

Epreuve : E4

Unité E4

Durée : 5 heures

Ce sujet comporte 14 pages



CREDIT MUTUEL DU MACONNAIS

Le Crédit Mutuel est composé de 18 fédérations régionales qui gèrent 1 393 caisses locales et servent 4,3 millions de clients dont 2,5 millions de sociétaires.

Cette banque reste fidèle aux quatre lignes de force qui ont fait son succès : la banque mutualiste, la banque de proximité (avec un fort ancrage régional et local), la banque technologique et la bancassurance - premier bancassureur français en I.A.R.D (Incendie, Accidents et Risques Divers).

L'agence le « Crédit Mutuel du Mâconnais » fait partie de la fédération sud-est. L'équipe est composée de 6 personnes : 1 directeur, 1 conseil accueil, 3 conseillers clientèle, 1 chargé de clientèle professionnelle.

Monsieur Daniel Gaspard, le directeur de l'agence, vous demande de travailler sur les trois dossiers suivants :

- **Dossier 1 : Le recrutement d'un(e) chargé(e) de clientèle professionnelle**
- **Dossier 2 : L'analyse financière d'une exploitation viticole**
- **Dossier 3 : L'analyse du «Challenge Temps fort Assurance»**

NB : bien qu'inspirées d'un cas réel, pour des raisons de confidentialité et de simplification, les données chiffrées et les mises en situation sont fictives.

**Dossier 1 : Le recrutement d'un(e) chargé(e) de clientèle professionnelle
(ANNEXES 1 à 6)**

L'objectif de Monsieur Gaspard est de développer et fidéliser le portefeuille clients professionnels agricoles et viticoles.

Il envisage d'embaucher un(e) chargé(e) de clientèle spécialisé(e) sur cette cible. Ce poste est à pourvoir au 1^{er} décembre 2011. Le directeur de l'agence l'accueillera au cours de la journée d'intégration.

1.1 Justifiez le recrutement de ce(tte) chargé(e) de clientèle professionnelle.

1.2 Sélectionnez la candidature la plus adaptée au poste proposé en mettant en évidence les points forts et points faibles de chaque candidat.

1.3 Donnez les points clés à présenter par le directeur d'agence à ce nouveau collaborateur lors de la journée d'intégration.

1.4 Calculez, pour ce(tte) nouvel(le) embauché(e) :

- la rémunération brute sur une année complète;
- la rémunération nette de décembre 2011;
- le coût salarial pour l'agence de ce(tte) nouvel(le) embauché(e) pour le mois de décembre 2011.

Dossier 2 : L'analyse financière d'une exploitation viticole

(ANNEXES 7 à 9)

Monsieur Gaspard remet au nouveau chargé de clientèle professionnelle les documents comptables de l'exploitation viticole de Monsieur Fleury.

2.1 Calculez le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie pour 2009 et 2010. Commentez vos résultats.

2.2 Calculez 3 ratios significatifs pour 2009 et 2010. Commentez vos résultats.

Fin 2011, Monsieur Fleury souhaite remplacer un enjambeur pour son exploitation agricole : le besoin de financement s'élève à 103 000 €. Il souhaite financer cet investissement soit par emprunt soit par crédit-bail.

2.3 Calculez l'excédent brut d'exploitation (EBE) pour 2010 et vérifiez si la contrainte de remboursement a été respectée.

2.4 Présentez les avantages et inconvénients de l'emprunt et du crédit-bail.

2.5 Calculez, pour la période de financement envisagée, le montant des décaissements de chaque solution. Conseillez Monsieur Fleury au regard de sa situation financière.

Dossier 3 : L'analyse du Challenge « Temps fort assurance » (ANNEXES 10 et 11)

Les commerciaux du Crédit Mutuel ne sont pas commissionnés. Mais, pour assurer une bonne émulation, des challenges sont organisés.

Un challenge annuel intitulé « Temps fort assurance » a été organisé sur 6 semaines, du 16 mai au 25 juin 2011

3.1 Déterminez le nombre global de contrats que l'agence devait réaliser pendant le «challenge Temps fort assurance» 2011. Déterminez la répartition de cet objectif global par type de contrat.

