# GUIDE DE L'UTILISATEUR DU JEU
# "CAPITALISM PLUS"

Fenêtre d'informations de l'unité .....11-7
Niveau de l'unité .....11-8
**Unité de fabrication .....11-8**
Fabrication d'un produit .....11-8
Qualité des produits manufacturés .....11-9
Amélioration de la qualité du produit .....11-10
Détails de l'unité .....11-10
Fenêtre d'informations de l'unité .....11-10
Niveau de l'unité .....11-11
Diagnostic de goulot d'étranglement .....11-11
**Unité de marque distributeur .....11-12**
Quand faut-il mettre sa marque sur des produits? .....11-12
Produits portant la marque d'un distributeur .....11-12
Détails de l'unité .....11-13
Fenêtre d'informations de l'unité .....11-13
Niveau de l'unité .....11-13
**Unité d'achat .....11-13**
Achat d'un produit .....11-14
Stopper l'achat d'un produit .....11-14
Changement de fournisseur .....11-14
Trouver le fournisseur d'une unité d'achat .....11-14
Détails de l'unité .....11-14
Fenêtre d'informations de l'unité .....11-15
Niveau de l'unité .....11-15
**Unité de Recherche & Développement .....11-16**
Créer une unité de R & D .....11-16
Progrès technologiques .....11-16
Application technologique à la production .....11-17
Recherche et développement de nouveaux produits .....11-18
Détails de l'unité .....11-18
Fenêtre d'informations de l'unité .....11-18
**Unité de vente .....11-19**
Détails de l'unité .....11-19
Fenêtre d'informations de l'unité .....11-19
Niveau de l'unité .....11-20
Diagnostic de goulot d'étranglement .....11-20

Le vieux Manuel

**Unités minière, de forage petrolier et d'exploitation forestiére** . . . . . .11-21
Détails de l'unité . . . . . .11-21
Fenêtre d'informations de l'unité . . . . . .11-21
Niveau de l'unité . . . . . .11-22

**12 Rapports**

**Rapport de synthèse du produit** . . . . . .12-1
Informations sur le produit . . . . . .12-1
Filtre d'affichage . . . . . .12-2
Recherche au clavier . . . . . .12-3
**Rapport détaillé sur le produit** . . . . . .12-3
Indice de nécessité . . . . . .12-3
Navigateur des produits . . . . . .12-3
Changement du prix de vente . . . . . .12-4
Boutons Préc et Suivant . . . . . .12-4
Bouton Aller . . . . . .12-4
Recherche au clavier . . . . . .12-4
**Rapport de synthèse de l'entreprise** . . . . . .12-4
**Rapport de synthèse de la société** . . . . . .12-5
Analyse financière rapide . . . . . .12-5
Analyse résumée des titres . . . . . .12-5
Analyse résumée des entreprises . . . . . .12-5
Relations commerciales . . . . . .12-6
**Rapport détaillé sur la société** . . . . . .12-6
Analyse résumée . . . . . .12-6
Entreprises . . . . . .12-7
Produits . . . . . .12-7
Courbes 1 . . . . . .12-7
Courbes 2 . . . . . .12-8
Titres . . . . . .12-8
Bilan . . . . . .12-9
Compte de résultat . . . . . .12-10
Technologie . . . . . .12-11
Publicité . . . . . .12-12
Marque . . . . . .12-12
Leadership . . . . . .12-13
Etats financiers . . . . . .12-13

Le vieux Manuel

Rapport personnel . . . . . 12-14
Résumé . . . . . 12-14
Fortune . . . . . 12-15
Carrière . . . . . 12-15
Personnalité . . . . . 12-15
Compétence . . . . . 12-15
Score du jeu . . . . . 12-15
100 Milliardaires . . . . . 12-16
Rapport financier . . . . . 12-16
Rapport d'objectifs . . . . . 12-16
Jeu normal . . . . . 12-16
Jeu avec scénario . . . . . 12-16

**A Touches de raccourci**

**B Bibliographie**

Placements en bourse . . . . . B-1
Gestion Publicité & Marque . . . . . B-1
Gestion stratégique . . . . . B-1
Gestion financière . . . . . B-1
Comptabilité . . . . . B-1
Management . . . . . B-2
Sciences économiques . . . . . B-2
Marketing . . . . . B-2
Divers . . . . . B-2

**C Remerciements**

Le vieux Manuel

**Avis de copyright**

Copyright © 1995-1997 Trevor Chan, Enlight Software, et Interactive Magic Inc. Tous droits réservés.

Images fournies par © 1994 PhotoDisc, Inc., Cyprus Online et Enrico Talin, Tradenet Italie.

Ce manuel et les programmes informatiques sur le CD-ROM qui l'accompagne sont protégés par les droits d'auteur et contiennent des informations propres au constructeur. Il est interdit de donner ou de vendre des copies de ce manuel ou du CD qui l'accompagne ou de tous autres travaux de Interactive Magic, Inc., à toute personne ou établissement que ce soit, sauf accord écrit préalable du propriétaire du copyright. Tout désassemblage, compilation, et autre forme de démontage des programmes du CD sont interdits. Il est interdit à qui que ce soit de copier, photocopier, reproduire, traduire, ou réduire ce manuel à un format compréhensible par une machine, intégralement ou partiellement, sans l'accord écrit préalable du propriétaire du copyright. Toute personne reproduisant une partie de ce programme, quels que soient le support employé ou la raison invoquée, sera coupable d'infraction et de contrefaçon comme le stipule la loi, et sera responsable civilement envers le propriétaire du copyright.

