

ANNEXE 18 : Les carnets WISEAS



UN SYSTEME GLOBAL D'AIDE A LA VENTE !

WISEAS propose des publipostages groupés (bus mailing) très ciblés. Les offres des annonceurs sont liées sous forme de carnet. Au centre de chaque carnet une carte de documentation prioritaire permet au lecteur de formuler les demandes de documentation qu'il désire et de répondre à un questionnaire assez précis sur son entreprise et son projet.

WISEAS édite des Carnets d'information contenant une sélection de produits nouveaux, destinés à des professionnels ou des particuliers clairement identifiés. Ils les utilisent pour se renseigner en prévision de leurs achats futurs.

Les Carnets WISEAS ont pour vocation d'aider les industriels à mieux prospecter leurs marchés, avec des services d'aide à la vente.

WISEAS propose aux fabricants annonceurs des Carnets un ensemble de services d'aide à la vente. Le but est de les libérer des tâches administratives, pour mieux tirer profit de leurs demandes et satisfaire leurs lecteurs -acheteurs.

Les Carnets WISEAS sont les outils de prospection directe les plus efficaces et complets sur leurs 13 cibles professionnelles. Chaque édition des Carnets couvre un segment de marché vertical et homogène avec un taux de pénétration proche de 100 %. Les moyens mis en place permettent de traiter chaque année 80 000 cartes d'information, totalisant 350 000 demandes-lecteurs. Les produits présentés dans nos Carnets sont placés en situation de vente active. Chaque étude d'impact que nous réalisons après parution le confirme.

Les Carnets WISEAS disponibles :

| EDITIONS | Nombre d'exemplaires |
|--|----------------------|
| Grandes cultures et élevage | 229 000 |
| Viticulteurs et vigneron | 85 000 |
| Maires, élus et décideurs des collectivités | 120 000 |
| Concepteurs et prescripteurs du bâtiment | 92 264 |
| Entrepreneurs de maçonnerie, entreprises générales | 93 749 |
| Chauffage, sanitaire, génie climatique | 80 534 |
| Menuisiers, agenceurs, métalliers, industriels du bois | 80 152 |
| Acheteurs du négoce et de la distribution Bâtiment | 30 580 |
| Acheteurs de maisons individuelles | 135 000 |
| Bouchers, charcutiers, traiteurs | 48 300 |
| Pâtisseries, boulangers, glaciers | 64 000 |
| Restaurants, hôtels, collectivités. | 100 000 |

Comment le portail WISEAS.FR démultiplie votre efficacité !

Votre annonce est publiée gratuitement sur notre portail dès parution du Carnet

Les annonces paraissant dans les Carnets sont publiées gratuitement sur notre portail wiseas.fr. Celui-ci, avec 70.000 visiteurs uniques et 15.000 coupons-réponses postés en ligne par les lecteurs (prévision 2002), démultiplie votre efficacité.

Couplé avec les Carnets, dont il est complémentaire, le portail wiseas.fr est un outil de travail utile et bien adapté aux exigences des nouveaux acheteurs.

Elle est intégrée dans une véritable base de données multi-secteurs, riche de 6000 offres. Les lecteurs y accèdent par familles de produits et par fabricants. Elle reste visible et facile d'accès pendant 18 mois. Vous bénéficiez d'une audience qualifiée.

C'est pour vous l'assurance que vos offres produits susciteront pendant longtemps des contacts à fort potentiel d'achat.

ANNEXE 18 bis : Les carnets WISEAS

Un lien dynamique vers votre site vous procure une véritable audience qualifiée

Chaque visiteur, par ce lien, dispose d'un accès immédiat à plus d'informations sur votre société et ses produits. Ce lien avec votre site est une occasion supplémentaire de le dynamiser avec une véritable audience qualifiée.

Notre relation privilégiée avec 20.000 lecteurs abonnés renforce votre audience

Un service d'abonnement aux nouveautés par courrier électronique (e-mailing) renforce le lien entre nos visiteurs et les entreprises qui nous font confiance. Nos abonnés ainsi fidélisés sont automatiquement alertés de vos nouvelles offres dès parution (e-messaging). La forte motivation de ces lecteurs abonnés est pour vous un gage d'efficacité.

