

BTS MAVETPM

GESTION ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE

SESSION 2007

Durée : 2 heures 30
Coefficient : 2

L'usage de la calculatrice est strictement interdit.

Aucun document autorisé.

Annexes :

Annexe 1 : ventes de matériels BTP page 5
Annexe 2 : marché de la location page 6
Annexe 3 : extrait de l'interview de Monsieur Grane, directeur commercial page 7
Annexe 4 : « les conditions générales de location s'imposent » page 8

Barème indicatif :

Dossier 1 : 18 points
Dossier 2 : 13 points
Dossier 3 : 9 points

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 8 pages, numérotées de 1/8 à 8/8.

BTS MAVETPM	Session 2007
Gestion économique et juridique	Code : MME5EG Page : 1/8

Vous êtes responsable des ateliers d'une des nouvelles agences du groupe PW France, filiale de la société chinoise LKG. Celle-ci souhaite s'implanter durablement sur le marché européen de la location de matériels pour le bâtiment, les travaux publics et l'industrie.

Cette agence loue du matériel, en assure la maintenance en atelier et sur site et distribue du petit matériel. Cette activité profite d'un marché porteur, mais très concurrentiel, où il est nécessaire de rester à l'écoute d'opportunités de développement.

Le responsable d'agence, votre supérieur hiérarchique, souhaite développer la part de marché de la société à l'échelle de la région. C'est pourquoi, il fait appel à vos compétences pour évaluer la situation et répondre à un certain nombre de questions.

DOSSIER 1 : L'ANALYSE STRATÉGIQUE

Il vous est demandé de réaliser deux études liées à la situation économique dans le secteur du Bâtiment et des Travaux publics (BTP) et à la politique du groupe PW.

À l'aide de vos connaissances et des annexes 1, 2 et 3 :

- 1.1 Identifiez les éléments qui ont contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires de matériels de BTP. Justifiez vos réponses.
- 1.2 Repérez les opportunités et les difficultés que rencontrent actuellement les loueurs.
- 1.3 Caractérisez la stratégie suivie par la direction du groupe PW et précisez les différentes mesures mises en place.
- 1.4 Présentez en quelques mots, pour un groupe comme PW, les différents outils d'aide à la décision.

DOSSIER 2 : LE CONTRAT DE LOCATION

La location est l'activité principale de votre agence. Les conditions générales de location sont reprises dans un document type intitulé « Contrat de location de matériel d'entreprise sans conducteur ».

Votre supérieur hiérarchique vous remet un extrait du compte rendu du Congrès de la Fédération Nationale des Distributeurs, Loueurs et Réparateurs de matériel de bâtiment, travaux publics et manutention qui dénonce une certaine dérive. Par ailleurs, votre entreprise est en litige avec un client, « Les Chantiers de la Manche », qui réclame le versement d'une pénalité, suite à une panne.

À l'aide de vos connaissances et de l'annexe 4 :

- 2.1 Listez les obligations des parties au contrat de location.
- 2.2 Ce contrat de location est un contrat à titre onéreux. Citez trois autres caractéristiques en justifiant vos réponses.
- 2.3 Illustrez par des exemples l'évolution des conditions de location qui résultent des nouvelles relations avec les clients.
- 2.4 Précisez quelles sont les trois conditions nécessaires à l'éventuelle mise en œuvre de la responsabilité contractuelle de votre agence.
- 2.5 Identifiez les éléments sur lesquels les juges vont s'appuyer pour justifier leur décision, relative au litige avec « Les Chantiers de la Manche ».
- 2.6 Indiquez les risques juridiques et financiers pour votre agence si elle a dérogé aux conditions générales de location pour ce litige.

DOSSIER 3 : LE PUBLIPOSTAGE

Vous venez de recevoir une note de la direction commerciale du groupe. La politique commerciale mise en œuvre consistera à essayer d'atteindre une nouvelle cible de clientèle : les collectivités locales.

En effet, ces dernières s'ouvrent de plus en plus à la location de matériels autour de trois domaines : les travaux de voirie, les espaces verts, l'évènementiel.

Ce nouveau service s'accompagne d'un besoin de conseil et de proximité. Vous êtes chargé(e) de mener à bien cette opération commerciale au sein de votre agence.

