

**SESSION 2020**

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**

**GESTION DE LA PME**

**SOUTENIR LE FONCTIONNEMENT ET LE  
DÉVELOPPEMENT DE LA PME**

**Coefficient : 6**

**Durée : 4 heures 30**

**MATÉRIEL(S) AUTORISÉ(S) :**

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de calculatrice sans mémoire (type collège) est autorisé.

**Aucun document autorisé**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 16 pages numérotées de 1 à 16.

**AVERTISSEMENT** : Dans le souci du respect de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, les extraits d'articles de presse, spécialisés ou non, sont reproduits en leur état originel. Ils sont donc susceptibles de comporter des mots ou expressions de style oral ou professionnel.

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME</b>		<b>SESSION 2020</b>
<b>Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME</b>	<b>20NC-GPMEU6-P</b>	<b>Page 1 sur 16</b>



## COMPOSITION DU CAS

### Présentation du cas

**Dossier 1 : Contribution à la qualité du système d'information (30 points)**

**Dossier 2 : Participation au diagnostic financier et à l'analyse de l'activité (45 points)**

**Dossier 3 : Participation au développement commercial de PITACA (45 points)**

### Présentation des annexes rattachées à chaque dossier

#### **Dossier 1 : Contribution à la qualité du système d'information**

Annexe 1	Extrait du diagramme événement-résultat du processus de commercialisation de PITACA	Page 9
Annexe 2	Entretien avec Annie, directrice des opérations	Page 10

#### **Dossier 2 : Participation au diagnostic financier et à l'analyse de l'activité**

Annexe 3	1 <sup>ère</sup> partie des notes prises par vous-même lors de la réunion du comité de direction	Page 11
Annexe 4	Courriel reçu de Pascal ARBAULT, Président de DAVI, à la suite de la réunion	Page 11
Annexe 5	Pièce jointe au courriel de Pascal ARBAULT : bilans fonctionnels 2020, 2021	Page 12
Annexe 6	2 <sup>ème</sup> partie des notes prises par vous-même lors de la réunion du comité de direction	Page 12
Annexe 7	Courriel de Maud, collaboratrice, à propos de la variabilité des charges	Page 13
Annexe 8	Pièce jointe au courriel de Maud, collaboratrice : Feuille de calcul « Produits / Charges PITACA analyse par variabilité »	Page 13

#### **Dossier 3 : Participation au développement commercial de PITACA**

Annexe 9	Courriel de Pascal ARBAULT sur la journée de présentation de PITACA	Page 14
Annexe 10	Exemple d'un post sur le compte Twitter de DAVI	Page 14
Annexe 11	Extrait des documents de la plateforme de stockage	Pages 15 et 16
Annexe 12	Éléments de la journée de présentation	Page 16

# DAVI, LES HUMANISEURS DE LA RELATION DIGITALE

L'entreprise DAVI intervient dans le secteur du numérique. Située à Nevers, en Bourgogne, elle est dirigée par Pascal ARBAULT, son créateur et actuel président. Elle développe depuis une vingtaine d'années des logiciels applicatifs. Créée



DAVI. LES HUMANISEURS.NEVERS  
☎ 03 86 00 00 00  
1 avenue du Général de Gaulle  
58000 NEVERS

au moment de l'explosion du phénomène startup, elle a conservé cette culture d'entreprise et cet état d'esprit. En effet, son domaine d'activité, très évolutif, la conduit à imaginer en permanence des produits innovants qu'elle développe en utilisant un modèle de financement, en principe, propre aux jeunes entreprises du numérique. Ainsi, les nouveaux projets sont financés en partie par des subventions publiques ou privées dans leur phase de recherche et développement.

Dans un contexte d'essor de l'intelligence artificielle et de la représentation 3D, DAVI développe **des agents conversationnels animés** appelés « *chatbot* ». Ils sont générés en temps réel, de forme humaine très réaliste et sont capables de comprendre le langage et les émotions des humains. L'intelligence artificielle (IA) permet au « *chatbot* » d'adapter sa réponse et son comportement à celui de son interlocuteur.

L'objectif de DAVI est de transformer, grâce à des interfaces digitales, la relation avec la machine en une relation calquée sur celle des personnes. L'utilisateur pourra échanger avec l'interlocuteur numérique comme il le ferait avec un humain.

Ancrée sur le développement de son territoire, l'entreprise a créé 20 emplois depuis sa création.

L'aspect technique de l'interface est essentiellement porté par des designers, des infographistes et des développeurs 3D. Ces opérateurs sont accompagnés par des psychologues et des ingénieurs spécialistes en intelligence artificielle pour « humaniser » au plus juste les agents conversationnels animés.