Téléchargez vos demandes-lecteurs pour vous libérer de leur ressaisie !

Avec un accès sécurisé à notre base de données, rien de plus facile que de vous approprier chaque jour toutes les demandes suscitées par votre annonce, (cartes-réponses courrier et coupons online postés par les lecteurs). En 3 clics, elles sont sur votre ordinateur, prêtes pour une action commerciale immédiate. On ne peut faire plus rapide !

| Edition Concepteurs et Prescripteurs du bâtiment | 92 264 destinataires par N° |
|---|------------------------------------|
| Architectes, urbanistes et maîtres d'œuvre du bâtiment | 29 545 |
| Bureaux d'études intégrés ou indépendants, ingénieurs conseils, ingénierie, contrôle (1 salarié et +) | 17 787 |
| Economistes de la construction et géomètres | 18 446 |
| Administrateurs d'immeubles | 17 924 |
| Maintenance des entreprises industrielles de + 200 salariés | 8 562 |
| <i>Rendement moyen 701 demandes Meilleur score : 2506 demandes</i> | |
| Parutions 6 mai et 21 octobre | |

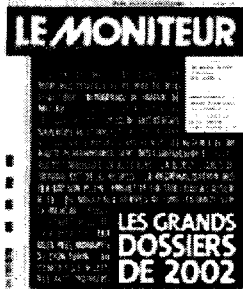
| Edition Maires, Elus et Décideurs des Collectivités | 120 000 destinataires par No |
|---|-------------------------------------|
| Maires et premiers adjoints, villes de 500 à + 100 000 habitants | |
| Décideurs des villes : secrétaires et directeurs généraux des services techniques, ingénieurs techniques des villes | |
| Adjoints territoriaux (ATTF) OPAC et offices HLM | |
| Etablissements. publics de coopération (SEM, districts, sivom), | |
| Conseils généraux, Régionaux, Administrations décentralisées (travail, santé, urbanisme...) | |
| Chefs de service et ingénieurs des DDE | |
| <i>Rendement moyen 158 demandes, Meilleur score : 678 demandes</i> | |
| Parutions 30 avril et 24 octobre | |

NOS TARIFS

| EDITIONS | Page Verso | Page Recto | Couverture | Page centrale |
|--|------------|------------|------------|---------------|
| Maires, élus et décideurs des collectivités | 6 140 | 6 550 | 7 350 | 12 690 |
| Concepteurs et prescripteurs du bâtiment | 6 140 | 6 550 | 6 870 | 12 690 |
| Entrepreneurs de maçonnerie, entreprises générales | 5 820 | 6 220 | 6 870 | 12 690 |

ANNEXE 19 : Le moniteur des travaux publics et du bâtiment

L'HEBDOMADAIRE ECONOMIQUE ET PROFESSIONNEL DU CADRE DE VIE



Le marché du cadre de vie, un espace en mouvement ...

L'aménagement du territoire (infrastructure, réseaux de communication, ...)

La construction et l'architecture (bâtiment et travaux publics, ...)

L'environnement (eau, air, énergie, déchets, bruit, ...)

129 milliards d'euros de C.A. pour la construction

24 milliards d'euros de dépenses pour la protection de l'environnement

Un marché animé par des acteurs multiples :

LES FINANCIERS : les maîtres d'ouvrage publics et privés :

L'Etat et son administration,

Les collectivités locales : régions, départements, communes,

Les établissements publics,

Les promoteurs immobiliers, administrateurs de biens, les entreprises privées

LES CONCEPTEURS : les maîtres d'œuvre

Architectes,

Bureaux d'études techniques et les sociétés d'ingénierie du bâtiment,

Les cabinets d'économistes de la construction

LES BATISSEURS 287 597 entreprises de BTP

LES FOURNISSEURS

Les industriels et sociétés de services,

L'HEBDOMADAIRE ECONOMIQUE ET PROFESSIONNEL DU CADRE DE VIE

61 724 exemplaires dont

56 193 exemplaires en diffusion totale payée

68% en régions

95 % d'abonnés

Une diffusion
large



Selon l'enquête IPSOS / LE MONITEUR 47% des maîtres d'œuvre, 51 % des cabinets d'architectes, 53 % des bureaux d'études techniques et 33% des économistes de la construction sont des lecteurs réguliers du MONITEUR

