



uOttawa

L'Université canadienne  
Canada's university



---

# Société Électro inc. (SCI)

---

## Cas comptabilité – Ronde préliminaire

---

*Place à la jeunesse 2014*

---

### **Instructions**

Vous avez 180 minutes de préparation et le tout devra être envoyé au courriel [ronde.preliminaire@gmail.com](mailto:ronde.preliminaire@gmail.com) avant 12 h 00.

*Présenté par :*

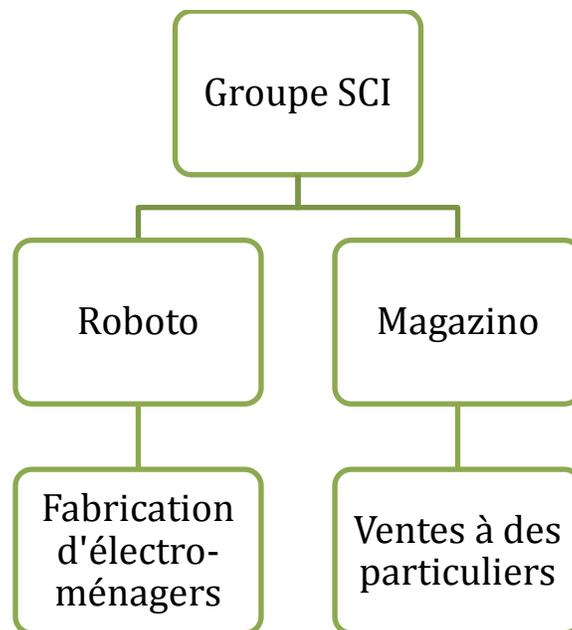


SCI est une société familiale qui a connu une croissance remarquable au cours des années 2000 en raison du boom immobilier dans sa région et des nombreuses mises en chantier en découlant. Vous êtes récemment embauché en tant que conseiller pour aider l'entreprise dans ses défis de gestion financière et organisationnelle. La fin d'année de l'entreprise est le 30 juin.

Au moment de la fondation de l'entreprise il y a plus de 20 ans, un entrepreneur du nom de Carlos Marois, a débuté l'entreprise qui se spécialise dans la fabrication d'électroménagers.

La conscience écologique animant cette technologie avait pour effet de la différencier par son efficacité énergétique et sa fiabilité. Cette technologie devenait ainsi le fer de lance de sa gamme de production. Profitant du succès de son entreprise, le groupe SCI modifia sa structure pour y avoir 2 divisions, soit la division Roboto qui est la division qui s'occupe de la fabrication et une seconde division ayant pour nom Magazino, une chaîne de magasins à l'échelle de la province.

Le schéma suivant donne un aperçu de la structure de la société.



Les ventes dans cette industrie ont tendance à être cycliques. L'environnement économique est susceptible d'affecter l'évolution de l'industrie en fonction des variations dans les prix de l'énergie, la tendance au niveau des taux d'intérêts, et du pouvoir d'achat des ménages.

Monsieur Marois, maintenant proche de la retraite, a préparé sa fille Madeleine à prendre la relève. Madeleine a obtenu un baccalauréat en marketing de l'Université

d'Ottawa. Sa personnalité extravertie l'a amené à consacrer beaucoup d'énergie dans le développement de nouveaux marchés.

Madeleine comprend que pour réussir en affaires, l'information financière est très importante. Dans le but de prendre les meilleures décisions possibles, elle aimerait comprendre la rentabilité de l'entreprise de chacune des divisions. Pour ce faire, vous avez pris des notes sur le fonctionnement de l'entreprise (voir annexe 2) ainsi que les états des résultats de l'entreprise à l'annexe 3.

La présidente est ambitieuse. Elle projette une croissance au-delà de la Province de l'Ontario mais, elle craint les risques financiers et d'entreprises qui pourraient plomber ses desseins. Elle garde un excellent souvenir de son passage à l'Université d'Ottawa qui lui avait permis de forger ses premières compétences professionnelles, lui ayant permis de jouer un rôle utile auprès de son père alors qu'il était président. Elle a d'ailleurs en tête le marché de Montréal. Madeleine a communiqué avec un professeur de la faculté afin d'obtenir de l'aide et des conseils pour lui permettre de comprendre ce qui se passe dans son organisation et également pour planifier les prochaines étapes de son programme de croissance. Ils ont ainsi élaboré les grandes lignes des opportunités et des dépenses à considérer pour s'enraciner dans le marché de Montréal (voir annexe 4). Ils sont maintenant à comprendre si ce projet satisfait le rendement voulu par Madeleine. Elle aimerait donc que vous l'aidiez dans les calculs de ce projet (voir annexe 5 pour les détails).