3.2 Analysez les résultats du challenge 2011 :

- pour l'agence ;
- pour chaque chargé de clientèle ;
- pour chaque chargé de clientèle par types de contrat.

3.3 Présentez un planning des tâches à effectuer pour la préparation et la réalisation du challenge 2012.

BAREME INDICATIF

DOSSIER 1 : 23 points

DOSSIER 2 : 30 points

DOSSIER 3 : 22 points

Forme : 5 points

TOTAL : 80 points

LISTE DES ANNEXES

NUMERO	INTITULE	PAGES
1	Portefeuille de clients agricoles et viticoles par agence	5
2	Profil de poste du chargé de clientèle professionnelle agricole	6-7
3	Classification des fonctions selon la convention collective	7
4	Les CV reçus par le directeur d'agence	8-9
5	Conditions de rémunération selon la convention collective	9
6	Grille de rémunération selon la convention collective	10
7	Documents comptables de l'exploitation de Monsieur Fleury	10-11
8	Eléments clés du tableau des Soldes Intermédiaires de Gestion (S.I.G)	11
9	Informations sur les modes de financement	12
10	Informations diverses relatives au challenge «Temps fort Assurance »	13
11	Résultats du challenge «Temps fort Assurance»	13
12	Les étapes du challenge «Temps fort Assurance»	14

ANNEXE 1 : Portefeuille de clients agricoles et viticoles par agence

Agences	Nombre de chargés de clientèle professionnelle	Portefeuille de clients (en volume)	Nouveaux clients acquis sur les 12 derniers mois	Evolution en valeur du portefeuille (en % sur les 12 derniers mois)
FOREZIEN	2	298	15	2,1
DIGOIN / GEUGNON	2	289	16	5,1
MACONNAIS	1	278	5	- 1,8
LE PUY EN VELAY	2	277	13	6,1
MONTBRISON	2	257	10	0,4
CHARLIEU	2	248	11	4,2

Source : Crédit Mutuel

Mission générale

- Gérer, développer et fidéliser un portefeuille de clients composé de professionnels de la viticulture et de l'agriculture tout en assurant une mission de prospection, de conseil et de vente.

Compétences professionnelles

- Vendre, en entretien ou par téléphone, une gamme de produits et services conformément à la cible, à la stratégie et aux objectifs commerciaux qui ont été fixés.
- Gérer et développer un portefeuille ciblé de professionnels (clients et prospects) :
 - rencontrer régulièrement ses clients afin d'instaurer une relation de confiance et de qualité ;
 - mettre en œuvre un savoir faire en matière de produits et services financiers pour répondre aux besoins clients, tout en maîtrisant le risque et la rentabilité ;
 - accroître l'équipement de la clientèle existante et entreprendre des actions commerciales visant à développer de nouveaux marchés ;
 - prospecter la clientèle professionnelle de la zone de chalandise de son agence, afin de conquérir de nouveaux clients ;
 - évaluer la solvabilité et maîtriser les risques au quotidien ;
 - étudier les demandes de financement de la clientèle et émettre un avis en vue de préparer les décisions ;
 - négocier les conditions financières des dossiers après analyse de la rentabilité du client ;
 - procéder au montage des dossiers de crédit, agir et décider pour ses clients dans la limite de ses délégations et de ses compétences (sur les offres commerciales, sur les octrois de crédit...) ;
 - assurer un service après-vente de qualité.
- Participer à la préparation et au suivi des opérations commerciales, ciblage de clientèle, organisation de campagnes commerciales.
- Réaliser un suivi de l'évolution des entreprises.
- Collecter tout document comptable, juridique, financier pour une mise à jour régulière des informations clients.
- Représenter le Crédit Mutuel vis-à-vis de l'extérieur et assurer des relations avec des chefs d'entreprises et des prescripteurs.
- Maîtriser l'expression écrite et orale.

ANNEXE 2 (SUITE) : Profil de poste du chargé de clientèle professionnelle agricole

Connaissances spécifiques

- Bonne connaissance des produits et services destinés à la clientèle professionnelle agricole.
- Maîtrise de la comptabilité des entreprises, des techniques d'analyse financières et de la gestion des risques.