**Garantie limitée**

Interactive Magic garantit que le CD-ROM sur lequel le programme ci-joint est enregistré ne présentera pas de défauts de matériaux ou de finition pendant une période de 60 jours à compter de la date d'achat. Si, dans un délai de 60 jours, le CD s'avère être défectueux de quelque façon que ce soit, vous pouvez le renvoyer à Interactive Magic, Gingers Court, 1st Floor, 36a High Street, Bracknell RG12 1HE et Interactive Magic remplacera gratuitement ce CD-ROM.

INTERACTIVE MAGIC NE DONNE AUCUNE AUTRE GARANTIE, EXPRESSE OU IMPLICITE, EU EGARD AU CD OU AU LOGICIEL ENREGISTRE SUR LE CD OU AU JEU DECRIT DANS CE MANUEL, OU A LEURS QUALITE, PERFORMANCES, CARACTERE COMMERCIALISABLE, OU CONVENANCE A TOUTE FIN QUE CE SOIT. LE PROGRAMME ET LE JEU SONT VENDUS "EN L'ETAT". LA TOTALITE DU RISQUE EN CE QUI CONCERNE LEUR QUALITE ET LEURS PERFORMANCES EST A LA CHARGE DE L'ACHETEUR. EN AUCUN CAS INTERACTIVE MAGIC NE SERA RESPONSABLE DES DOMMAGES DIRECTS, INDIRECTS, OU ACCIDENTELS RESULTANT DE TOUT DEFAUT DANS LE CD, LE PROGRAMME OU LE JEU, MEME SI INTERACTIVE MAGIC A ETE AVERTI DE LA POSSIBILITE DESDITS DOMMAGES.

**Que devez-vous faire si votre CD était défectueux?**

Si votre CD est défectueux, renvoyer uniquement le CD (gardez toutes les autres parties du jeu) à notre Service Clientèle, accompagné d'une lettre décrivant le problème que vous avez rencontré. Nous remplacerons votre CD dès réception du CD défectueux.

Le vieux Manuel

Veillez à toujours indiquer dans toute correspondance votre nom, votre adresse et votre numéro de téléphone pendant la journée.

**Questions ou problèmes**

Si vous rencontrez des difficultés avec ce jeu et que vous ne pouvez pas trouver de solution dans ce manuel, appelez notre Assistance Technique , Euromaintenance au 02 99 08 96 45 du lundi au vendredi, de 10h30 à 12h30 et de 13h30 à 19h30 et un membre de notre équipe technique vous aidera. Nous serons mieux en mesure de vous aider si vous êtes devant votre ordinateur quand vous appelez.

Interactive Magic et le logo Interactive Magic sont des marques déposées de SP Enterprises, Inc. Enlight Software et le logo Enlight Software sont des marques déposées de Enlight Software. Toutes les autres sociétés, marques ou produits mentionnés appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Le Vieux Manuel

# TABLE DES MATIERES

**1 Ce qu'il vous faut pour commencer**

Configuration nécessaire sous Windows 95 . . . . . 1-1
Configuration nécessaire sous DOS . . . . . 1-1
Installation sous Windows 95 . . . . . 1-2
Installation sous DOS . . . . . 1-2
Démarrage rapide (DOS & Windows 95) . . . . . 1-2
Problèmes sous Windows 95 . . . . . 1-2
Vidéo & Son . . . . . 1-2
Le C.D. de Capitalism Plus . . . . . 1-3
Problèmes sous DOS . . . . . 1-3
Le paramètre FILES dans CONFIG.SYS . . . . . 1-3
Cartes graphiques . . . . . 1-3
Mémoire nécessaire . . . . . 1-3
Création d'une disquette d'initialisation . . . . . 1-4

**2 Pour commencer à jouer**

Conventions d'affichage des chiffres . . . . . 2-1
Utilisation des navigateurs . . . . . 2-1
Utilisation des compteurs . . . . . 2-1
Pour fermer des fenêtres . . . . . 2-1
Menu principal . . . . . 2-2
Didacticiel . . . . . 2-2
Commencer une nouvelle partie . . . . . 2-2
Jouer un scénario . . . . . 2-5
Charger un jeu sauvegardé . . . . . 2-5

Le vieux Manuel

Hall des Magnats ..... 2-5
Quitter ..... 2-5
**Gagner ou Perdre ..... 2-6**
Jeu avec scénario ..... 2-6
Jeu normal ..... 2-6
**Partie en Multijoueur ..... 2-6**
Début d'une partie en multijoueur ..... 2-6
Jouer une partie en multijoueur ..... 2-6
Mode Auto quand vous ne jouez pas ..... 2-7
**Editeur de carte ..... 2-8**

**3 Comment utiliser l'interface**
**Menu du jeu ..... 3-1**
**Carte du jeu ..... 3-3**
Carte régionale ..... 3-3
Carte détaillée ..... 3-3
Modes de la carte ..... 3-3
Filtres de la carte ..... 3-4
**Modes d'affichage ..... 3-5**

