

BTS GESTION DE LA PME

SOUTENIR LE FONCTIONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA PME – E6

SESSION 2026

Durée : 4 heures 30
Coefficient : 6

Matériel autorisé

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la 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 se compose de 16 pages, numérotées de 1/16 à 16/16.

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.

BTS Gestion de la PME		Session 2026
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME – E6	Code : 26GPMEU6	Page 1/16

YSE CONSIGNE

COMPOSITION DU CAS

Cette étude s'appuie sur des données réelles qui ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

Présentation du cas

- **Dossier 1 : choix d'un mode de financement des investissements (40 points)**
- **Dossier 2 : participation à la stratégie de communication pour l'ouverture de l'agence YSE à Metz (40 points)**
- **Dossier 3 : organisation de l'ouverture de l'agence de Metz (40 points)**

Annexes

- **Dossier 1 : choix d'un mode de financement des investissements**

Annexe 1	Courriel de Erwann DAUGES concernant l'investissement	Page 8
Annexe 2	État de la trésorerie finale extraite du plan de financement intégrant la proposition d'emprunt de la Banque Populaire	Page 8
Annexe 3	Notes de l'expert-comptable	Page 9
Annexe 4	Plan d'amortissement de l'emprunt du Crédit Mutuel	Page 10
Annexe 5	Financer les investissements des PME	Page 10

- **Dossier 2 : Participation à la stratégie de communication pour l'ouverture de l'agence YSE à Metz**

Annexe 6	Courriel de Thomas JAFFREDOU	Page 11
Annexe 7	Extrait du dialogue relatif aux supports presse entre Sacha SARAIVA et Thomas JAFFREDOU	Page 12
Annexe 8	Courriels de réponse des supports radios	Page 13
Annexe 9	Extrait de la newsletter interne de YSE – janvier 2026 concernant les médias gratuits internes et externes	Page 14
Annexe 10	Calendrier du second semestre 2026	Page 15

- **Dossier 3 : organisation de l'ouverture de l'agence de Metz**

Annexe 10	Calendrier du second semestre 2026	Page 15
Annexe 11	Extrait du dialogue entre Erwann DAUGES et Sacha SARAIVA	Page 16

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Dénomination sociale	YSE Consigne (You Save Earth)
Statut juridique	SAS
Capital social	17 000 €
Date de création	2021
Siège social	Hangenbieten (Bas-Rhin)
Effectif	9 salariés (prévision : 15 salariés à l'horizon 2027)
Dirigeants	Erwann DAUGES (Président) et Thomas JAFFREDOU (Directeur Général)
Code NAF	4791B - Vente à distance sur catalogue spécialisé
E-mail	contact@yse.com
Activité	Livraison de boissons et de produits d'épicerie en contenants consignés (bouteilles, boîtes, bacs) et collecte pour réemploi
Chiffre d'affaires HT 2024	410 000 €

Fondée en 2021 à Strasbourg, YSE Consigne (You Save Earth) est le fruit d'une rencontre entre engagement écologique, savoir-faire logistique et volonté entrepreneuriale. Ses fondateurs, Erwann Dagues et Thomas Jaffredou, tous deux originaires de Bretagne, ont été confrontés aux enjeux du réemploi¹ lors de leurs premières expériences dans la restauration. Ils constatent le gâchis quotidien lié aux bouteilles à usage unique et perçoivent le potentiel du système de consigne² comme levier à fort impact environnemental. Ils décident alors de créer un service de livraison à domicile de boissons et produits d'épicerie (légumes bios, pâtes, riz, café, biscuits, condiments, etc.) en contenants consignés. Les boissons proposées sont produites à moins de 100 km, favorisant ainsi une consommation locale et durable.

La vision des co-fondateurs : construire un modèle économique durable permettant de réconcilier logistique urbaine, consommation responsable et soutien à la production locale. Inspirés par les valeurs de l'économie circulaire, les fondateurs imaginent un service complet alliant digitalisation, mobilité douce, réduction des déchets et ancrage territorial. Cette ambition se traduit concrètement par la création d'une structure agile, de taille humaine, au fonctionnement coopératif et à l'identité forte.