## Organigramme fonctionnel

DAVI, Les humaniseurs de la relation digitale				
COMITE STRATEGIQUE Pascal ARBAULT / Martin / Jean-Claude			COMITE DE SURVEILLANCE Dominique / Commissaire aux comptes	
COMITE DE DIRECTION Pascal / Christophe / Didier / Annie / Yannick / Marc / Laurène				
Direction des opérations Annie				
Vente Marc	Marketing & Communication Christophe	Production Annie	Recherche & Développement Didier	Directeur Administratif et Financier Pascal
+14 collaborateurs (dont Maud) intervenant dans les différents services de DAVI				

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME		SESSION 2020
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME	20NC-GPMEU6-P	Page 3 sur 16

Pour faire connaître l'entreprise, ses produits et ses innovations, Pascal ARBAULT et Christophe ont développé une stratégie de communication digitale, institutionnelle et commerciale à travers leur site *web* et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Viadéo, Instagram, Dailymotion, Youtube, LinkedIn). Pour renforcer leurs actions de communication, ils participent à des salons interprofessionnels nationaux et internationaux et organisent des événements (séminaires, journées de présentation des produits).

La clientèle de DAVI est essentiellement composée de clients « grands comptes ». Parmi ses clients fidèles, on compte le secteur des banques et assurances avec la GMF, la Macif, le secteur automobile et notamment Renault ou Toyota, mais aussi Canal +, La Poste ou SFR.



Les dirigeants de DAVI ont décidé de modifier leur stratégie ; passer d'un « *chatbot* » créé et conçu à la demande de chaque client à un « *chatbot* » unique par cœur de métier. Ainsi, **au lieu de vendre une technologie à la demande, ils vont vendre un service, pour tous.** Leur premier produit standardisé, nommé « PITACA », est dédié aux offices de tourisme et aux agences de développement touristique. Le « *chatbot* » qui l'incarne s'appelle « Léa ».

Il a pour mission d'informer le visiteur, de répondre à ses questions, de le guider au mieux en lui fournissant notamment des conseils utiles et des « bons plans » via la vitrine connectée de l'office de tourisme, une borne ou une application smartphone. Il permet ainsi de mettre à disposition de chaque touriste en mobilité, un compagnon de voyage sympa et efficace, éveillé 24h/24h, accessible par une simple interpellation sur des supports numériques adaptés et variés.

Les dirigeants ont décidé de tester le produit auprès de quelques offices de tourisme pour valider la pertinence et l'efficacité du service proposé. Les retours très positifs de cette expérience ont conforté les dirigeants dans leur choix d'uniformiser leur offre. Lors d'une réunion mensuelle sur le thème des orientations stratégiques, Pascal ARBAULT et Christophe, ont décidé de déployer PITACA sur les sites des offices de tourisme et auprès des agences de développement touristique de l'ensemble du territoire. La première phase de commercialisation ciblera le département de l'Allier.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME		SESSION 2020
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME	20NC-GPMEU6-P	Page 4 sur 16

## VOTRE MISSION :

Vous êtes stagiaire dans l'entreprise DAVI et le dirigeant vous sollicite pour traiter différents dossiers sous la responsabilité de Maud, collaboratrice de la PME et véritable « bras droit » de Pascal ARBAULT.

Dossier 1 : Contribution à la qualité du système d'information (30 points)

Dossier 2 : Participation au diagnostic financier et à l'analyse de l'activité (45 points)

Dossier 3 : Participation au développement commercial de PITACA (45 points)

### 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.**

**Enfin, il est rappelé qu'en aucun cas, la candidate ou le candidat ne doit faire figurer ou apparaître son nom dans la copie. La ou le stagiaire du dirigeant de la PME sera Madame ou Monsieur X.**

*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.*

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME		SESSION 2020
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME	20NC-GPMEU6-P	Page 5 sur 16

**Dossier 1 : Contribution à la qualité du système d'information**  
**(Annexes 1 et 2)**

En 20 ans, le système d'information de DAVI a évolué et s'est adapté à la croissance de l'entreprise et à l'évolution du marché. Annie, directrice des opérations, a conscience des limites atteintes par le système d'information actuel et souhaite le faire évoluer. Même si aujourd'hui l'entreprise n'est pas limitée par son système d'information, le développement de PITACA pourrait fragiliser cette stabilité. En effet, le surcroît d'activité entraînera un nombre croissant de clients à gérer. Il sera très important à ce moment que le système d'information ait la capacité de structurer les flux d'information de façon efficace.