**4 Pour commencer une entreprise**
**Construire des entreprises ..... 4-1**
Rechercher l'emplacement d'une exploitation agricole ..... 4-1
**Implantation d'une entreprise ..... 4-1**
Mise en place d'une unité fonctionnelle ..... 4-2
Liaison entre les unités fonctionnelles ..... 4-2
Coût de la main-d'oeuvre ..... 4-2
Formation du personnel et achat de nouvel outillage ..... 4-2
Expérience des ouvriers et niveau de l'unité ..... 4-3
Lien d'auto achat ..... 4-3
**Résumé de l'entreprise ..... 4-3**
Nommer une entreprise ..... 4-4
**Résumé sur les produits de l'entreprise ..... 4-4**
Navigateur des produits ..... 4-4
Vente interne ..... 4-6
Liens vers d'autres rapports ..... 4-7

Le vieux Manuel

## 5 Marketing


**Evaluation globale** . . . . . 5-1
- Préoccupation prix, qualité, et marque . . . . . 5-1
- Evaluation globale et demande du produit . . . . . 5-2
- Calcul de l'évaluation globale . . . . . 5-2

**Qualité** . . . . . 5-2
- Produits manufacturés . . . . . 5-3
- Produits agricoles . . . . . 5-4
- Produits d'élevage . . . . . 5-4
- Matières premières . . . . . 5-4

**Marque** . . . . . 5-4
- Notoriété de la marque . . . . . 5-5
- Fidélité à la marque . . . . . 5-5

**Stratégie de marque** . . . . . 5-6
- Marque de la société . . . . . 5-6
- Marque de gamme . . . . . 5-7
- Marque unique . . . . . 5-7

**Publicité** . . . . . 5-7
- Concepts de médias . . . . . 5-8
- Publicité et qualité du produit . . . . . 5-9

**Concurrents locaux** . . . . . 5-10


## 6 Outils


**Guide du fabricant** . . . . . 6-1
- Schéma de fabrication . . . . . 6-1
- Le bouton d'image . . . . . 6-1
- Bouton Plus . . . . . 6-1
- Autres commandes . . . . . 6-2

**Guide de l'agriculteur** . . . . . 6-2
- Informations sur les cultures . . . . . 6-2
- Informations sur l'élevage . . . . . 6-3

**Guide du dirigeant** . . . . . 6-3

**Bibliothèque des Plans d'implantation** . . . . . 6-3
- Ajouter un plan à la bibliothèque . . . . . 6-3
- Utiliser un plan d'implantation . . . . . 6-3
- Boutons des commandes . . . . . 6-3
- Informations sur les plans d'implantation . . . . . 6-4

**Journal** . . . . . 6-4
- Option d'affichage des journaux . . . . . 6-4


Le vieux Manuel

Bulletin d'information .....6-4
Suivi d'événements .....6-4

**7 Actions**

Investir .....7-2
Navigateur des actions .....7-2
Navigateur des actionnaires .....7-2
Navigateur des investisseurs .....7-2
Bouton d'affichage des actualités .....7-3
Achat et vente au public .....7-3
Emission de nouvelles actions .....7-3
Rachat d'actions .....7-4
Offre d'achat .....7-5
O.P.A. .....7-5
Fusion .....7-6
Paiement de dividendes .....7-6
Régulation des opérations en bourse .....7-7

**8 Financement**

Emprunt et Remboursement .....8-1
Manque de fonds et faillite .....8-1

**9 Management personnel**

Recruter un Président .....9-1
Facteurs affectant le salaire prévu .....9-1
Attitude .....9-2
Demande d'augmentation de salaire .....9-2
Démission .....9-2
Licenciement .....9-2
Déléguer la gestion de vos entreprises au Président .....9-2
Responsabilités de votre Président .....9-3
Politiques du Président .....9-3
Compétence .....9-4
Déléguer des entreprises à un Président compétent .....9-5
Personnalité .....9-5
Caractère .....9-5
Préoccupations .....9-6
Techniques avancées de gestion .....9-7

Le vieux Manuel

## 10 Entreprises

Magasin ..... 10-1
Choix du lieu ..... 10-2
Usine ..... 10-2
Centre de Recherche & Développement ..... 10-3
Exploitation agricole ..... 10-4
Mine, puits de pétrole et exploitations forestières ..... 10-4
Production de matières premières ..... 10-4
Télévisions et Journaux ..... 10-5
Détails de l'entreprise ..... 10-5

## 11 Unités fonctionnelles commerciales

Unité de publicité ..... 11-1
Promouvoir un produit ..... 11-1
Situer le media choisi ..... 11-1
Détails de l'unité ..... 11-2
Case d'informations de l'unité ..... 11-2
Niveau de l'unité ..... 11-2
Unité agricole ..... 11-2
Cultures ..... 11-2
Qualité et rendement des cultures ..... 11-3
Détails de l'unité ..... 11-3
Case d'informations sur l'unité ..... 11-3
Niveau de l'unité ..... 11-4
Unité de stock ..... 11-4
Pourquoi garder des stocks? ..... 11-4
Détails de l'unité ..... 11-5
Case d'informations de l'unité ..... 11-5
Niveau de l'unité ..... 11-5
Unité d'élevage ..... 11-5
Elevage ..... 11-5
Qualité des animaux d'élevage ..... 11-5
Détails de l'unité ..... 11-6
Fenêtre d'informations de l'unité ..... 11-6
Niveau de l'unité ..... 11-6
Unité agro-alimentaire de produits d'êlevage ..... 11-6
Transformation des produits d'élevage ..... 11-7
Qualité des produits agro-alimentaires ..... 11-7
Détails de l'unité ..... 11-7