Le choix d'implanter le siège près de Strasbourg n'est pas anodin : l'Alsace bénéficie d'une culture historiquement favorable au réemploi, renforcée par sa proximité avec l'Allemagne, où la consigne est une pratique courante depuis des décennies. Ce contexte culturel a largement facilité l'adoption du service et contribué à son succès.

¹ Le **réemploi** est, dans le domaine de la prévention des déchets et de l'économie circulaire, l'ensemble des systèmes et filières permettant de récupérer des objets avant qu'ils ne soient jetés, pour leur donner une seconde vie. Il évite ainsi que des biens en fin de vie ne deviennent des déchets.

² Une **consigne** est un système où les contenants sont réutilisés au lieu d'être jetés. On les rend après usage, ils sont lavés, vérifiés, puis remis en circulation pour être utilisés à nouveau.

La livraison et la collecte des produits consignés sont assurées directement chez les particuliers et les professionnels.

Rapidement adopté à Strasbourg, le service a gagné en notoriété et l'entreprise s'est imposée comme un acteur clé de la transition écologique locale.

Depuis sa création, YSE Consigne a connu une croissance soutenue et structurée. Initialement centrée sur Strasbourg, l'entreprise a étendu ses services à l'ensemble de l'Eurométropole, puis à la ville de Colmar. En 2026, une nouvelle étape sera franchie avec l'ouverture d'une agence à Metz, dans le département de la Moselle. Cette implantation stratégique vise à renforcer la présence régionale de l'entreprise tout en répondant à une demande croissante de consommation durable et responsable.



Pour accompagner cette dynamique, l'équipe s'est progressivement agrandie. Aujourd'hui composée de 9 salariés, elle réunit des livreurs, des préparateurs de commandes, des responsables logistiques et des chargés de relation client. Cette organisation fonctionnelle permet de maintenir un haut niveau de qualité de service. Les dirigeants prévoient le recrutement de 6 collaborateurs supplémentaires d'ici 2027 pour soutenir les activités nouvelles et renforcer les fonctions stratégiques de l'entreprise.

Le modèle économique de YSE Consigne repose sur un circuit court, circulaire et à faible impact carbone. Il s'articule autour des étapes suivantes :

1. **Commande en ligne** : les clients sélectionnent leurs produits via le site *web* de l'entreprise. Chaque commande est constituée d'au moins une caisse de 12 bouteilles consignées, favorisant un volume optimal pour les tournées.



Crédit yseconsigne.com

2. **Préparation des commandes** : dans un centre logistique mutualisé avec d'autres entreprises, les boissons sont regroupées par producteur afin de valoriser les circuits courts et réduire les déplacements.
3. **Livraison à domicile** : les tournées sont assurées du lundi au samedi, de 9 h à 21 h, en véhicules électriques. Les horaires sont choisis par les clients sur un créneau de 2 h, ce qui renforce la flexibilité du service tout en optimisant les trajets. Les tournées sont respectueuses de l'environnement tout en couvrant une zone géographique étendue ; ce choix permet d'optimiser les tournées.
4. **Collecte des contenants vides** : lors de la livraison suivante chez le client, les contenants usagés sont repris par les livreurs.

5. **Nettoyage et réemploi** : les contenants collectés sont lavés selon des protocoles sanitaires stricts, puis réintroduits dans le circuit commercial. Ce cycle limite la consommation de verre neuf et diminue les déchets.

Ce fonctionnement permet de réduire significativement l'empreinte carbone de la consommation de boissons notamment. La réutilisation d'une bouteille en verre consignée, comparé au recyclage d'une bouteille en verre, permet d'économiser 75 % d'énergie, 79 % de CO₂ et 33 % d'eau. Cependant, pour garantir le cercle vertueux du modèle, il est indispensable de travailler à une échelle locale. La bouteille consignée part du producteur, va jusqu'au consommateur et revient au producteur : si la distance est trop élevée, la consigne perd de son intérêt.

Les co-fondateurs ont développé une communication digitale via le site *web* marchand et la présence sur les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, LinkedIn et Tik Tok.