Lors d'un entretien, elle vous fait part des dysfonctionnements actuels qu'elle a recueillis auprès des collaborateurs.

Outre les matériels utilisés, elle vous demande de vérifier la cohérence du processus de commercialisation du produit PITACA. En effet, le lancement de PITACA dans sa version standardisée va modifier ce processus qui avait été élaboré pour la version personnalisée du produit.

***Il vous est demandé de :***

***1.1 Communiquer votre analyse du système d'information et vos propositions d'améliorations en lien avec l'évolution de l'entreprise.***

**Dossier 2 : Participation au diagnostic financier et à l'analyse de l'activité**  
**(Annexes 3 à 8)**

Jusqu'à présent l'entreprise est rentable, portée par d'autres produits en phase de maturité, mais le développement de PITACA peut laisser planer quelques doutes sur le devenir de la structure financière de l'entreprise. Pascal ARBAULT est préoccupé par la standardisation de PITACA et se demande si cet accroissement d'activité ne va pas générer des difficultés de trésorerie. Il compte en particulier sur le versement de subventions (sur les 2 premières années) provenant de divers fonds de soutien à l'innovation technologique ainsi que sur des emprunts pour financer ce projet. Alors que la phase de développement s'achève et que celle de commercialisation débute, il faut vérifier que le financement envisagé est cohérent.

Pascal ARBAULT entend vous confier ce dossier et vous invite à une réunion avec Christophe, le directeur marketing. À l'ordre du jour, figurent deux points : le bilan prévisionnel sur trois ans (de 2020 à 2022) et la fixation des objectifs de vente pour l'année 2021. En effet, cette deuxième année de commercialisation du produit PITACA doit être rentable, à la fois pour respecter les engagements de

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME</b>		<b>SESSION 2020</b>
<b>Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME</b>	<b>20NC-GPMEU6-P</b>	<b>Page 6 sur 16</b>

DAVI auprès de ses financeurs (associés, banques, fonds d'investissement) mais aussi parce que le développement de PITACA doit à son tour permettre de financer la recherche et développement de projets futurs.

**Il vous est demandé d' :**

**2.1 Analyser l'évolution de la structure financière de l'entreprise à partir des bilans fonctionnels et des grands équilibres financiers sur les trois années.**

**2.2 Analyser la rentabilité de PITACA en fonction des objectifs commerciaux fixés par le Directeur du marketing, Christophe et Pascal ARBAULT.**

### **Dossier 3 : Participation au développement commercial de PITACA**

#### **Annexes 9 à 12**

Pascal ARBAULT veut présenter PITACA aux principaux acteurs du tourisme lors d'un temps fort autour de « Léa », l'agent conversationnel choisi pour promouvoir leur territoire. Il cible dans un premier temps l'Allier, département limitrophe de la Nièvre. Pascal ARBAULT a opté pour une journée de présentation du produit le 4 septembre 2020 à l'office du Val d'Allier de Saint-Pourçain-sur-Sioule. Cela facilitera ainsi les déplacements de tous les intéressés car il est situé au cœur du département. Il souhaite inviter à cette réunion de présentation des responsables des offices de tourisme, des membres du Comité Départemental du Tourisme et les élus des communes et des Communautés de Communes dans lesquelles un office de tourisme est implanté.

L'objectif de cette opération de communication marketing est de susciter l'intérêt des offices de tourisme, de déclencher des demandes d'informations, des intentions d'achat, voire de prendre des rendez-vous ou des commandes.

En plus de l'invitation personnalisée qui sera envoyée à chacun des acteurs du tourisme, Pascal ARBAULT souhaite communiquer *via* les réseaux sociaux pour donner plus d'ampleur à cette journée.

À l'issue de cette journée, Pascal ARBAULT aimerait remettre à chacun des invités un support de communication présentant rapidement DAVI et visant essentiellement à mettre en avant le produit PITACA ainsi que son intérêt pour le développement touristique du territoire.

Il compte sur vous pour préparer le premier acte de ce déploiement. Il vous fait part de ses besoins et de ses contraintes à travers un courriel que vous venez de recevoir.