Le vieux Manuel

# 1 Ce qu'il vous faut pour commencer

## Configuration nécessaire sous Windows 95

Pour jouer à Capitalism Plus pour Windows 95, vous avez besoin des logiciels et du matériel suivants:

- Un ordinateur 100 % compatible Windows 95 (incluant lecteur de CD-ROM, périphériques d'entrée, carte vidéo et carte son)
- Un processeur 486dx/66 au moins
- Windows 95
- DirectX 3.0 (inclus dans le CD du jeu)
- Une carte vidéo compatible DirectX 256 couleurs et 640x480
- Une carte son compatible DirectX (nécessite une connexion au lecteur de CD-ROM pour la musique)
- Un écran SVGA 256 couleurs (640x480)
- 8 MO de RAM (16 MO recommandés)
- 22 MO d'espace disque dur
- Un lecteur de CD-ROM

## Configuration nécessaire sous DOS

Pour jouer à Capitalism Plus sous DOS, vous avez besoin du matériel et des logiciels suivants:

- Un ordinateur PC 100 % compatible
- Un processeur 386dx au moins
- 8 MO de RAM
- 21 MO d'espace disque dur
- Un lecteur de CD-ROM

Le vieux Manuel

- Un gestionnaire vidéo compatible VESA
- Un écran SVGA 256 couleurs (640x480)
- MS-DOS 5.0 ou ultérieure
- Une souris et un gestionnaire compatible Microsoft
- Une carte son compatible Sound Blaster

### Installation sous Windows 95

L'installation de Capitalism Plus pour Windows 95 est très simple:

1. Si vous ne disposez pas d'une version de DirectX 3.0 ou ultérieure, lancez le programme **DXSETUP.EXE** dans le répertoire DirectX se trouvant sur le CD Capitalism Plus et suivez les instructions.
2. Lancez le programme **SETUP.EXE** se trouvant sur le CD Capitalism Plus et suivez les instructions.
3. A partir du répertoire spécifié lors de l'installation, double-cliquez sur l'icône **CAPWIN.EXE** pour commencer à jouer.

### Installation sous DOS

L'installation de Capitalism Plus sous DOS est très simple:

1. Lancez le programme **INSTALL.EXE** à partir du CD Capitalism Plus et suivez les instructions.
2. Lorsque l'installation est terminée, entrez "CAP" dans le répertoire CAPPLUS de votre disque dur pour commencer à jouer.

## Démarrage Rapide (DOS & Windows 95)

Nous vous conseillons de suivre les parties de démonstration avant de lire ce manuel. Elles sont faciles à comprendre et à suivre. Après avoir joué, consultez ce manuel pour des informations plus détaillées.

Lorsque vous jouez pour la première fois, le programme vous propose la première partie de démonstration. Celle-ci vous familiarise avec les éléments de base du jeu et vous guide pendant la mise en place de votre première société. Cette partie dure entre cinq et dix minutes. Après cela, vous pouvez essayer de monter votre propre société.

## Problèmes sous Windows 95

Si vous rencontrez des problèmes pour lancer le jeu, lisez les sections suivantes.

### Vidéo & Son

Si vous rencontrez des problèmes avec les sorties vidéo ou son, assurez-vous que vous disposez de la bonne version de DirectX pour chacun des éléments. Le programme de configuration de DirectX contient les gestionnaires de la plupart des cartes son et vidéo. Si votre carte sonore ou vidéo n'est pas prise en charge par DirectX, contactez le fabricant de votre matériel et demandez le gestionnaire DirectX nécessaire.

Le vieux Manuel

### Le CD de Capitalism Plus

Vous devez placer le CD de Capitalism Plus dans le lecteur de CD-ROM pour pouvoir jouer. Si vous essayez de jouer sans le CD, le programme reviendra automatiquement sous Windows 95.

## Problèmes sous DOS

Si vous rencontrez des problèmes pour lancer le jeu, lisez les sections suivantes.

### Le paramètre FILES dans CONFIG.SYS

Le paramètre FILES du fichier CONFIG.SYS indique le nombre de fichiers pouvant être ouverts en même temps. Il doit être de 30 au minimum pour pouvoir lancer le jeu. Pour éditer votre fichier CONFIG.SYS, vous pouvez utiliser EDIT, l'éditeur de texte standard du DOS.

### Cartes graphiques

Pour jouer à "Capitalism Plus", vous avez besoin d'une carte graphique et d'un écran acceptant une résolution de 640 x 480 en 256 couleurs pour le mode SVGA. Si le programme "Capitalism Plus" ne reconnaît pas le mode SVGA de votre carte graphique, et si vous êtes sûr que cette carte supporte le mode SVGA, vous pouvez essayer de charger un gestionnaire VESA.

Le standard VESA permet de programmer les cartes graphiques SVGA. Le chargement d'un gestionnaire VESA permet à la plupart des programmes de reconnaître le mode SVGA de votre carte graphique. Etant donné que chaque carte SVGA nécessite un gestionnaire VESA spécifique, vous devez d'abord trouver le gestionnaire de votre carte VESA.

Vous devriez le trouver sur la disquette qui vous a été fournie avec cette carte, sauf si c'est un modèle très ancien. Copiez ce gestionnaire sur votre disque dur et lancez-le avant le jeu "Capitalism Plus". Vous pouvez ajouter la commande VESA à votre fichier AUTOEXEC.BAT pour qu'il se charge automatiquement chaque fois que vous allumez votre ordinateur.