L'ouverture de la nouvelle agence de Metz, prévue pour le 1^{er} décembre 2026 au 14 rue Pierre et Marie Curie, ZAC de la Tannerie, constitue une étape déterminante pour YSE Consigne. Ce projet stratégique doit permettre d'ancrer durablement l'entreprise dans le Grand Est et de répondre à une demande croissante des professionnels comme des particuliers.

Sa réussite implique cependant de relever plusieurs défis. Il convient tout d'abord de déterminer le mode de financement le plus adapté pour soutenir les investissements nécessaires, sans fragiliser la trésorerie de l'entreprise. Parallèlement, la visibilité de l'agence doit être assurée par un plan de communication structuré et cohérent, mobilisant à la fois des médias locaux, des actions gratuites et une présence sur les réseaux sociaux. Enfin, l'ouverture nécessite une organisation rigoureuse avec la mise en place d'outils pour garantir une mise en service opérationnelle dans les délais.

Ainsi, ce projet d'implantation réunit des enjeux financiers, commerciaux et organisationnels qui conditionnent la pérennité et le développement de YSE Consigne à Metz.

VOTRE MISSION

Vous êtes Sacha SARAIVA, gestionnaire de la PME YSE Consigne, et vous avez à traiter différents dossiers.

Recommandations importantes

Chaque dossier peut être traité de manière indépendante. Cependant, la candidate ou 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. La candidate ou le candidat devra en outre faire preuve de discernement, afin de repérer dans les documents annexés, l'essentiel de l'accessoire.

Enfin, pour des raisons de respect de l'anonymat, le candidat ne doit jamais faire apparaître son nom dans la copie. Le nom fictif de Sacha SARAIVA devra être utilisé.

Les différentes tâches qui sont confiées au candidat apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme ici retenue pour ce paragraphe.

BTS Gestion de la PME		Session 2026
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME – E6	Code : 26GPMEU6	Page 5/16

DOSSIER 1 : choix d'un mode de financement des investissements

Annexes 1 à 5

L'ouverture de l'agence de Metz s'accompagne de l'acquisition de deux véhicules utilitaires électriques qui seront livrés début 2027 pour un montant total de 103 400 euros. Il s'agit d'un investissement significatif pour cette structure à taille humaine.

Monsieur DAUGES a envisagé de financer ce projet par un emprunt et un auto-financement. Il a sollicité plusieurs établissements bancaires et a obtenu deux offres d'emprunt dont les modalités sont très différentes. M. DAUGES aimerait mesurer l'impact de ces deux modes de financement sur la trésorerie de l'entreprise. En effet, il sait que son activité ne peut pas tolérer une trésorerie négative. Il serait donc raisonnable qu'elle ne soit pas inférieure à 25 000 euros, ses charges de personnels étant très élevées.

Vous êtes chargé(e) de :

- 1.1 Produire les informations de nature financière qui permettent de mesurer l'impact de chaque mode de financement sur la trésorerie de YSE Consigne.***
- 1.2 Communiquer à Erwann DAUGES une préconisation éclairée sur le choix du financement à privilégier au regard des objectifs de trésorerie de l'entreprise et proposer des solutions de financement alternatives et/ou complémentaires à l'emprunt bancaire.***

DOSSIER 2 : participation à la stratégie de communication pour l'ouverture de l'agence YSE à Metz

Annexes 6 à 10

Dans le cadre de son développement, YSE Consigne prépare l'ouverture de sa nouvelle agence à Metz prévue pour le 1er décembre 2026. Pour assurer le succès de cette implantation, il est indispensable de concevoir un plan de communication cohérent et pertinent. Celui-ci devra toucher à la fois les professionnels de la restauration collective et du secteur public ainsi que les particuliers sensibles aux enjeux environnementaux.

La campagne, programmée sur deux mois (octobre et novembre 2026), devra renforcer la notoriété de l'entreprise, valoriser son engagement en faveur du développement durable et mobiliser les médias et les relais locaux.

Thomas JAFFREDOU vous confie la préparation et la mise en œuvre de ce dispositif stratégique.