493 000 lecteurs cadres dont **304 000 cadres supérieurs**

- cadres du négoce : 3 %

- architectes et cabinets d'études : 9 %

- cadres de l'industrie : 10%

- cadres du BTP : 17%

- prestataires de services (loueurs, transport, télécoms, banques, ...) : 29%

- cadres de l'administration des collectivités locales : 32 %

Une audience
puissante



Une audience
réactive

180 000 demandes d'informations produits par an

Source OJD 2000

ANNEXE 19 bis : Le moniteur des travaux publics et du bâtiment



TARIFS DE PUBLICITE 2003 Prix unitaire de la première insertion En euros HT – TVA 19,60 % -

| | QUADRI | BICHRO / NOIR |
|-------------------------------------|--------|------------------|
| DOUBLES PAGES | | |
| Double page d'ouverture | 25 350 | 17 800 |
| Double page 1 ^{er} cahier | 20 350 | 14 250 |
| Double page | 16 950 | 11 900 |
| PAGES | | |
| Page 1 ^{er} cahier recto | 14 650 | 11 050 |
| Page 1 ^{er} cahier | 13 300 | 10 000 |
| recto | 11 550 | 8 650 |
| Page | 10 500 | 7 950 |
| ½ PAGES | | |
| ½ Page 1 ^{er} cahier recto | 7 200 | 5 450 |
| ½ Page 1 ^{er} cahier | 6 600 | 4 900 |
| ½ Page recto | 5 750 | 4 300 |
| ½ Page | 5 200 | 3 900 |
| ¼ PAGES | | |
| ¼ Page recto | 3 050 | 2 350 |
| ¼ Page | 2 750 | 2 050 |

Le 1^{er} cahier correspond aux rubriques actualité semaine nationale et régionale.

Dégressifs nombre d'insertions

| | | |
|-----------------------|---|--------|
| 2 Insertions | ⇒ | - 5 % |
| 3 à 4 Insertions | ⇒ | - 7 % |
| 5 à 6 Insertions | ⇒ | - 9 % |
| 7 à 8 Insertions | ⇒ | - 12 % |
| 9 à 11 Insertions | ⇒ | - 14 % |
| 12 à 15 Insertions | ⇒ | - 16 % |
| 16 à 18 Insertions | ⇒ | - 18 % |
| 19 et plus Insertions | ⇒ | - 20 % |

ANNEXE 20 : Publipostage par télécopie POC

**...pour prospecter de nouvelles cibles, annoncer un nouveau produit,
dynamiser votre fichier client**

Création de fichiers selon votre demande et suivant les critères ci-dessous définis :

| | Taille du fichier | Taux de retour moyen |
|---------------------------------|-------------------|----------------------|
| Architecte et B. E. | 40 000 | 2,5 % |
| Cadre des collectivités locales | 150 000 | 1 % |

Un support très économique

Le mailing fax s'inscrit dans l'éventail des actions commerciales liées au marketing direct. Il permet de prospecter à grande échelle et d'obtenir des retours immédiats. Par ailleurs, le mailing fax est l'un des moyens de communication les plus économiques, dans la mesure où le coût d'acheminement de la télécopie est bien inférieur que celui d'une lettre. Il est, par ailleurs, très facile à mettre en oeuvre.

Une prospection ciblée

Comme tout support de marketing direct, le mailing fax permet de communiquer de manière très pointue. Alors que les supports de communication traditionnels ne permettent qu'un ciblage très approximatif du public destinataire, le mailing fax vous permet de déterminer très précisément votre cible. En communiquant par télécopies, vous pouvez choisir de manière extrêmement précise la zone géographique de prospection et le secteur d'activité de vos futurs prospects.