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME</b>		<b>SESSION 2020</b>
<b>Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME</b>	<b>20NC-GPMEU6-P</b>	<b>Page 7 sur 16</b>

***Il vous est demandé de :***

***3.1 Rédiger le message annonçant cette opération de communication marketing sur le compte Twitter de DAVI.***

***3.2 Concevoir le support de communication commerciale présentant le produit PITACA.***

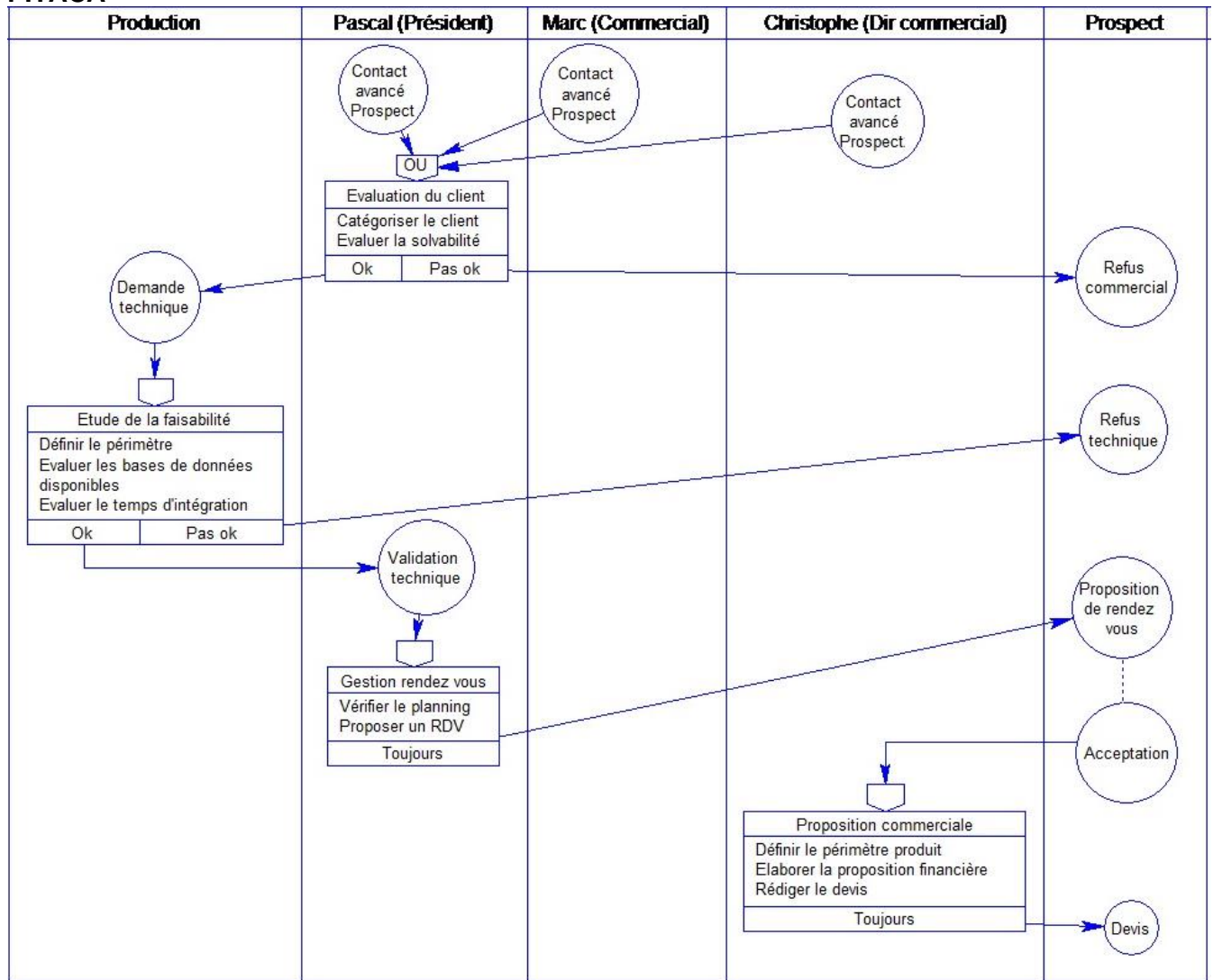
À l'issue de cette journée de présentation, vous avez suggéré à Pascal ARBAULT d'en dresser le bilan. Après avoir recueilli différentes informations auprès de Pascal, Christophe et Marc, vous proposez à Pascal de mener l'analyse pour évaluer l'efficacité de cette journée de présentation et la pertinence de la reproduire ultérieurement auprès des acteurs touristiques d'autres départements français.