Vous êtes chargé(e) de :

2.1 Présenter une proposition de plan de communication intégrant des actions diversifiées (presse locale, radio, réseaux sociaux, événements, médias gratuits...) en justifiant les supports retenus.

2.2 Rédiger le post destiné à la cible des professionnels annonçant l'ouverture de l'agence de Metz sur la page LinkedIn de l'entreprise.

DOSSIER 3 : Organisation de l'ouverture de l'agence de Metz

Annexes 10 et 11

Vous participez activement au pilotage de l'ouverture de l'agence de Metz.

Une réunion de cadrage s'est tenue le 7 mai 2026. Elle a permis d'identifier les principales tâches nécessaires à l'ouverture de l'agence. Une visualisation des tâches à réaliser et leur niveau d'avancement est nécessaire pour gérer et anticiper les éventuels retards. Un suivi rigoureux est indispensable pour respecter la date d'ouverture le 1^{er} décembre 2026.

Vous êtes chargé(e) de :

3.1 Réaliser un outil de visualisation permettant de suivre la réalisation des tâches nécessaires à l'ouverture de l'agence de Metz.

Annexe 1 : courriel de Erwann DAUGES concernant l'investissement

De	e.dauges@yse.com
À	administratif@yse.com
PJ	Plan d'amortissement de l'emprunt du Crédit Mutuel Trésorerie finale du plan de financement de la Banque Populaire
Objet	Informations concernant l'investissement
Bonjour Sacha, Comme déjà évoqué lors de nos échanges, nous avons confirmé l'achat de deux véhicules utilitaires électriques. Les deux véhicules seront livrés début 2027. Cela représente un investissement de 103 400 € pour les deux véhicules, ce qui est important pour une petite entreprise comme la nôtre. Pour financer cet investissement, nous avons opté pour un emprunt de 60 000 € et le reste en auto-financement. J'ai reçu deux propositions : - L'une de la Banque Populaire. J'ai déjà réalisé le plan de financement pour cette proposition, vous trouverez en pièce jointe l'état de la trésorerie finale faisant suite à la modification du plan de financement initial. - L'autre du Crédit Mutuel pour laquelle vous trouverez en pièce jointe la proposition. Pourriez-vous m'indiquer quel emprunt répond le mieux à nos exigences de trésorerie grâce à l'ensemble des éléments en votre possession ? Je suis également sensible à des propositions de solutions de financement alternatives. Merci d'avance, Cordialement, Erwann DAUGES, Président YSE Consigne	

Source : interne

Annexe 2 : état de la trésorerie finale extraite du plan de financement intégrant la proposition d'emprunt de la Banque Populaire

Années	Début 2027	Fin 2027	2028	2029	2030
Trésorerie finale	- 7 600	35 350	83 387	152 062	181 549
Cumul de trésorerie		35 350	118 737	270 799	452 348

Annexe 3 : notes de l'expert-comptable

Caractéristiques du projet :

- Coût d'acquisition des véhicules : 103 400 €
- Amortissement linéaire sur 4 ans, soit 25 850 € par an.
- Durée de vie du projet : 4 ans
- Trésorerie initiale : 44 000 €
- Taux d'imposition sur les sociétés (IS) : 25 %

J'ai pu estimer la CAF prévisionnelle du projet et réaliser le plan de financement initial de l'investissement mais ayant reçu l'offre du Crédit Mutuel tardivement, je n'ai pas eu le temps de réajuster le plan de financement en fonction des propositions des banquiers. Il faudra veiller à modifier les emplois et ressources en conséquence. N'oubliez pas de retraiter la CAF car les intérêts sont déductibles d'IS.