#### *Pour trouver un gestionnaire VESA*

Si votre carte graphique a été fournie sans gestionnaire VESA, examinez le contenu du répertoire VESA du CD-ROM de "Capitalism Plus".
Vous pouvez également essayer divers services en ligne. Allez dans le forum "PC Programming" sur CompuServe, et regardez dans le répertoire VESA Info/Drivers. Sur America Online, utilisez le mot clé VESA et cherchez votre carte VGA sous "Software Libraries", dans la rubrique VBE TSRs.

Pour obtenir un gestionnaire VESA sur le World Wide Web, essayez les adresses Internet suivantes:

- ftp://ftp.cica.indiana.edu/pub/pc/win3/drivers/video
- http://www.us.dell.com/ftp/video.html

## Mémoire nécessaire

Pour pouvoir jouer à "Capitalism Plus", vous devez disposer de 4 Mo de RAM minimum. Si votre mémoire est insuffisante, "Capitalism Plus" pourra utiliser le disque dur comme mémoire virtuelle. Toutefois, vous risquez de constater un ralentissement considérable du jeu si vous utilisez la mémoire virtuelle.

Le vieux Manuel

Vous ne pourrez lancer ce jeu que si vous disposez d'une mémoire suffisante. Si vous n'arrivez pas à le lancer, il faudra libérer plus de mémoire ou créer une disquette d'initialisation (voir ci-dessous).

Si vous utilisez "SmartDrive" ou d'autres programmes qui utilisent de la mémoire, vous pouvez libérer de la mémoire en désactivant leur lancement dans les fichiers AUTOEXEC.BAT et CONFIG.SYS.

## Création une disquette d'initialisation

Nous vous conseillons de créer une disquette d'initialisation en cas de difficulté pour charger le jeu. En lançant votre jeu "Capitalism Plus" à partir d'une disquette d'initialisation, certains programmes résidents en mémoire (TSR) chargés habituellement par votre système ne provoqueront plus de conflits avec les gestionnaires nécessaires pour le jeu.

Nous vous conseillons d'imprimer vos fichiers de configuration système avant de créer une disquette d'initialisation. Pour ce faire, entrez les commandes suivantes à l'invite du DOS:

COPY C:\AUTOEXEC.BAT PRN
COPY C:\CONFIG.SYS PRN

Pour créer une disquette d'initialisation, placez une disquette dans le lecteur A et entrez FORMAT A:/S à l'invite du DOS.

Créez un fichier AUTOEXEC.BAT et CONFIG.SYS sur la disquette d'initialisation en utilisant EDIT, l'éditeur de texte standard du DOS. Les fichiers doivent contenir les commandes suivantes:

- Le gestionnaire de souris
- Vos variables d'environnement et/ou gestionnaires de carte sonore
- Votre gestionnaire de CD-ROM
- MSCDEX dans AUTOEXEC.BAT
- FILES=30 dans CONFIG.SYS

Le vieux Manuel

# 2 Pour commencer à jouer

Pour jouer, vous devez connaître quelques éléments de base sur ce jeu. Vous trouverez dans ce tableau toutes les commandes à la souris.

| Action | Description |
|---|---|
| Clic | Cliquez une fois sur le bouton gauche de la souris. |
| Double-clic | Cliquez rapidement deux fois sur le bouton gauche de la souris. |
| Clic droit | Cliquez une fois sur le bouton droit de la souris. |

## Convention d'affichage des chiffres

Dans le jeu, les chiffres placés entre parenthèses sont des chiffres négatifs, conformément à la convention adoptée en comptabilité.

## Utilisation des navigateurs

Un navigateur est une boîte de dialogue contenant des données que vous pouvez faire défiler. Pour naviguer parmi les données, vous pouvez utiliser la barre de défilement ou cliquer sur la zone du navigateur. Si vous cliquez sur la moitié supérieure de cette zone, les informations défileront vers le haut. Si vous cliquez sur la moitié inférieure, elles défileront vers le bas.

## Utilisation des compteurs

Un compteur permet d'augmenter ou de diminuer un chiffre ou une valeur. Il comporte un bouton + et -. Cliquez avec le bouton gauche pour augmenter ou diminuer le chiffre par paliers réduits, ou avec le bouton droit pour des tranches plus importantes.

### Pour fermer des fenêtres

Vous pouvez fermer la plupart des fenêtres en cliquant n'importe où dans la fenêtre avec le bouton droit.

Le vieux Manuel

# Menu principal

Le jeu s'ouvre sur le menu principal (voir ci-dessous). Les options du menu principal sont décrites dans les paragraphes suivants.

## Didacticiel

Sélectionnez l'option "Didacticiel" pour les jeux de démonstration. Nous vous conseillons de commencer par cette option.