***Il vous est demandé de :***

***3.3 Communiquer à Pascal ARBAULT le bilan de cette journée à Saint-Pourçain-sur-Sioule et conclure quant à l'intérêt de renouveler ce type d'événement.***



**Annexe 1 – Extrait du diagramme événement-résultat du processus de commercialisation de PITACA**



## **Annexe 2 : Entretien avec Annie, directrice des opérations**

*Vous : Bonjour Annie, vous vouliez me voir à propos du système d'information de l'entreprise ?*

*Annie : Bonjour, en effet, j'aimerais profiter de votre arrivée pour que vous portiez un regard neuf et sans complaisance sur notre système d'information afin de l'analyser et de l'améliorer.*

*Vous : Par quoi faut-il que je commence ?*

*Annie : Dans un premier temps, avec le lancement de la phase industrielle de PITACA, nous devons améliorer le processus de commercialisation du produit. L'actuel processus est formalisé dans un document. J'ai d'ailleurs demandé à Maud de vous l'imprimer. Nous entrons dans une phase de standardisation de notre produit. La production n'aura plus désormais à évaluer la faisabilité de chaque projet. Et puis, d'autres éléments doivent évoluer. Notamment, Pascal interviendra de moins en moins. Il est déjà sur d'autres sujets. Pouvez-vous regarder tout ça ?*

*Vous : Bien sûr. Voulez-vous que je réécrive la procédure ?*

*Annie : Non, nous le ferons une fois que nous aurons validé nos choix mais j'attends de vous que vous me fassiez des propositions concrètes d'amélioration. Pensez bien également à regarder la cohérence de notre système d'information.*

*Vous : Oui, vous m'aviez aussi parlé des multiples logiciels utilisés au sein de l'entreprise.*

*Annie : Oui, en effet, nos logiciels sont tous très performants mais ne se « parlent » pas.*

*Vous : Que voulez-vous dire par là ?*

*Annie : En fait, outre la suite bureautique d'Office 365 Entreprise, nous utilisons pour la gestion de nos clients le logiciel de gestion commerciale Sage et l'outil CRM Act. Nous gérons également nos projets dans MS Project. Cette multitude d'outils fait que chaque prospect est saisi trois fois, dans trois logiciels différents. Vous comprenez pourquoi je vous dis que nos logiciels « ne se parlent pas » ?*

*Vous : En effet, je comprends mieux. Nous avons besoin de structurer nos flux d'information. Une simple erreur de saisie et vous vous retrouvez avec deux clients qui sont en fait le même...*

*Annie : Exactement ! Sans compter le temps perdu à la saisie. La montée en puissance de PITACA implique que nous soyons préparés à intégrer à notre système un plus grand nombre de prospects et de clients. C'est peut-être le moment.*

*Vous : Je vais réfléchir à cette amélioration. Concernant les documents numériques, de quelle façon sont-ils stockés ?*

*Annie : En fait, nous utilisons un espace de stockage partagé mis à disposition par Office 365 Entreprise. L'ensemble des fichiers de l'entreprise y est stocké sous la forme de plusieurs répertoires. Par exemple, nous avons un répertoire « Recherche et Développement », un autre consacré à la gestion financière, un autre encore aux Ressources Humaines, etc. Nous nous appuyons exclusivement sur cet espace de stockage mis à disposition par le plus grand éditeur de logiciel au monde !*

*Vous : Certes... Pour autant, ne dit-on pas qu'en informatique, le risque zéro n'existe pas ?*

*Annie : Effectivement. J'ai d'ailleurs supprimé hier par erreur un document relatif au projet PITACA nommé oldProjetLisa.pdf et je n'ai pas pu le retrouver.*

*Vous : Je m'y mets très rapidement. J'en profiterai pour vous proposer une règle de nommage des fichiers pour nos collaborateurs. Cela permettra de retrouver rapidement la version du document, la date de modification et la personne qui a opéré cette modification.*

*Annie : C'est exactement cela que je veux. Faites-moi, s'il vous plaît, un retour par écrit à propos de la cohérence du système d'information dans son ensemble et à propos de la sécurité de nos données.*

### Annexe 3 – 1<sup>ère</sup> partie des notes prises par vous-même, lors de la réunion du comité de direction

Notes - Réunion du comité de direction (Christophe / Pascal ARBAULT)

#### Point sur l'impact de PITACA sur la structure financière

On cherche à évaluer les effets du projet sur les 3 prochaines années.

Pascal a déjà avancé sur le dossier et a réalisé les bilans fonctionnels prévisionnels pour 2020 et 2021, il doit me les fournir. Je dois réaliser celui de 2022.