Votre agence ne dispose pas, à ce jour, de fichier « collectivités locales ». Vous devez prendre contact par téléphone avec chaque collectivité locale afin de collecter les renseignements indispensables pour adresser ensuite un publipostage à la personne concernée.

À l'aide de vos connaissances :

3.1 Concevez la fiche téléphonique.

3.2 Indiquez les mentions indispensables qui doivent figurer dans la lettre de publipostage.

Annexe 1 - Ventes de matériels BTP

Des indicateurs économiques très favorables

Tirée par un secteur de la construction particulièrement dynamique, l'activité des loueurs et des distributeurs enregistre une croissance forte qui doit se maintenir à court et moyen termes. Le bilan économique de la distribution comme de la location est positif. Avec 459 entreprises identifiées* (7 000 salariés), générant un chiffre d'affaires de 1,9 milliard d'euros

L'activité des distributeurs (+12,5 % en 2005) est en pleine mutation avec la montée en puissance des services : la location longue durée, les chiffres d'affaires Pièces Détachées et le chiffre d'affaires généré par la main-d'œuvre et les déplacements tendent à progresser. Le parc vivant des matériels de TP en France est estimé à 170 000 machines.

Côté location, le bilan est également orienté à la hausse : +6,5 % au cours de l'année dernière, les 840 entreprises considérées ayant réalisé un chiffre d'affaires de 2,95 milliards d'euros. A ce niveau, la location de matériel pour le BTP (hors assurance), représente désormais 1,60 % du chiffre d'affaires global de la filière construction. Tous les indicateurs de l'année 2005 sont au vert,

qu'il s'agisse des jours facturés (+5,5 %), valeur d'origine du parc (+7 %), les investissements (+13 %), le taux de rotation moyen au cours du 4^e trimestre 2005 s'établissant à 55 %.

Le poids de la location dans les ventes totales de matériels est désormais de 33 %. Les perspectives à court terme sont également favorables à une majorité (54 %) de loueurs prévoyant une hausse de leur activité.

Cette bonne tenue des marchés de la distribution et de la location profite naturellement aux constructeurs.

Avec 36 795 machines vendues en 2005 (contre 33 859 en 2004), le marché français reste l'un des tous premiers marchés européens (près de 20 % des ventes globales), et se caractérise par une forte hausse, tirée en particulier par les gammes compactes synonymes de volumes :

8 600 mini-pelles (dont 3 700 pour le marché des loueurs, soit 43 % des ventes), 4 150 nacelles élévatrices (dont 1 500 pour le marché des loueurs soit 36 % des ventes), et 7 130 élévateurs télescopiques également fortement présents dans les parcs de location. Il est important de noter que ces trois lignes de produits assurent plus de la moitié des volumes de ventes en France. Autre élément d'information déterminant, le quasi doublement des volumes commercialisés depuis 10 ans (x 3 pour les minipelles). La mécanisation croissante des chantiers, les investissements des loueurs sont les deux principaux vecteurs de cette progression spectaculaire (+14 % en 2005, +25 % en 2004), amplifiée par une diversification

de la clientèle en plusieurs familles de produits dépassant même leurs plus hauts historiques.

« Dans un contexte économique porteur pour le BTP, le marché global devrait connaître une nouvelle hausse qui pourrait atteindre +5 % », anticipe Alain Rosaz, président du Syndicat des entreprises internationales de matériels de TP, mines et carrières, bâtiment et levage (Seimat), qui mentionne la reprise des grands chantiers d'infrastructures favorables aux investissements de matériels de terrassement et le maintien à haut niveau des investissements des loueurs. Cela permet d'escompter une année 2007 encore porteuse et vraisemblablement une certaine pause pour 2008.

Chantiers de France n° 389, Avril 2006

* source Baromètre DLR I+C.

BTS MAVETPM		Session 2007
Gestion économique et juridique	Code : MME5EG	Page : 5/8

Annexe 2 - Marché de la location

Carton jaune pour le marché de la « loc » en France

Alors que depuis plus de deux ans déjà par bonds et rebonds successifs on assiste en France à une progression de l'activité location, avec pour conséquence un regain d'optimisme dans les rangs des loueurs français de matériel de BTP et industriel, et bien sûr de leurs fournisseurs, une très récente étude réalisée par un bureau d'analyse britannique auprès des cent premiers acteurs, montre qu'il serait prudent de se méfier des faux rebonds de l'activité.