## Commencer une nouvelle partie

### *Démarrage rapide*

Si vous jouez à Capitalism Plus pour la première fois, lisez les indications suivantes pour un démarrage rapide :

1. Lorsque vous choisissez **Démarrer une nouvelle partie** dans le menu principal, le jeu débute avec une carte créée aléatoirement. Si elle ne vous plaît pas, cliquez sur le bouton Créer pour obtenir une nouvelle carte. Si vous préférez des cartes du monde réel, cliquez sur le bouton Fichier (en bas de la fenêtre) pour charger une de ces nombreuses cartes fournies avec le jeu.
2. Cliquez sur la section Société dans la fenêtre des Paramètres du jeu. Sélectionnez le logo de votre société, sa couleur, et votre portrait. Entrez le nom de votre société ainsi que le vôtre.
3. Dans la section Configurations de jeu vous pouvez définir les types de produits et les différentes variables des simulations économiques de la partie. Vous pouvez choisir parmi les trois configurations de jeu disponibles.
4. Dans la section Concurrents, vous pouvez choisir six niveaux de difficultés, de Très facile à Très difficile. Pour chaque niveau de difficulté, les paramètres concernant les Concurrents, l'Environnement et les Importations sont prédéterminés. En choisissant un niveau de difficulté, vous modifiez automatiquement ces paramètres. Vous n'avez pas besoin de les établir individuellement.
5. Cliquez sur le bouton OK pour commencer la partie.

### *Partie Personnalisée*

Voici la description de différentes sections de la fenêtre des **Paramètres du jeu**:

- Carte
  Cette option affiche un monde aléatoire dans lequel le nouveau jeu prendra place. Si cette carte ne vous convient pas, cliquez sur le bouton Créer pour que le programme génère une nouvelle carte. Vous pouvez aussi éditer la carte (cf. "Edition d'une Carte" à la page 2-11 pour plus d'informations). Si vous préférez des cartes du monde réel, cliquez sur le bouton Fichier (en bas de la fenêtre) pour charger une des nombreuses cartes fournies avec le jeu.
- Société
  Avant de créer une société, vous devez prendre plusieurs décisions.

  Tout d'abord, vous devez sélectionner votre logo et sa couleur, ainsi que votre portrait. Vous commencez le jeu au poste de Président Directeur Général de votre société.

  Indiquez ensuite le nom de votre société et votre nom.

Le vieux Manuel

Pour finir, vous devez décider du capital initial de votre société. Plus votre capital sera important, moins vous posséderez de parts dans la société. Le rapport entre le capital et la participation est expliqué ci-dessous.

Au début du jeu, vous recevez $1.000.000, qui représentent votre fortune personnelle, et $10.000.000 pour votre nouvelle société. Si vous fixez le capital initial de votre société au-delà de $10.000.000, le montant restant sera réuni en proposant des actions de votre société sur le marché boursier.

Si le fait de se procurer des capitaux de cette manière ne demande apparemment qu'un effort minime, cette méthode n'est pas sans inconvénients. En effet, lorsque vous émettez de nouvelles actions, vous augmentez le nombre total des actions de la société en circulation, et vous réduisez du même coup la participation du membre fondateur de la société. De plus, s'il y a trop d'actions en circulation, le risque d' OPA augmente également.

- Configuration de jeu
  Une configuration de jeu prédétermine les types de produits et les différentes variables des simulations économiques les concernant. Vous pouvez choisir parmi les trois configurations de jeu disponibles.

  Sous la liste des configurations de jeu se trouve l'option Redéfinition de Produit Requise. Si cette option est activée, vous devez redéfinir les produits avant de pouvoir commencer la production.
- Concurrents
  - *Nombre de concurrents*. Détermine le nombre maximum de sociétés contrôlées par l'ordinateur.
  - *Caractère des concurrents*. Détermine les caractères des joueurs contrôlés par l'ordinateur. Le paramètre ***Prédéfini*** indique que le caractère des concurrents gérés par l'ordinateur est prédéfini. Si vous choisissez l'option **Conservateur, Modéré, Agressif** ou **Très agressif,** vos concurrents auront ce caractère. Si vous choisissez **Aléatoire**, leur caractère sera aléatoire. Si le réglage est sur **Egal**, ils auront le même caractère.
  - *Capital des concurrents*. Détermine le capital initial des sociétés mises en place par l'ordinateur.
  - *Niveau des concurrents*. Détermine le niveau de compétence des sociétés contrôlées par l'ordinateur. Si vous choisissez l'option **Prédéfini**, leur niveau sera prédéfini. Les autres options disponibles sont **Faible, Modéré** ou **Fort**. Consultez le chapitre 9, "Gestion du Personnel" pour de plus amples informations.
  - *Divulguer Secrets Commerciaux des concurrents*. Détermine si vous pouvez voir ou non les secrets commerciaux de vos concurrents. Si vous choisissez ***Non***, les implantations de vos concurrents, ainsi que leurs coûts de production et les informations sur leur recherches, ne seront pas accessibles pendant le jeu.
  - *Personnalité des concurrents aléatoire*. Si vous choisissez **Oui**, la personnalité des joueurs contrôlés par l'ordinateur sera aléatoire. Dans le cas contraire, elle sera prédéfinie.
  - *Stratégie des concurrents aléatoire*. Détermine si les joueurs contrôlés par l'ordinateur changeront ou non de stratégie commerciale.
- Environnement
  Vous fixez ici les options concernant l'environnement de jeu.

Le vieux Manuel

- *Nombre maximum de villes au début du jeu.* Cette option limite le nombre de villes pouvant être créées initialement dans un monde aléatoire. Le nombre de villes est également limité par la disponibilité de sites favorables à leur implantation.
- *Emergence de nouvelles villes pendant le jeu.* Détermine si de nouvelles villes apparaîtront ou non pendant le jeu.
- *Compétence des concurrents locaux.* Des concurrents locaux sont présents dans chaque ville. Bien que leurs entreprises ne figurent pas sur la carte, ils font directement concurrence aux sociétés. Cette option détermine la compétence de ces concurrents locaux. (Voir "Concurrents locaux", pages 5 à 12, pour de plus amples informations.)
- *Permettre les investissements en bourse.* Cette option détermine s'il est permis ou non d'investir dans des actions en bourse.
- *Fréquence des événements aléatoires.* Détermine la fréquence des événements aléatoires.