L'entreprise vient de perdre son contrôleur et pour tenir une bonne comptabilité mensuelle, il y a 3 transactions comptables qui ont eu lieu après la fin d'année. Pourriez-vous l'aider à les faire (voir annexe 1).

### **Travail à faire :**

- 1) Aider la propriétaire à faire les écritures comptables à l'annexe 1.
- 2) Commentez sur la rentabilité de chacune des divisions en répondants aux questions à l'annexe 2.
- 3) Calculer si le projet d'expansion est rentable à l'annexe 5.

### **Annexe 1 : Écritures comptables à faire avant de fermer l'année**

1. Le 1er juillet 2014, la division Roboto a acheté un équipement pour la somme de 100 000 \$. L'entreprise n'avait pas toutes les liquidités pour acheter l'équipement, ainsi, ils ont contracté un prêt pour 50 000 \$. Pour la période du 1er juillet 2014 au 30 septembre 2014, les paiements mensuels ont été de 1 500 \$ par mois dont 450 \$ d'intérêt.
  - a. Quelle est l'écriture pour comptabiliser la dette au 1<sup>er</sup> juillet 2014 ?
  - b. Quelles sont les écritures pour comptabiliser le paiement des intérêts et du remboursement du capital pour la période du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre 2014?
  - c. Quelle est l'écriture de l'équipement au 1<sup>er</sup> juillet 2014?
  
2. L'entreprise a renouvelé sa prime d'assurance au 1<sup>er</sup> juillet 2014. Afin de diminuer la prime, ils ont dû contracter une prime qui s'étend sur 18 mois et payer immédiatement. Le montant total appartenant à la division Roboto est de 75 000\$ et pour la division Magazino est de 16 000 \$.
  - a. Quelle est l'écriture pour comptabiliser l'assurance payée d'avance au 1<sup>er</sup> juillet 2014
  - b. Quelles sont les écritures pour la période du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre 2014 ?
  
3. Une campagne de publicité a été faite le 15 juillet. La publicité a coûté 10 000 \$ et a été assumée à part égale par les deux divisions. La compagnie qui s'est occupée de produire la publicité est un ami d'enfance de M. Marois et a eu l'amabilité de charger que 10 000 \$ alors que ce service coûte normalement 20 000 \$.
  - a. Quelle est l'écriture pour comptabiliser cette publicité au 15 juillet 2014 ?

## **Annexe 2 : Entrevue avec Madeleine**

Madeleine aimerait avoir les états des résultats par division pour qu'elle puisse constater la rentabilité de chacune des divisions.

- **LOYER** : L'entreprise occupe un local de 25 000 pieds carrés. Les deux divisions se partagent le même loyer.
  - Roboto utilise 75% de la superficie totale
  - Magazino n'utilise que 25% de la superficie totale.
  - Il est important de noter que chaque pied carré représente la même valeur.
- **ÉLECTRICITÉS ET CHAUFFAGE** : Les machines et l'équipement consomment beaucoup d'énergie. Le coût en électricité et chauffage monte à 500\$/mois pour la division Magazino. Le reste étant utilisé par Roboto.
- **PUBLICITÉ** : Magazino a signé un accord de 5 ans en 2010 avec une chaîne de télévision nationale et s'engage à payer 40 000 \$ par année pour publiciser ses services. Le restant représente de la publicité commune pour l'entreprise.
- **RÉMUNÉRATION DES DIRECTEURS DES DIVISIONS** : Chacun gagne 100 000 \$.
- **FRAIS PROFESSIONNELS** : Les frais professionnels s'en tiennent uniquement à des frais comptables des comptables externes. Les vérificateurs externes passent en moyenne le 2/3 de leur temps sur la division Roboto.
- **AMORTISSEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES** : Le tiers des immobilisations est utilisé par Magazino, le reste étant utilisé par Roboto.
- **AUTRES FRAIS ADMINISTRATIFS** : 70% a trait à la division Roboto, 20% à la division Magazino, le reste étant commun.

### **Questions en lien avec les deux divisions :**

- 1) Selon vous, laquelle des deux divisions performe le mieux ?
- 2) Si vous aviez un boni à donner aux directeurs des deux divisions, sur quoi baseriez-vous votre boni ? Pour chacun des points suivants, adressez le pour et le contre et recommander un des choix.
  - a. Sur les ventes de la division pour laquelle ils sont responsables ?
  - b. Sur la marge brute de la division pour laquelle ils sont responsables ?
  - c. Sur le bénéfice de la division pour laquelle ils sont responsables ?
  - d. Sur l'encaisse dans le compte de banque ?