Une communication rapide et souple

Sa mise en oeuvre rapide permet la réalisation complète d'une opération en moins de deux jours. Il nous est possible de segmenter le fichier des destinataires afin de tester plusieurs messages de communication différents. Par ailleurs, la grande souplesse quant à l'expédition permet de programmer très précisément l'heure d'envoi, afin de vous permettre d'être fin prêt pour une bonne gestion des retours.

Une prestation « clef en main »

P.I.C. vous propose des prestations « clef en main » pour vos opérations de fax mailing, en expédiant votre message à un fichier de numéros de télécopieurs constitué spécialement en fonction des critères géographiques et sectoriels que vous choisirez. Bien entendu, nous sommes également en mesure d'envoyer vos télécopies à destination de numéros issus d'un fichier déjà constitué par vos soins, si vous souhaitez utiliser la télécopie comme moyen d'annoncer un nouveau produit ou une promotion à vos clients.

Quelques conseils

Idéalement, le document doit tenir sur une page A4 et être lu et compris en quelques secondes. Votre offre doit immédiatement être comprise et l'accélérateur de vente mis en avant. Pensez également à l'impact des images, à insérer un coupon-réponse sans oublier vos coordonnées de retour et à réaliser un document en noir et blanc (30 % des télécopieurs du marché n'acceptent pas une définition avec des tramages de gris).

Tarifs

De la base de données (achat de fichier)

| | | | |
|--|---------------------|--|---------------------|
| Architectes et bureaux d'études : | 0,57 Euro HT | Responsables Équipement pour les collectivités locales : | 0,15 Euro HT |
| Raison sociale, coordonnées postales et téléphoniques, nom du responsable achat du cabinet, spécialisation du cabinet : Habitat individuel, Immeuble de bureaux ou d'habitat. | | Raison sociale, coordonnées postales et téléphoniques, nom du responsable. | |

Grille de prix des envois en fonction des quantités envoyées

| Prix HT pour une page | Quantité Inférieure à 1 000 | Entre 1 000 et 5 000 | Entre 5 000 et 30 000 | Supérieur à 30 000 |
|-----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Tarif de Jour | 0,065 | 0,060 | 0,058 | 0,055 |
| Tarif de Nuit | 0,060 | 0,055 | 0,047 | 0,050 |

| | WISEAS | | MONITEUR des travaux | | Télépublipostage (1) POC | |
|---------------------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| | Architecte et B. E. | Cadres des collectivités locales | Architecte et B. E. | Cadres des collectivités locales | Architecte et B. E. | Cadres des collectivités locales |
| Audience utile | | | 44 370 | 157 760 | 40 000 | 150 000 |
| Coût | | | 7 200 | | 24 800 | 30 000 |
| Coût pour mille contacts utiles | | | 65,62 | | 620 | 200 |
| Nombre de retours moyens | | | 142 | | 1 000 | 1 500 |
| Taux de retour global | | | 0,07 % | | 2,5 % | 1 % |
| Coût d'acquisition du prospect | | | 50,89 | | 24,80 | 20 |

(1) Fax mailing

DOCUMENT RÉPONSE À RENDRE AVEC VOTRE COPIE

ANNEXE 21 : Tableau comparatif

ANNEXE 22 : Éléments pour le budget de trésorerie

DELAIS DE REGLEMENT OU D'ENCAISSEMENT

L'ancienneté et la longue expérience de ETB lui permettent d'imposer ses conditions de paiement à ses clients. De plus, ses fournisseurs lui concèdent des délais intéressants du fait de sa fidélité et la régularité de ses commandes.