Simon GARD, expert-comptable

CAF du projet (sans tenir compte des modes de financement), en euros :

	2027	2028	2029	2030
Chiffre d'affaires	204 570	210 600	235 700	265 700
- Charges d'exploitation	145 320	146 300	148 150	152 000
- Dotations aux amortissements	25 850	25 850	25 850	25 850
- Charges d'intérêts	0	0	0	0
= Résultat courant avant impôts	33 400	38 450	61 700	87 850
- Impôts sur les sociétés (25 %)	8 350	9 613	15 425	21 963
= Résultat net d'impôts	25 050	28 837	46 275	65 887
+ Dotations aux amortissements	25 850	25 850	25 850	25 850
= CAF du projet	50 900	54 687	72 125	91 737

Plan de financement initial (sans tenir compte des modes de financement), en euros :

Années	Début 2027	Fin 2027	2028	2029	2030
EMPLOIS					
Acquisition véhicules	103 400				
Variation du BFR	8 200	5 700	4 400	1 200	0
Total emplois	111 600	5 700	4 400	1 200	0
RESSOURCES					
CAF	0	50 900	54 687	72 125	91 737
Total ressources	0	50 900	54 687	72 125	91 737
Variation de trésorerie (ressources – emplois)	- 111 600	45 200	50 287	70 925	91 737
Trésorerie initiale	44 000	- 67 600	- 22 400	27 887	98 812
Trésorerie finale	- 67 600	- 22 400	27 887	98 812	190 549

Source : interne

Annexe 4 : plan d'amortissement de l'emprunt du Crédit Mutuel

Montant emprunt	60 000 €		Durée (années)	4
Taux d'intérêt annuel	3 %		Remboursement constant	15 000 €
Année	Capital restant dû	Intérêts	Amortissement	Annuité
2027	60 000 €	1 800 €	15 000 €	16 800 €
2028	45 000 €	1 350 €	15 000 €	16 350 €
2029	30 000 €	900 €	15 000 €	15 900 €
2030	15 000 €	450 €	15 000 €	15 450 €

Source : interne

Annexe 5 : financer les investissements des PME

💡 Financer autrement : les PME à la recherche d'alternatives au crédit bancaire

En 2025, nombreux sont les chefs d'entreprise qui se heurtent à un mur lorsqu'ils sollicitent des crédits auprès des établissements bancaires classiques. Ce phénomène, loin d'être anodin, résulte d'un durcissement significatif des critères d'octroi. Les banques privilégient désormais les entreprises au bilan solide, à la trésorerie stable et avec des garanties tangibles. Le moindre signe de fragilité financière, un endettement élevé ou des retards récurrents dans les remboursements suffisent à déclencher un refus.

Parmi les solutions, le **crédit-bail** peut s'imposer comme une option stratégique.

Autre voie en plein essor : le **crowdfunding**, ou financement participatif. Grâce aux plateformes numériques, des milliers d'épargnants peuvent désormais financer directement des projets portés par des PME. Cette méthode, en plus de lever des fonds, permet aux entrepreneurs de tester leur idée auprès du grand public et de créer une communauté engagée. Très prisé dans le cadre de projets à forte dimension sociale, environnementale ou innovante, le *crowdfunding* représente une alternative crédible aux circuits financiers traditionnels.

D'autres options comme l'autofinancement, les subventions, les prêts d'honneur ou les fonds d'investissement privés (*private equity*) viennent compléter cette palette de moyens de financement. Si chacun présente ses propres avantages et contraintes, une chose est sûre : diversifier ses sources de financement devient une nécessité stratégique pour les PME d'aujourd'hui.

D'après les sources : senat.fr; extencia.fr ; plurifinances.fr

Annexe 6 : courriel de Thomas JAFFREDOU

De	t.jaffredou@yse.com
À	administratif@yse.com
Objet	Élaboration d'un plan de communication – Agence YSE Metz
Bonjour Sacha, Comme tu le sais, nous allons ouvrir notre agence de Metz le 1^{er} décembre 2026, au 14 rue Pierre et Marie Curie, ZAC de la Tannerie. Cette ouverture est stratégique, et je souhaite que nous la préparions avec un plan de communication solide, déployé sur les mois d'octobre et novembre 2026. Ce plan devra s'adresser à la fois aux professionnels de la restauration collective, aux collectivités locales et aux particuliers. Il conviendra d'adapter les messages selon les canaux, tout en respectant notre budget global de 3 500 € HT. Je te laisse analyser les propositions de prix et les opportunités de visibilité (médias locaux gratuits ou payants comme la radio ou la presse, réseaux sociaux, etc.) et construire une proposition claire. Merci également de rédiger un message de lancement destiné à la cible des professionnels. Bien cordialement, Thomas JAFFREDOU, Directeur général YSE Consigne	

Source : interne

Annexe 7 : extrait du dialogue relatif aux supports presse entre Sacha SARAIVA et Thomas JAFFREDOU

Sacha : Bonjour Thomas, j'ai préparé un récapitulatif des devis presse que nous avons reçus. Les tarifs concernent une publication hebdomadaire. On fait le point ensemble ?