- Les dépenses de Recherches et Développement sont immobilisées. Le montant prévu est de 650 000 € pour cette année, 490 000 € pour l'année 2021 et 200 000 € pour 2022.
- Pour 2022 le résultat net devrait être de 600 000 €. Le montant des capitaux propres prévisionnel s'élèverait alors à 1 913 800 €, en intégrant ce résultat net.
- Le montant total des amortissements sera de 2 450 000 € en 2022.
- En 2022, concernant les dettes financières il n'y aura pas de nouvel emprunt et nous rembourserons 325 000 € sur la dette de l'année précédente.
- Les créances d'exploitation intégrées à l'actif circulant vont augmenter de 80 000 € en 2022.
- Le montant du passif circulant sera inchangé entre 2021 et 2022.
- Les subventions financeront en partie le projet PITACA en 2020 et 2021.
- Le résultat net de l'entreprise est affecté en réserves chaque année tant que le succès de PITACA n'est pas certain. Il augmente donc les capitaux propres d'une année sur l'autre.
- Pascal souhaiterait que la trésorerie de l'entreprise soit positive en 2022. C'est à moi de déterminer son montant. Je dois également proposer des solutions d'équilibre pour la trésorerie 2021.

...

### Annexe 4 – Courriel reçu de Pascal ARBAULT, Président de DAVI, à la suite de la réunion

De : Pascal.A@davi-nevers.ai

A : [Xcollab-gestion@davi-nevers.ai](mailto:Xcollab-gestion@davi-nevers.ai)

Objet : Documents prévisionnels évoqués lors de la réunion

PJ : Bilans fonctionnels et éléments prévisionnels de calculs

Bonjour,

Tu trouveras en pièce jointe le document que je devais te faire parvenir. Je compte sur toi et te souhaite bon courage !

Pascal

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME		SESSION 2020
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME	20NC-GPMEU6-P	Page 11 sur 16

## Annexe 5 – Pièce jointe au courriel de Pascal ARBAULT : bilans fonctionnels 2020, 2021

### Bilan fonctionnel 2020

ACTIF		PASSIF	
Éléments	Montants	Éléments	Montants
Actif immobilisé	2 809 600	Ressources stables	3 570 140
Actif circulant	1 075 140	Passif circulant	541 600
Trésorerie active	227 000	Trésorerie passive	
<b>TOTAL</b>	<b>4 111 740</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4 111 740</b>

### Bilan fonctionnel 2021

ACTIF		PASSIF	
Éléments	Montants	Éléments	Montants
Actif immobilisé	3 299 600	Ressources stables	4 039 700
Actif circulant	1 330 000	Passif circulant	538 400
Trésorerie active		Trésorerie passive	51 500
<b>TOTAL</b>	<b>4 629 600</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4 629 600</b>

### Détail des éléments entrants dans les ressources stables :

Éléments	2020	2021
<b>Capitaux propres</b>	<b>911 800</b>	<b>1 313 800</b>
<i>Dont résultat net</i>	<i>148000</i>	<i>402000</i>
<b>Amortissements et provisions d'actif</b>	<b>2 078 440</b>	<b>2 371 000</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>579 900</b>	<b>354 900</b>
<b>TOTAL Ressources stables</b>	<b>3 570 140</b>	<b>4 039 700</b>

## Annexe 6 – 2<sup>ème</sup> partie des notes prises par vous-même lors de la réunion du comité de direction

...

Notes - Réunion du comité de direction (Christophe / Pascal ARBAULT)

#### Fixation des objectifs commerciaux 2021 :

- Pascal veut que le projet soit rentable dès 2021 car selon lui le marché le permet.
- Il se demande combien de produits il faudrait vendre pour que l'activité soit rentable.
- Maud me fournira aussi par e-mail les infos sur les produits et charges prévisionnels.
- Christophe doit fixer les objectifs commerciaux en s'appuyant sur le seuil de rentabilité. Il espère en vendre deux fois plus que ce qui est nécessaire pour atteindre le seuil de rentabilité et il aimerait connaître le résultat dégagé.
- En réalité, Pascal aimerait bien que PITACA dégage un bénéfice de 600 000 € en 2021. Il faudra que je vérifie si l'objectif de Pascal est cohérent par rapport à celui de Christophe.

## Annexe 7 – Courriel de Maud, collaboratrice, à propos de la variabilité des charges

De : Maud@davi-nevers.ai

A : [Xcollab-gestion@davi-nevers.ai](mailto:Xcollab-gestion@davi-nevers.ai)

Cc : [Pascal.A@davi-nevers.ai](mailto:Pascal.A@davi-nevers.ai)

Objet : Éléments pour tes calculs à la demande de Pascal

PJ : Feuille de calcul « Produits / Charges PITACA - Variabilité »

Bonjour,

Pascal m'a demandé de te faire parvenir les éléments relatifs au travail déjà mené sur les charges, en grandes masses, pour déterminer leur niveau de variabilité. Tu trouveras joint à cet e-mail le classeur avec les données.