• Importations

Vous fixez ici les options d'importation.

- *Nombre de ports important des biens de consommation.* Cette option détermine le nombre de ports pouvant importer des biens de consommation.
- *Nombre de ports important des produits industriels.* Cette option détermine le nombre de ports pouvant importer des produits industriels.
- *Emergence de nouveaux ports pendant le jeu.* Cette option détermine si de nouveaux ports peuvent être créés pendant le jeu.
- *Approvisionnement continu en produits d'importation.* Si vous choisissez **Oui**, l'approvisionnement en produits d'importation sera constant si la demande est constante. Dans le cas contraire, il peut y avoir des ruptures soudaines d'approvisionnement.
- *Qualité des importations.* Cette option détermine la qualité moyenne des importations.

• Multijoueur

Reportez-vous à la section "Partie en Multijoueur" à la page 2-9 pour les indications concernant les parties en multijoueur.

• Objectif

Vous pouvez établir des objectifs personnalisés pour une nouvelle partie. Vous devez en premier lieu déterminer les valeurs suivantes:

- *Année de commencement.* L'année de commencement de la partie.
- *Nombre d'années.* Le nombre d'années accordées pour atteindre les objectifs.
- *Bonus Objectifs.* Les points de bonus ajoutés au score du joueur si tous les objectifs sont atteints.

Vous devez ensuite déterminer les objectifs. Il y a quatre sections différentes à ce sujet dans la fenêtre des **Paramètres du jeu**:

- Objectif-Valeur 1. Les objectifs financiers.
- Objectif-Valeur 2. Objectifs financiers et autres objectifs de performance de la société.
- Objectif-Industriel. Objectifs de prédominance industrielle.
- Objectif-Produits. Objectifs de conquête du marché pour tel produit donné.

Le Vieux Manuel

### *Sauvegarde et Chargement des Paramètres du jeu*

Les Paramètres du jeu peuvent être sauvegardés pour être réutilisés. Cliquez sur le bouton **Fichier** en bas de la fenêtre des **Paramètres du jeu** pour afficher les fichiers sauvegardés. Pour sauvegarder les Paramètres du jeu actuels, cliquez sur le bouton **Nouvelle Sauvegarde** et suivez ces indications:

- Nom de Fichier. Le nom du fichier à sauvegarder. Il ne doit pas comporter plus de huit caractères ni contenir d'espace ou de caractères spéciaux.
- Description. Un commentaire sur le fichier.
- Sauvegarde de la Carte. Oui, pour sauvegarder la carte actuelle.
- Sauvegarde des Paramètres. Oui, pour sauvegarder les paramètres du jeu actuels.

Pour le chargement de paramètres du jeu sauvegardés, sélectionnez un fichier dans la liste et cliquez sur le bouton **Chargement.**

## jouer un Scénario

Sélectionnez cette option pour choisir un scénario.

Un scénario comprend un ensemble d'objectifs. Vous devez atteindre tous les objectifs de chaque scénario dans le temps imparti pour gagner.

Certains scénarios sont similaires aux études de cas des manuels de commerce. Vous pouvez être nommé DG d'une société très rentable pour assurer son leadership dans un nouvel effort commercial. Dans un autre scénario, vous pourrez être placé dans une situation très défavorable et vous devrez sauver la société de la faillite.

Un Rapport d'Objectifs est fourni pour vous permettre d'examiner les progrès accomplis dans la réalisation des objectifs du scénario. Vous pouvez afficher le Rapport d'Objectifs quand vous le désirez en sélectionnant l'option dans le menu du jeu ou en appuyant sur la touche **9**.

Vous pouvez utiliser l'option pour rejouer un scénario que vous avez déjà gagné. Le jeu créera alors un nouveau monde pour ce scénario, dans lequel une plus grande variété vous sera offerte. Mais cette option n'est pas disponible pour tous les scénarios, certains dépendant d'une implantation géographique particulière.

**NOTE:** Lorsque vous choisissez le logo de votre société et votre portrait dans scénario, vous ne disposez pas de toutes les options d'un jeu normal, car certains logos et portraits sont utilisés par l'ordinateur.

## Charger un jeu sauvegardé

Sélectionnez cette option pour charger un jeu sauvegardé.

## Hall des Magnats

Sélectionnez cette option pour afficher le Hall des Magnats du jeu "Capitalism Plus".

## Quitter

Sélectionnez cette option pour quitter le jeu et revenir au DOS.

Le vieux Manuel

## Gagner ou perdre

Il existe, dans "Capitalism Plus" deux sortes de jeux: le jeu normal et les scénarios. A chacun de ces jeux correspond une définition spécifique pour gagner ou perdre.

Pour jouer un jeu normal, **sélectionnez Nouveau Jeu** dans le menu d'introduction. Pour choisir un scénario, choisissez l'option **Scénario**.

### jeu avec scénario

Vous gagnez si vous réalisez tous les objectifs dans le temps imparti.

Vous perdez si:

- Vous ne réussissez pas à réaliser tous les objectifs dans le temps imparti.
- Vous vous retirez du jeu sans avoir réalisé tous les objectifs.