En effet, il ressort de cette étude que la pression concurrentielle devient de plus en plus forte sur le marché. 31 sociétés dites « majeures » ont accepté une réduction de leurs marges et beaucoup d'autres ont même subi des pertes. D'après les statistiques, il apparaît que 17 acteurs, parmi les plus importants, vendent déjà à perte, que 15 sociétés perdent de l'argent pour la deuxième année consécutive et que les marges de 31 autres ont chuté. Par ailleurs, si sur ce marché de la location d'engins de chantier 26 sociétés ont maintenu leur chiffre d'affaires, ces dernières se sont résolues à réduire leur marge. La marge moyenne de ces 100 plus grandes entreprises atteint 3 % des ventes. Le retour sur investissement moyen est de 3,8 %.

Toujours selon le cabinet anglo-saxon « *tout n'est pourtant pas aussi noir que cela et certaines entreprises tirent fleur épingle du jeu* ». En effet, 80 entreprises ont augmenté la productivité de leurs salariés, 10 ont vu leur bénéfice d'exploitation passer la barre des 30 millions d'euros, 25 d'entre elles, considérées « *financièrement fortes* » et dont le chiffre d'affaires est en augmentation, sont notées « *meilleurs partenaires d'affaires* ». Toujours selon l'analyste « *même si ces entreprises sont en minorité, elles montrent néanmoins qu'il est possible de réaliser de bonnes marges de bénéfice et d'atteindre un taux d'accroissement des ventes enviable sur le marché de la location d'engins de BTP* ». Il est toutefois à noter que cette étude ne tient compte que du résultat d'exploitation de l'entreprise analysée, et non pas de son résultat réel qui tient compte de la revente des matériels après amortissement... D'où la fragilité de certains loueurs en cas de retournement de la tendance.

P.N.

BTP n° 195 mars 2006

BTS MAVETPM		Session 2007
Gestion économique et juridique	Code : MME5EG	Page : 6/8

Annexe 3 - Extraits de l'interview de Monsieur Grane, directeur commercial PW France

« Cette année a été marquée par une évolution considérable de notre société en France. Notre expansion en Europe doit continuer et nous voulons toucher toutes les clientèles du bâtiment. »

.../...

« Les investissements dépasseront cette année les 50 millions d'euros, principalement destinés à l'extension du réseau des agences mais aussi à la création du site internet de l'entreprise permettant une réelle offre en ligne dès le début 2008. La réussite de ce site électronique marchand sera une des conditions de réussite durable de l'implantation en Europe de la société. »

.../...

« Notre politique d'acquisition a porté ses fruits. Le chiffre d'affaires de la société a bondi de 60 à 170 millions d'euros en un an. Avec ses 10 agences et ses quelques 50 millions de chiffre d'affaires, l'enseigne Fast Loueurs a été une acquisition décisive en 2006 pour nous implanter durablement et surtout venir concurrencer les grands réseaux européens qui ne croyaient pas à nos chances de réussir. Ils sont en train de changer d'avis. De plus, le rachat début 2007 des 8 agences du spécialiste de la nacelle Loctop a aussi contribué à la croissance du groupe. »

.../...

« Mais, conformément aux plans établis, le développement est surtout passé cette année par la création d'agences en France et en Italie : Bordeaux, Florence, Haguenau, Milan, Naples, Rouen, Turin, Toulouse et Vélizy. L'Union européenne est l'un des axes prioritaires d'expansion du groupe avec le réseau généraliste. Dans un premier temps, nous ciblons les trois grands marchés identifiés comme stratégiques par la maison mère (Allemagne, France et Italie) sur lesquels nous créerons des offres spécialisées par métier ».

Annexe 4 - Les conditions générales de location s'imposent

L'atelier « Location » s'est ainsi intéressé aux conditions de location et l'évolution de la relation client. En préambule aux échanges, il apparaît que la relation client/fournisseur s'apparente de plus en plus à celle rencontrée dans la grande distribution. « Une certaine dérive contractuelle est à déplorer », rapporte Jérôme Loustalet, qui rappelle que les enjeux – bien connus – sont d'importance : il s'agit de conforter les conditions générales de la location car il s'agit du seul document reconnu par les différentes parties prenantes.