Bon travail, à plus tard,

Maud

## Annexe 8 – Pièce jointe au courriel de Maud, collaboratrice : Feuille de calcul « Produits / Charges PITACA analyse par variabilité »

<b>Compte de résultat prévisionnel 2021 - Charges retraitées par variabilité</b>			
<b><u>Charges</u></b>	Montant total	Part fixe	Part variable
Achats (Bornes tactiles, licences, Traducteurs, ...)	65 000 €		65 000 €
Autres achats consommés ou incorporés	21 000 €		21 000 €
Honoraires et sous-traitance	214 000 €	66 000 €	148 000 €
Frais généraux forfaitaires imputés au projet (impôts, amortissements, ...)	124 130 €	124 130 €	
Frais de personnel incorporés en fonction du temps de travail (Chef de projet, Développeurs, Ontologue, Animateurs 3D, Ingénieurs IA, Commerciaux ...)	320 650 €	255 140 €	65 510 €
<b><u>Produits</u></b>			
Prix unitaire d'un produit PITACA	9 800 €		
Chiffre d'affaires	803 600 €		

*Source Expert-Comptable*

## Annexe 9 – Courriel de Pascal ARBAULT sur la journée de présentation de PITACA

De : Pascal.A@davi-nevers.ai

A : Xcollab-gestion@davi-nevers.ai

Objet : PITACA en Allier

Bonjour,

Je reviens sur notre discussion de la semaine passée à propos du développement de PITACA dans le département de l'Allier : l'idée, comme tu le sais, est d'organiser une 1/2 journée de présentation de PITACA et de « Léa » en particulier. J'ai choisi le 4 septembre, de 14 h à 17 h, auprès des acteurs du tourisme. A priori, nous serons 3 pour animer cet événement : Christophe, Marc et moi. Nous serons soutenus par le témoignage direct ou vidéo de quelques utilisateurs neversois. J'ai déjà travaillé en amont et recensé l'ensemble des offices de tourisme, du comité départemental du tourisme et autres communautés de communes qu'il conviendra d'inviter. J'ai réservé une salle à Saint Pourçain-sur-Sioule.

Pour que cette journée soit une réussite, je souhaite que tu prépares le message que nous posterons sur notre compte Twitter une semaine avant cette journée.

Je te rappelle que l'objectif de cette journée est de susciter l'intérêt des acteurs du tourisme et de déclencher notamment des intentions d'achat. Il faudrait donc préparer un support de communication présentant notre produit PITACA. Ce support sera distribué aux invités à la fin de notre présentation. L'idée est de laisser notre empreinte. Ce support pourrait être de format A4, type 2 ou 3 volets. À toi de choisir ! Sur le fond, ce serait bien de mettre en avant deux principaux arguments commerciaux qui montrent bien les bénéfices de notre produit tant pour les offices de tourisme que pour le développement commercial. Il doit être particulièrement soigné tant sur le fond que sur la forme. Prends le temps de la réflexion, car il est le premier support qui présentera notre produit. « On ne doit pas se rater ! »

En début de semaine prochaine, tu me feras ton retour sur ces sujets. Merci et à lundi prochain, disons en fin de matinée, après 11 h, dans mon bureau.

Pascal

## Annexe 10 – Exemple d'un post sur le compte Twitter de DAVI



BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME		SESSION 2020
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME	20NC-GPMEU6-P	Page 14 sur 16

## Annexe 11 – Extrait des documents de la plateforme de stockage

### Les Offices de tourisme

L'office de tourisme s'adresse à trois types d'usagers :

- les touristes,
- les résidents à l'année, dont les nouveaux arrivants,
- les propriétaires de résidence secondaire.

→ Les offices de tourisme, en manque de personnel, ont des difficultés à faire face à la demande, entre les jours d'ouvertures réduits en basse saison et les pics d'affluence en haute saison ou pendant les événements.

→ Paradoxalement, les visiteurs se déplacent de moins en moins dans les offices de tourisme

→ L'office de tourisme ne peut pas être présent « physiquement » sur tout le territoire qu'il couvre, et encore moins derrière chaque touriste.

→ Les informations touristiques sont souvent peu valorisées et éparpillées sur de nombreux supports. Elles sont souvent principalement accessibles dans l'office de tourisme.

→ Les résidents, les prestataires touristiques sont peu ou mal informés des offres disponibles sur leur territoire.