Thomas : Oui bien sûr. Il faut qu'on réfléchisse à la pertinence de chaque support pour nos différentes cibles.

Sacha : D'accord. Alors, Le Républicain Lorrain, pour une semaine de publication, propose une demi-page papier pour 850 € HT, avec une bannière *web* pour 130 € en plus. Leur diffusion papier est assez large, autour de 45 000 exemplaires par jour et le site *web* atteint environ 110 000 visiteurs quotidiens.

Thomas : Ce qui est bien avec ce journal, c'est qu'il est très implanté localement, donc utile pour se faire connaître du grand public. Mais on sait aussi que ce n'est pas la presse la plus lue par les professionnels. Il faudra bien penser au moment de parution : soit très tôt pour éveiller la curiosité, soit juste avant l'ouverture pour faire du bruit.

Sacha : Ensuite, La Semaine Metz nous propose une page 1/3 avec publication Facebook incluse, le tout pour 620 €. C'est un hebdomadaire diffusé chaque vendredi, plutôt qualitatif, avec un lectorat composé de cadres, d'élus locaux et d'acteurs économiques.

Thomas : J'aime bien ce support pour relayer une annonce spécifique : une date, un événement, ou un témoignage local. Une seule parution bien placée pourrait suffire, à condition qu'elle soit bien relayée sur leurs réseaux sociaux.

Sacha : Côté presse pro, on a Metz Info Éco qui propose une pleine page sponsorisée dans leur édition du 15 octobre à 780 € HT, avec diffusion dans leur newsletter B2B. L'audience est très ciblée, ce sont des décideurs en développement durable, des acheteurs publics, des gestionnaires de cantines...

Thomas : Là, on est sur un très bon ciblage. Ce type de support permet de toucher directement ceux qui peuvent prescrire ou décider. À mon avis, cette insertion doit se faire en mi-campagne, quand les gens commencent à planifier leurs achats ou partenariats.

Sacha : Et enfin, Restauration Collective, qui cible les responsables de restauration en collectivités. Ils proposent une bannière *web* pendant une semaine pour 480 € HT. Leur audience est 100 % pro.

Thomas : Ce qui est bien pour nous, c'est qu'ils parlent directement aux gestionnaires de cuisines centrales, aux acheteurs, aux acteurs publics concernés. Ce support est parfait pour rappeler notre ouverture juste avant le 1^{er} décembre, mais il faudra un visuel accrocheur et un message clair, parce que ce format dépend beaucoup du taux de clic.

Sacha : Il faut donc adapter le ton du message et peut-être le support utilisé selon la phase de la campagne ?

Thomas : Oui, tout à fait. Certains supports sont plus efficaces pour créer de la notoriété en amont, d'autres pour convaincre ou relancer. C'est à toi de voir comment répartir tout cela dans un budget cohérent. Par ailleurs, pense bien à réaliser des actions de communication gratuites qui ont été bénéfiques lors de l'ouverture de l'agence de Strasbourg dont tu trouveras les éléments dans la newsletter interne.