En outre, les exceptions ne doivent pas être contradictoires à ces conditions générales de location. « Il n'y a pas d'antinomie (1) entre ces conditions particulières auxquelles on accéderait et les conditions générales de la location », assure J. Loustalet qui insiste sur la nécessité de ne pas déroger aux conditions générales de location. De fait, le danger latent a trait à une responsabilité accrue avec des conséquences matérielles et immatérielles que les clients tenteraient d'imposer aux loueurs. En outre, cela reviendrait à se laisser imposer une position de sous-traitant avec obligation de résultat et non plus une obligation de moyens. Pour l'animateur de l'atelier, c'est la porte ouverte à toutes sortes de dérives, comme par exemple, des locations de remplacement aux frais du loueur ou des pénalités diverses au titre des pannes ou de retard, voire des reports de certains contrats tout aussi inacceptables que les conventions de comptes courants ou le raccourcissement des délais de prévenance.

Aussi, il paraît nécessaire de réaffirmer que ce sont bien les conditions générales de location qui régissent les relations clients/fournisseurs en particulier en cas de litige. Il est tout aussi indispensable que, sur ce point de vue, les loueurs adoptent une position commune et homogène. Ceci d'autant plus que de nouvelles pratiques tendent à émerger telles que les enchères inversées, les bonifications de fin d'année sur certains contrats, comme cela se fait dans la grande distribution. « Certains clients tentent d'imposer aux loueurs des droits d'entrée sur les contrats ou des bonifications de fin d'année conditionnelles, inconditionnelles ou les deux avec des leviers exponentiels ou des effets de levier au premier euro », dénonce J. Loustalet qui mentionne également des dérives au niveau des assurances à travers les clauses de non-retour. Certains clients essaieraient d'imposer des assurances « à la carte » par ce biais.

Des avancées sont cependant signalées qui concernent la gratuité des transports, les arrêts de chantiers et le recours au prix forfaitaire. En tout état de cause, il semble primordial de ne pas accepter les clauses qui remettent en cause les fondements même de la profession et qui s'avèrent contraires aux intérêts des loueurs. Et J. Loustalet de conclure : « C'est à tous les loueurs de défendre au quotidien à travers notamment la défense des conditions générales interprofessionnelles qui doivent faire force de loi ».

(1) antinomie : contradiction

Chantiers de France, n°379, avril 2005

BTS MAVETPM		Session 2007
Gestion économique et juridique	Code : MME5EG	Page : 8/8

BTS MAINTENANCE ET APRÈS-VENTE DES ENGINs DE TRAVAUX PUBLICS ET DE MANUTENTION

TECHNIQUES QUANTITATIVES DE GESTION

Session 2007

Durée : 1 heure 30

Coefficient : 1

Matériel autorisé :

Calculatrice conformément à la circulaire N°99-186 du 16/11/1999.

Document autorisé : aucun.

Annexes :

Annexe 1 : données prévisionnelles

Annexe 2 : informations financières

Annexe 3 : vente du kit de maintenance

Barème indicatif :

Dossier 1 : 10 points

Dossier 2 : 10 points

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

BTS MAVETPM		Session 2007
Techniques quantitatives de gestion	Code : MME5TG	Page : 1/3

Annexe 1 : données prévisionnelles

Chiffre d'affaires mensuel hors taxes (CAHT)	41 800 €
Coût d'achat des marchandises vendues	50% du CAHT
Redevance	1% du CAHT
Charges de personnel	39 600 € de salaires annuels auxquels s'ajoutent 40% de charges sociales
Autres charges (hors amortissement)	122 440 €

- Les charges de personnel et les "autres charges" sont considérées comme fixes.
- L'amortissement du local est évalué à 11 000 € par an.

Annexe 2 : informations financières

Investissement (acquisition du local) : 165 000 €.

Le taux d'imposition moyen est de 33,1/3 %

Taux d'actualisation : 7 %

Rappel : L'amortissement est une dépense non décaissable.

Annexe 3 : ventes du kit de maintenance (en quantité)

Années 2004 – 2005 – 2006.

Année	1 ^{er} trimestre	2 ^{ème} trimestre	3 ^{ème} trimestre	4 ^{ème} trimestre
2004	24	74	48	98
2005	27	80	54	105
2006	31	89	60	120