Savoir-être

- Aisance relationnelle, écoute.
- Rigueur, organisation et autonomie.
- Disponibilité, réactivité et dynamisme.
- Motivation commerciale, force de conviction, capacité d'adaptation, empathie.
- Savoir communiquer et travailler en équipe.

Source : DRH Crédit Mutuel

ANNEXE 3 : Classification des fonctions selon la convention collective

Statut « Employé »	
Niveau 1	Conseiller accueil
Niveau 2	Conseiller accueil
Statut « Technicien »	
Niveau 3	Conseiller clientèle
Niveau 4	Chargé de clientèle « particuliers »
Niveau 5	Chargé de clientèle « particuliers » Chargé de clientèle professionnelle Responsable d'agence
Statut « Cadre »	
Niveau 6	Chargé de clientèle professionnelle Responsable d'agence
Niveau 7	Responsable d'agence

Source : Crédit Mutuel

ANNEXE 4 : Les CV reçus par le directeur d'agence

CV N°1 : Luc JAVIER – 38 ans - Strasbourg

FORMATION/DIPLOME(S)

- BTS Management des unités commerciales (validation des acquis de l'expérience en 2009)
- Brevet professionnel de Responsable d'Exploitation Agricole en 1995

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- Conseiller accueil au Crédit Agricole depuis 2009
- Chef de secteur Gamme Vert (libre service agricole) de 2006 à 2009
- Formateur en gestion des bovins de 2001 à 2006
- Exploitant agricole de 1996 à 2001 : élevage

DIVERS

Bonne maîtrise d'Internet et des logiciels de bureautique (Word, Excel)

Marié – 2 enfants

Permis B et voiture

CV N° 2 : Ania KARAJOVIC - 34 ans - Lille

FORMATION/DIPLOME(S)

- DUT Gestion et administration des entreprises en 1998
- Baccalauréat ES en 1996

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- Conseillère clientèle depuis 2006
- Conseillère accueil à l'agence de Lens (62) du Crédit Mutuel de 2001 à 2006
- Employée au service comptable à la Direction Régionale Nord du Crédit Mutuel de 1998 à 2001
- Réalisation d'un diagnostic technico-économique pour le compte d'une exploitation de polyculture-élevage (3 mois en 1997)

DIVERS

Fille d'agriculteur

Disponible fin octobre 2011

Célibataire

Permis B et voiture

ANNEXE 4 (SUITE) : Les CV reçus par le directeur d'agence

CV N°3 : Maeva GRENIER - 26 ans - Amiens

FORMATION/DIPLOME(S)

- Licence Professionnelle Banque Assurance en 2007
- BTS Négociation et relation client en 2006
- Baccalauréat STAE (Sciences des Technologies de l'Agronomie et de l'Environnement) en 2004

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- Chargée de clientèle « particuliers » depuis novembre 2010 à l'agence Caisse d'Epargne d'Amiens (80).
- Conseillère clientèle à l'agence Caisse d'Epargne de Compiègne (60) de 2007 à 2010.
- Stage dans une agence de la Caisse d'Epargne durant 16 semaines pendant l'année scolaire 2006/2007 (étude de dossiers agricoles, rencontre avec les agriculteurs, vente de produits bancaires adaptés).
- Stage de 16 semaines : projet de développement du portefeuille client agricole pour le compte de l'entreprise MASSEY (véhicules agricoles).
- Stage de 2 semaines, en mars 2004, dans une exploitation agricole de polyculture.

DIVERS

Permis B et voiture
Célibataire

ANNEXE 5 : Conditions de rémunération selon la convention collective

La rémunération annuelle d'un chargé de clientèle est composée comme suit :

- un salaire brut : (nombre de points) x (valeur du point)
Au 1^{er} décembre 2011, la valeur du point est de 3,15 €
Le nouvel embauché commencera au niveau 5 avec un nombre de points minimum auquel s'ajoutent :
 - le treizième mois correspondant en moyenne à un mois de salaire brut (payé en novembre)
 - la participation qui correspond en moyenne à 1,2 mois de salaire brut (payé en mai)

Taux en vigueur

Par souci de simplification, on admettra que

- les cotisations salariales totales représentent 20 % du salaire brut
- les cotisations patronales totales représentent 40 % du salaire brut

Source : Crédit Mutuel

ANNEXE 6 : Grille de rémunération selon la convention collective

Ce tableau donne le nombre de points correspondant aux différents niveaux fonctionnels. Ce nombre de points est la base du calcul de la rémunération.