- Créances clients : 30% à l'installation, le solde à 60 jours fin de mois d'installation
- Approvisionnements : les vérins et l'acier sont réglés à 60 jours, le verre à 30 jours,
- Rémunérations :
 - Salaires dernier jour du mois concerné pour un montant de 250 000 euros par mois
 - Charges sociales 15 du mois suivant le mois concerné pour un montant de 165 000 euros par mois
- Les charges indirectes sont réglées au comptant. Elles sont estimées à 150 000 euros par mois

RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

- TVA : tous les approvisionnements sont imposés au taux normal de 19,6%. En revanche, toutes les ventes concernées bénéficient du taux de 5,5% en tant que travaux neufs sur immeubles de plus de 2 ans. Il en découle un crédit de TVA récurrent qui aboutit à un remboursement avec un délai de paiement de 60 jours.

| | |
|------------------|--------|
| Crédits de TVA : | |
| De novembre | 13 320 |
| De décembre | 16 872 |

Par souci de simplification, les charges indirectes ne sont pas imposées à la TVA.

- Investissements :
Il est prévu d'équiper dès le mois de janvier l'atelier de différentes machines.
Coût estimé 100 000 € hors taxe, payé au comptant.
- Dettes aux fournisseurs : 696 072 €

| | |
|--|---------|
| Dettes fournisseurs exigibles en janvier | 332 488 |
| Dettes fournisseurs exigibles en février | 363 584 |
| Charges sociales exigibles en janvier | 160 000 |
- Créances clients : 1 235 424 €

| | |
|---------------------|---------|
| Exigible en janvier | 531 720 |
| Exigible en février | 673 512 |
- Existant en trésorerie au 31/12/2003 : 25 000

ANNEXE 22 bis : Éléments pour le budget de trésorerie (suite)

Budgets préparatoires au budget de trésorerie du premier trimestre 2003

| BUDGET DES VENTES | | | | |
|--------------------------|----------------------|----------------|----------------|-------------|
| | | JANVIER | FÉVRIER | MARS |
| LIVRAISONS | HT | 1 344 000 | 600 000 | 1 260 000 |
| | TTC | 1 417 920 | 633 000 | 1 329 300 |
| | TVA collectée à 5,5% | 73 920 | 33 000 | 69 300 |

| BUDGET DES APPROVISIONNEMENTS | | | | |
|--------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|
| HT | Vérin | 336 000 | 150 000 | 315 000 |
| | Acier | 112 000 | 50 000 | 105 000 |
| | Verre | 56 000 | 25 000 | 52 500 |
| | Investissements | 100 000 | | |
| | Total | 604 000 | 225 000 | 472 500 |
| | | | | |
| TTC | Vérin | 401 856 | 179 400 | 376 740 |
| | Acier | 133 952 | 59 800 | 125 580 |
| | Verre | 66 976 | 29 900 | 62 790 |
| | Investissements | 119 600 | 0 | 0 |
| | Total | 722 384 | 269 100 | 565 110 |
| TVA déductible | Au taux de 19,6% | 118 384 | 44 100 | 92 610 |

| BUDGET DE TVA | | | |
|----------------------|----------------|----------------|-------------|
| | JANVIER | FÉVRIER | MARS |
| TVA collectée | 73 920 | 33 000 | 69 300 |
| TVA déductible | 118 384 | 44 100 | 92 610 |
| crédit de TVA | -44 464 | -11 100 | -23 310 |

ANNEXE 23 : Budget de trésorerie pour le premier trimestre 2003**DOCUMENT RÉPONSE À RENDRE AVEC VOTRE COPIE**

| BUDGET DES ENCAISSEMENTS | | | |
|---------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Montants TTC | JANVIER | FÉVRIER | MARS |
| Règlement au comptant | | | |
| Solde | | | |
| Reversement de TVA | | | |
| Créances clients | | | |
| Total | | | |

| BUDGET DES DÉCAISSEMENTS | | | |
|---------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Montants TTC | JANVIER | FÉVRIER | MARS |
| Vérin | | | |
| Acier | | | |
| Verre | | | |
| Dettes fournisseurs | | | |
| Dettes sociales | | | |
| Salaires | | | |
| Charges sociales | | | |
| Charges indirectes | | | |
| Investissement | | | |
| Total | | | |

| | JANVIER | FÉVRIER | MARS |
|--------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Trésorerie début de mois | | | |
| Flux net | | | |
| Trésorerie fin de mois | | | |