Source : interne

BTS Gestion de la PME		Session 2026
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME – E6	Code : 26GPMEU6	Page 12/16

Annexe 8 : courriels de réponse des supports radios

Top Music Metz		Direct FM Metz	
De	Pierre.roux@topmusic.fr	De	aduprez@directfm.fr
À	administratif@yse.com	À	administratif@yse.com
Objet	Spot pub pour YSE Metz	Objet	Offre radio + Instagram
Bonjour Sacha, Nous proposons : - Spot de 15 secondes diffusé 4 fois par jour pendant 4 jours. - Dates : du 12 au 15 novembre 2026. - Tarif : 420 € HT. - Audience : 18 000 auditeurs/jour, cible 25-40 ans urbains. Offre idéale pour toucher les jeunes actifs de la ville de Metz. Cordialement, Pierre Roux – Top Music		Bonjour Sacha, Comme convenu, le détail de notre pack communication : - Spot radio de 20 secondes, 3 fois par jour pendant 5 jours. - Post Instagram sponsorisé inclus. - Tarif : 720 € HT. - Dates proposées : du 4 au 8 novembre 2026. - Audience combinée : 24 000 radio + 4 000 Instagram. Nous vous accompagnons dans la création du message. Bien à vous, Alexandre Duprez – Responsable partenariats – Direct FM	

France Bleu Lorraine Nord	
De	claire.martin@francebleu.fr
À	administratif@yse.com
Objet	Proposition campagne ouverture Metz
Bonjour Sacha, Pour donner suite à votre demande, nous vous proposons un pack de diffusion radio pour accompagner l'ouverture de votre agence à Metz. - 1 spot de 20 secondes diffusé 3 fois par jour pendant 5 jours. - Semaine de diffusion : à convenir. - Prix : 650 € HT. - Audience estimée : 76 000 auditeurs grand public/jour Nous pouvons également ajouter une interview en plateau sur demande. Cordialement, Claire MARTIN – Chargée de diffusion – France Bleu Lorraine Nord	

Source : interne

ANNEXE 9 : extrait de la newsletter interne de YSE – janvier 2026 concernant les médias gratuits internes et externes

Mieux communiquer avec peu de moyens : l'expérience de Strasbourg fait école.

Lors de l'ouverture de l'agence de Strasbourg, nous avons su tirer parti de plusieurs leviers gratuits pour maximiser la visibilité de YSE. Ces actions, simples à mettre en œuvre, ont permis de toucher les citoyens engagés, les partenaires associatifs et les institutions locales.

Parmi les initiatives les plus efficaces figurent :

- la diffusion d'un communiqué sur les sites municipaux et celui de l'agglomération de communes dans la rubrique « actualité locale » ;
- l'envoi d'un message officiel à l'ensemble des établissements scolaires partenaires via le réseau des directions départementales ;
- la publication d'un post LinkedIn de l'équipe avec photo et hashtag #YSEarrive ;
- l'insertion d'une annonce gratuite dans les groupes Facebook de quartier et forums de parents d'élèves ;
- l'affichage dans les locaux des Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne³ (AMAP) partenaires et épiceries bio du centre-ville.

L'objectif n'était pas seulement de faire connaître l'ouverture, mais aussi de créer un lien communautaire local, en cohérence avec les valeurs de YSE. Ces bonnes pratiques peuvent être répliquées à Metz pour renforcer la campagne principale à moindre coût.

Source : interne

³ AMAP : c'est un partenariat direct entre un ou plusieurs agriculteurs et un groupe de consommateurs. Les consommateurs s'engagent à acheter, à l'avance et à un prix juste, la production d'un agriculteur, sur une période donnée (souvent plusieurs mois).

Annexe 10 : calendrier du second semestre 2026

JUILLET 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
27			1	2	3	4	5
28	6	7	8	9	10	11	12
29	13	14	15	16	17	18	19
30	20	21	22	23	24	25	26
31	27	28	29	30	31		
AOÛT 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
31						1	2
32	3	4	5	6	7	8	9
33	10	11	12	13	14	15	16
34	17	18	19	20	21	22	23
35	24	25	26	27	28	29	30
36	31						
SEPTEMBRE 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
36		1	2	3	4	5	6
37	7	8	9	10	11	12	13
38	14	15	16	17	18	19	20
39	21	22	23	24	25	26	27
40	28	29	30				
OCTOBRE 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
40				1	2	3	4
41	5	6	7	8	9	10	11
42	12	13	14	15	16	17	18
43	19	20	21	22	23	24	25
44	26	27	28	29	30	31	
NOVEMBRE 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
44							1
45	2	3	4	5	6	7	8
46	9	10	11	12	13	14	15
47	16	17	18	19	20	21	22
48	23	24	25	26	27	28	29
49	30						
DECEMBRE 2026							
Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
49		1	2	3	4	5	6
50	7	8	9	10	11	12	13
51	14	15	16	17	18	19	20
52	21	22	23	24	25	26	27
53	28	29	30	31			