Niveaux	Mini	Maxi
Embauche	440	
1	455	635
2	490	702
3	535	797
4	590	898
5	655	1 013
6	725	1 268
7	825	1 504

Source : Crédit Mutuel

ANNEXE 7 : Documents comptables de l'exploitation de Monsieur Fleury

Bilans fonctionnels au 31/12/2009 et au 31/12/2010

ACTIF	2010	2009	PASSIF	2010	2009
EMPLOIS STABLES			RESSOURCES STABLES		
Immobilisations	544 772	588 772	Ressources propres		
			Capitaux propres	238 120	238 120
			Résultat	4 511	83 237
			Amortissement et provisions	277 117	326 922
			Dettes financières	90 159	96 436
ACTIF CIRCULANT			PASSIF CIRCULANT		
Stocks	195 219	143 218	Dettes d'exploitation	131 225	56 258
Créances d'exploitation	18 078	72 954	Trésorerie passif	16 937	3 971
Disponibilités	0	0			
TOTAL	758 069	804 944	TOTAL	758 069	804 944

ANNEXE 7 (SUITE) : Documents comptables de l'exploitation de M. Fleury

Comptes de résultat au 31/12/2009 et 31/12/2010

CHARGES	2010	2009	PRODUITS	2010	2009
Charges d'exploitation			Produits d'exploitation		
Achats de marchandises	142 108	132 000	Ventes de marchandises	170 219	220 963
Variation de stocks	-37 252	-44 916	Indemnités et subventions	93 296	96 883
Autres achats	3 103	8 394	Autres produits		7 751
Services extérieurs	67 930	65 922			
Impôts et taxes	3 062	1 620			
Charges de personnel	24 000	22 898			
Dotations aux amortissements et provisions	50 455	57 770			
Total charges d'exploitation	253 406	243 688	Total produits d'exploitation	263 515	325 597
Charges financières	6 036	7 803	Produits financiers	340	952
Charges exceptionnelles	0	25 288	Produits exceptionnels	98	33 467
Total charges	259 442	276 779	Total produits	263 953	360 016
Solde créditeur (bénéfice)	4 511	83 237	Solde débiteur (perte)		
TOTAL	263 953	360 016	TOTAL	263 953	360 016

ANNEXE 8 : Eléments clés du tableau des Soldes Intermédiaires de Gestion (S.I.G)

Ce document ne doit pas être découpé et collé sur la copie

PRODUITS	CHARGES	SOLDES INTERMEDIARES DE GESTION
Ventes de marchandises	Coût d'achat des marchandises vendues	Marge commerciale
Marge commerciale	Consommations de l'exercice en provenance des tiers	Valeur ajoutée
Valeur ajoutée Indemnités et Subventions	Impôts et Taxes Charges de personnel	Excédent Brut d'Exploitation (E.B.E)

ANNEXE 9 : Informations sur les modes de financement

Monsieur Fleury a déjà contracté plusieurs emprunts, les remboursements (amortissement + intérêts) annuels s'élèvent à 29 808 € pour chacune des années 2010, 2011 et 2012.

Selon les normes du Crédit Mutuel et pour éviter des charges financières trop lourdes à ses clients, le montant total annuel des remboursements d'emprunts ne doit pas dépasser 60 % de l'excédent brut d'exploitation (EBE).

En 2012, l'excédent brut d'exploitation (EBE) prévisionnel est évalué à 82 465 €.

Matériel à financer :

Un enjambeur.

Un enjambeur est un tracteur agricole à trois ou quatre roues permettant d'enjamber 1 ou 2 rangs de vignes pour effectuer des traitements divers.

L'emprunt

Montant emprunté : 103 000 €.