### **Annexe 3 : État des résultats de SCI pour les périodes se terminant le 30 juin**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Revenus			
Roboto	8 456 478	8 625 608	8 965 154
Magazino	5 897 132	6 133 017	6 378 338
Total	<u>14 353 610 \$</u>	<u>14 758 625 \$</u>	<u>15 343 492 \$</u>
Coûts des marchandises vendues			
Roboto	6 589 870	6 898 781	7 548 798
Magazino	4 422 849	4 661 093	4 911 320
Total	<u>11 012 719</u>	<u>11 559 874</u>	<u>12 460 118</u>
Marge brute	<u>3 340 891</u>	<u>3 198 751</u>	<u>2 883 374</u>
Dépenses			
Loyer	750 000	780 000	811 200
Électricité et chauffage	125 000	125 789	148 560
Publicité	75 000	85 000	98 475
Rémunération des directeurs des divisions	200 000	200 000	200 000
Frais professionnels	35 000	37 500	39 000
Amortissement des immobilisations corporelles	125 000	132 500	138 500
Autres frais administratifs	100 000	104 000	108 160
Total	<u>1 410 000</u>	<u>1 464 789</u>	<u>1 543 895</u>
Bénéfice des opérations	<u>1 930 891 \$</u>	<u>1 733 962 \$</u>	<u>1 339 479 \$</u>

## **Annexe 4 : Projet d'expansions**

Madeleine vous fait également part d'un projet qu'elle aimerait explorer. Vous savez, dit-elle, nous sommes experts dans la fabrication et la vente d'électroménagers à travers la province de l'Ontario mais, nous aimerions agrandir nos parts de marché.

### **1) Marché de Montréal**

Selon une étude récente, la demande pour les électroménagers devrait augmenter d'environ 4 % par année dans la région de Montréal, principalement en lien avec un regain dans la rénovation. Nous pensons que nous pouvons tirer notre épingle du jeu puisque, nous ne sommes pas situés très loin de la région de Montréal.

Madeleine n'est pas une experte en calcul financier et aimerait que vous lui fassiez des états des résultats optimistes et pessimistes sur les cinq prochaines années et d'indiquer si selon vous il s'agit d'un investissement rentable.

Madeleine a du coup effectué quelques recherches afin d'être en mesure d'évaluer le potentiel de contrats que nous pourrions décrocher ainsi que certaines dépenses que nous aurions à encourir :

- Ventes possibles : pour la prochaine année selon nos analyses, il serait possible d'aller chercher entre 3 500 000 \$ et 5 000 000 \$. Une augmentation de 4% par année serait par la suite envisageable.
- Selon notre expérience, nous serions probablement en mesure de dégager une marge bénéficiaire brute de 35 % en moyenne sur nos contrats. Le marché de Montréal est très lucratif.
- Loyer supplémentaire : Il faudrait louer plus d'espace pour la production de ces électroménagers. Le coût serait de 25\$ le pied carré par année et le nombre serait de 20 000 pieds carrés et serait fixe pour les cinq prochaines années.
- Nous aurions besoin d'embaucher une nouvelle personne en administration/comptabilité pour être en mesure de fournir aux demandes des clients et fournisseurs. Un technicien comptable avec un salaire annuel de 37 500 \$ pourrait très bien faire l'affaire avec une augmentation annuelle de 1 500 \$ par année.
- Afin de faire connaître les produits de façon à pénétrer le marché de Montréal, plus de 50 000 \$ en publicité serait nécessaire par année sans augmentation annuelle.
- Les coûts de chauffage et d'énergie (électricité et gaz naturel) pourraient cependant augmenter d'environ 15 000 \$ et avec une augmentation annuelle prévue de 2 % pour les cinq prochaines années.
- Les taxes municipales et scolaires devraient augmenter de 15 000 \$ selon mes calculs en prenant pour acquis qu'il n'y aura pas d'augmentation du taux de taxation.
- Pour être en mesure de fournir à la demande, si nous attaquons ce marché, il faudra procéder à l'acquisition d'équipements qui coûtent 4,4 millions de dollars.

Ces équipements ont une durée de vie utile de 10 ans, de façon linéaire et n'ont aucune valeur résiduelle par la suite. L'entretien est inclus sur toute la période dans le coût.

- La banque a accepté de financer les équipements à 100% donc, un prêt de 4,4 millions de dollars serait contracté. Voici le détail des paiements de capital et d'intérêts :

<i>Année</i>	<i>Capital (remboursement de la dette)</i>	<i>Intérêts</i>
2015	786 663 \$	222 366 \$
2016	831 037 \$	177 992 \$
2017	877 914 \$	131 115 \$
2018	927 435 \$	81 594 \$
2019	976 951 \$	32 078 \$

**\*\*\* Ne pas tenir compte des impacts fiscaux.**