Annexe 11 : extrait du dialogue entre Erwann DAUGES et Sacha SARAIVA

Lieu : bureau de Erwann DAUGES, YSE Consigne – jeudi 7 mai 2026 à 15h30

Objet : réunion de cadrage sur les tâches restantes à réaliser pour l'ouverture de l'agence de Metz

Erwann DAUGES : Bonjour Sacha, vous avez reçu mon courriel ? Nous allons organiser la planification de l'ouverture de l'agence de Metz. Le local est trouvé et le bail est signé. Il nous reste quelques mois pour atteindre l'objectif de l'ouverture de l'agence le 1^{er} décembre.

Sacha SARAIVA : Oui, Monsieur Dagues. J'ai listé les étapes, mais je voudrais valider les durées et leurs dépendances avec vous.

Erwann DAUGES : Avant de commencer, nous raisonnerons en semaine calendaire. Commençons. La première tâche est la planification initiale du projet, avec une validation globale du calendrier. Il faut 1 semaine pour réaliser cette tâche. Elle débutera le 13 juillet.

Sacha SARAIVA : Ensuite, je déposerai toutes les demandes administratives : raccordement, enseigne, sécurité... Je compte 2 semaines.

Erwann DAUGES : D'accord. Une fois les autorisations déposées, les travaux d'aménagement du local peuvent commencer. Cela prendra 6 semaines.

Sacha SARAIVA : En parallèle, je pourrai commander le mobilier et les équipements. Prévoir 4 semaines pour cela. Une fois les travaux d'aménagement achevés, je pourrai installer le mobilier et les équipements.

Erwann DAUGES : N'oubliez pas, en parallèle, de faire l'étude pour le financement des véhicules utilitaires et passer leurs commandes, comptez une semaine. Pour l'installation du réseau fibre et téléphonie, attendez que les travaux soient terminés. Comptez 6 semaines.

Sacha SARAIVA : L'installation informatique complète (serveurs, PC, imprimantes) interviendra juste après l'installation du réseau fibre et l'installation du mobilier, avec 1 semaine également ?

Erwann DAUGES : Oui. C'est notre prestataire IT Performance qui s'en occupera. Et, cela prendra bien 1 semaine.

Sacha SARAIVA : Après ces deux semaines, je procéderai au paramétrage de notre PGI notamment concernant les droits d'accès. Nous sommes d'accord ? Comptez deux journées.

Erwann DAUGES : Oui tout à fait Sacha ! Ah oui ! Concernant le recrutement de l'équipe locale, vous pourrez démarrer mi-août. Nous avons besoin de 4 personnes. Disons 10 semaines pour le processus de recrutement. Les salariés commenceront le 16 novembre 2026. Il faudra donc réaliser toutes les formalités d'embauche la semaine précédente.

Sacha SARAIVA : D'accord. Je prévois donc 1 semaine pour effectuer les déclarations préalables à l'embauche, les contrats de travail et les inscriptions à la mutuelle.

Erwann DAUGES : Parfait. La formation interne débutera dès leur arrivée et ne durera que 2 semaines. Cela nécessite que tout soit en place.

Sacha SARAIVA : Je vais mettre en place des outils de suivi d'activité (conception des indicateurs clés de performance et des tableaux de bord) juste avant l'ouverture. Je compte sur 1 semaine.

Erwann DAUGES : Avant l'ouverture, nous réunirons tout le monde et nous collaborerons pour une semaine de pré-lancement.

Erwann DAUGES : Tout sera en place pour l'ouverture de l'agence le 1^{er} décembre. [...]

Source : interne

BTS Gestion de la PME		Session 2026
Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME – E6	Code : 26GPMEU6	Page 16/16