Remboursement par annuités constantes sur 7 ans.

Taux annuel : 3,5 %.

Montant de l'assurance 24 € par an pour 10 000 € empruntés.

Frais de dossier : 300 €.

1^{ère} annuité : 2012

Calcul de l'annuité de remboursement :

$$A = V_0 \times \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

avec :

A : montant de l'annuité

V₀ : montant de l'emprunt

i: taux d'intérêt de l'emprunt

n : nombre de périodes de remboursement

Crédit-bail

Montant du financement : 103 000 €.

Valeur résiduelle (option d'achat) : 2 060 €.

84 loyers : le premier loyer mensuel, janvier 2012 est de 20 600 € et les autres loyers mensuels seront de 1 137,21 €.

Frais de dossier : 515 €.

Assurance du matériel : 30,90 € par mois.

ANNEXE 10 : Informations diverses relatives au challenge « Temps fort Assurance »

L'ensemble des collaborateurs (6 personnes) participe au challenge.

A la fin de la période du « Temps fort Assurance », l'agence de M. Gaspard doit avoir réalisé 60 % de l'objectif annuel de 2011.

Activité de l'agence « Crédit Mutuel du Mâconnais »

Agence	Réalisations au 15 mai 2011	Objectifs année 2011
« Contrats majeurs » (*)	132	385
Gamme « Assur » (*)	198	340
« Nouveaux assurés »	25	150
Total	355	875

(*) « Contrats majeurs » :
Multirisques habitation et auto
(*) Gamme « Assur » :
Assurance téléphone mobile
Perte / vol de la carte ...

ANNEXE 11 : Résultats du challenge « Temps fort Assurance »

Réalisations des contrats d'assurance pendant le challenge

- Pour l'agence «Crédit Mutuel du Mâconnais»(tous les collaborateurs de l'agence)

	« Réalisations Temps fort assurance »
« Contrats majeurs »	178
Gamme « Assur »	289
« Nouveaux assurés »	62
Total	529

- Pour les conseillers clientèle uniquement

	Jaouad		Coralie		Dominique	
	Objectifs	Réalisé	Objectifs	Réalisé	Objectifs	Réalisé
« Contrat » majeurs »	12	27	6	37	16	10
Gamme « Assur »	13	25	8	50	9	19
Nouveaux assurés	2	5	4	3	9	1
Total	27	57	18	90	34	30

Source : Crédit Mutuel

ANNEXE 12 : Les étapes du challenge « Temps fort Assurance »

- Les agences sont informées par le réseau de la mise en place du « Temps fort assurance » lors de la semaine 04. Chaque directeur d'agence est libre de participer ou non à ce challenge national et dispose alors de 3 semaines de réflexion. M. Gaspard, pour sa part, inscrit son agence au challenge après 15 jours de réflexion.
- La période du challenge est la suivante : de la semaine 13 à la semaine 18.
- Compte tenu de la spécificité des assurances (nombreuses nouveautés, avantages offerts, réductions), des formations au plan national sont mises en place et dispensées durant les 5 semaines précédant le début du « temps fort ». Pour que son équipe soit la plus efficace possible, M. Gaspard a opté pour une session de formation, qui devrait intervenir 3 semaines avant le début du temps fort pour les membres de son équipe et devrait durer une semaine.
- Le service marketing du réseau détermine les cibles du « Temps fort » (opération qui consiste à qualifier les fichiers) en semaine 08.
- L'équipe des chargés de clientèle doit valider ce fichier transmis par le service marketing, et ainsi effectuer le tri nécessaire, par exemple pour soustraire de cette base les clients « vus » récemment par le chargé de clientèle. L'équipe dispose au plus de 2 semaines pour effectuer cette tâche et renvoyer ce nouveau fichier au service marketing, avec comme « date butoir » la fin de la semaine 10.
- En semaine 11, le service marketing envoie un publipostage à tous les clients du fichier validé par les chargés de clientèle.
- La dernière semaine précédant le début du challenge est réservée au phoning et donc à la prise de rendez-vous par la plate forme téléphonique ou, directement par les chargés de clientèle suite à l'envoi des mailings.

Source : Crédit Mutuel