La dynamique des dépenses touristiques est un levier essentiel de la santé économique de ces territoires. Paradoxalement, la France est la 1<sup>ère</sup> terre d'accueil touristique au monde mais seulement la 5<sup>ème</sup> en termes de consommation touristique.

### Les touristes

En moyenne, les touristes utilisent 16 applications différentes du fait de l'éparpillement des informations nécessaires et pas toujours qualifiées. 43 % utilisent la recherche vocale en préparation d'un séjour.

Les attentes des touristes :

- Les touristes sont de plus en plus sensibles à la simplification de tout ce qui est compliqué dans un voyage.
- Ils veulent pouvoir organiser et décider seuls, à n'importe quel moment, des activités qu'ils souhaitent pratiquer lors de leur séjour, tout en sachant qu'ils peuvent s'appuyer sur l'expertise de l'Office de tourisme en cas de besoin.
- Ils veulent vivre de nouvelles expériences. Une nouvelle manière de vivre les espaces, avec des informations plus précises, dans leur langue, pour un séjour personnalisé.
- Les touristes sont mobiles et toujours plus exigeants. Ils recherchent des informations qualifiées et des recommandations personnalisées.
- Ils attendent de la convivialité et de l'hospitalité.

### Le produit

Le Point d'Informations Touristiques Numérique Intelligent.

Un portail d'accueil, d'informations et de recommandations animé par un Conseiller Touristique Numérique Intelligent, interrogeable en langage naturel.

Un conseiller en séjour numérique, intelligent, malin et sensible.

PITACA permet de :

- Mettre à disposition de chaque touriste en mobilité un compagnon de voyage sympa et efficace, éveillé 24/24, accessible d'une simple interpellation, sur des supports numériques adaptés et variés.
- Renforcer l'attractivité des destinations touristiques en facilitant l'expérience des touristes en visite
- Affirmer l'identité, l'hospitalité du territoire et de ses habitants.
- Accroître la consommation touristique



En bref, d'humaniser le digital au service des visiteurs...

<b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR GESTION DE LA PME</b>		<b>SESSION 2020</b>
<b>Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME</b>	<b>20NC-GPMEU6-P</b>	<b>Page 15 sur 16</b>

## Suite annexe 11 – Extrait des documents de la plateforme de stockage

### Les Fonctionnalités Application

L'application comprend les fonctionnalités de base suivantes :

- Une AIDE AU CHOIX qui permet à l'utilisateur, de trouver le bon service/produit en fonction de son contexte. L'utilisateur peut consulter la fiche de chaque activité pour chacune des propositions et accéder ainsi aux informations et services. Il peut également réserver en ligne.
- Une CHAÎNE INFO TOURISME est incluse dans la plateforme pour mettre à disposition des utilisateurs une véritable chaîne d'actualités 24h/24 et 7j/7.
- Un ANNUAIRE et une FICHE DÉTAILLÉE des prestataires qui permet de lister et rechercher une activité ou un prestataire et d'accéder à l'ensemble des données le concernant (nom, adresse, prix, descriptif, médias, services proposés etc.).
- Un module de GÉOLOCALISATION est intégré à l'application et permet de proposer un itinéraire ainsi que le temps de déplacement estimé selon plusieurs modes de transport utilisés.
- L'AVIS DES INTERNAUTES en s'appuyant sur les données présentes dans le système d'information touristique
- Un AGENDA DES MANIFESTATIONS permettant de lister et rechercher un événement (fiche détaillée de l'événement).
- Des SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS en fonction des centres d'intérêt des touristes.
- Une rubrique IDÉES SÉJOURS présentant les offres de séjour ou week-ends commercialisés par l'office de tourisme.
- Une INSCRIPTION À LA NEWSLETTER *via* un module permet à l'utilisateur de laisser son email pour recevoir ultérieurement des informations de la part de l'Office de Tourisme (newsletter, etc.). L'administrateur peut récupérer le carnet d'adresses pour alimenter ses fichiers usagers.
- Un module MÉTÉO sur 6 jours est intégré sur l'application avec une mise à jour automatisée en temps réel.
- Un MENU permettant un accès rapide à l'ensemble des fonctionnalités de l'application.

## Annexe 12 Éléments de la journée de présentation

### Éléments concernant la journée du 4 septembre

Nombre d'invités	90
Présents	80
Nombre d'offices de tourisme du département	41
Nombre d'offices de tourisme du département représentés	31

### Éléments faisant suite à la journée du 4 septembre, deux mois après la réunion

Demandes d'informations	20
Demandes de rendez-vous	8
Intentions d'achat à moyen terme (d'ici 2 ans)	4
Intention d'achat à court terme	1
Commandes (signées) du produit	3