490	45 540	224 950

	Exercice N	
	Brut	moins provisions (à l'ajour)
PASSIF		
CAPITAUX PROPRES		
Capital.....	40 000	—
Primes d'émission, de fusion, d'apport.....	4 000	—
Écart de réévaluation.....	—	—
Réserves :		
Réserve légale.....	2 500	—
Réserves statutaires ou contractuelles.....	1 200	—
Réserves réglementées.....	4 600	—
Autres.....	—	—
Report à nouveau (1).....	—	—
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte).....	18 500	—
Subventions d'investissement.....	800	—
Provisions réglementées.....	2 400	—
Total I	74 000	—
Provisions pour risques.....	700	—
Provisions pour charges.....	1 300	—
Total II	2 000	—
DETTES (2)		
Emprunts obligataires convertibles.....	18 000	—
Autres emprunts obligataires.....	19 000	—
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (2).....	3 000	—
Emprunts et dettes financiers divers.....	1 000	—
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours.....	83 500	—
Dettes fournisseurs et comptes rattachés.....	20 800	—
Dettes fiscales et sociales.....	—	—
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés.....	1 650	—
Autres dettes.....	—	—
Produits constatés d'avance.....	700	—
Total III	147 650	—
Écart de conversion Passif (IV).....	1 300	—
TOTAL GÉNÉRAL (I + II + III + IV + V)	224 950	—

(1) Dont à plus d'un an.....
Dont à moins d'un an.....

(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banques.....