### jeu normal

Si vous n'avez prédéterminé aucun objectif, le jeu est sans limite de durée. Vous perdez lorsque votre société fait faillite.

Si vous avez établi des objectifs à atteindre, les conditions de la victoire ou de la défaite sont les mêmes que celles d'une partie sur scénario.

## Partie en Multijoueur

Le jeu admet jusqu'à onze joueurs en même temps dans une partie par e-mail ou bien une partie "hot seat".

### Début d'une partie en multijoueur.

Commencez une nouvelle partie et cliquez sur la section **Multijoueur** dans la fenêtre des **Paramètres du Jeu**. Vous disposez des options suivantes:

- *Partie en Multijoueur.* Oui, pour jouer en mode Multijoueur.
- *Description de la partie.* Une description succincte de la partie en multijoueur. Quand une partie est sauvegardée, sa description est affichée dans la fenêtre des parties sauvegardées.
- *Nombre de joueurs humains.* Le nombre de joueurs humains qui vont participer à la partie.
- *Durée de chaque tour.* La durée accordée à chaque joueur pour jouer à chaque tour.
- *Bonus Tech de retard.* Si cette option est fixée à une valeur autre que zéro, les joueurs entrant en cours de partie commencent avec des niveaux technologiques supérieurs pour tous les types de produits. Le joueur reçoit un niveau technologique calculé en multipliant ce nombre par le nombre d'années de la partie en cours.

### Jouer une partie en multijoueur

Par e-mail

1. Le premier joueur commence une nouvelle partie comme indiqué ci-dessus.
2. Quand le tour du premier joueur est terminé, le programme demande au joueur de sauvegarder la partie et d'envoyer le fichier de la partie sauvegardée au second joueur. Le nom de la partie sauvegardée est affiché dans le menu de chargement/sauvegarde.

Le vieux Manuel

3. Lorsque le second joueur charge la partie, il sélectionne Création d'un nouveau joueur dans le menu Multijoueur.
4. Si vous êtes plus de deux, le second joueur doit envoyer la partie sauvegardée au troisième joueur. Si vous n'êtes que deux, le second joueur renvoie la partie sauvegardée au premier pour le tour suivant.

### Hot seat

La partie en hot seat est à peu près identique à celle par e-mail. Les joueurs peuvent jouer leur tour sur un même ordinateur sans avoir à s'envoyer la partie sauvegardée à chaque tour. De plus, vous pouvez laisser jouer le joueur suivant quand vous le désirez en choisissant l'option **Joueur suivant** dans le menu **Action**.

### Mode Auto quand vous ne jouez pas

Quand ce n'est pas votre tour dans une partie en multijoueur, l'ordinateur gère vos entreprises pour vous. Les décisions que l'ordinateur prend sont fondées sur votre politique de gestion. Pour établir votre politique, allez à la section **Carrière** du **Rapport Personnel** pour voir les options suivantes:

- *Politique de prix.* **Normale** : l'ordinateur ajuste les prix pour que les valeurs globales de vos produits soient proches de celles de vos concurrents. **Agressive** : l'ordinateur ajuste les prix pour que les valeurs globales de vos produits soient supérieures à celles de vos concurrents. T**rès agressive:** l'ordinateur ajuste les prix pour que les valeurs globales de vos produits soient très supérieures à celles de vos concurrents.
- *Modifier vente interne.* Si **Oui**, l'ordinateur modifie les paramètres de vente interne de vos produits à votre place.
- *Rechercher meilleur fournisseur.* Cette option détermine si l'ordinateur recherche ou non de meilleurs fournisseurs pour vos unités d'achat. Cependant, cela ne modifie pas les types de produits achetés. Si l'option choisie est **Fournisseurs internes**, l'ordinateur recherche de meilleurs fournisseurs dans vos entreprises uniquement. Si l'option choisie est Fournisseurs quelconques, l'ordinateur ne prête pas attention aux propriétaires des entreprises fournisseurs et choisit le meilleur fournisseur disponible.
- **Rechercher meilleurs produits à vendre dans les magasins.** Si l'option choisie est **Oui**, l'ordinateur tente de changer les types de produits vendus dans vos magasins pour maximiser vos profits.

### *A court de fonds*

En mode mult-joueur, si votre société est à court de fonds et que ce n'est pas votre tour de jouer, l'ordinateur contracte des emprunts à la banque à votre place et les rembourse quand votre situation financière le permet.

### *A court d'approvisionnement*

Dans le cas où vos usines sont à court de matières premières provenant de fournisseurs extérieurs et qu'il n'y a pas d'autre fournisseur disponible, l'ordinateur construit un port d'urgence pour fournir à vos usines les matières premières nécessaires. Cependant, aussitôt que c'est à vous de jouer, l'approvisionnement en matières premières grâce au port d'urgence s'arrête.

Le vieux Manuel

## Editeur de Cartes

Vous pouvez éditer la carte créée par l'ordinateur dans la fenêtre des Paramètres du jeu. Si vous cliquez sur une partie de la carte, son altitude augmente. Si vous cliquez avec le bouton droit sur une partie de la carte, son altitude décroît. En plus de ces commandes de base, vous disposez de nombreuses options qui vous facilitent la tâche. Les voici:

- *Portée*. Utilisez la barre de défilement pour établir la portée effective de l'éditeur de carte. Cela détermine la taille de l'aire d'utilisation de l'éditeur.
- *Capacité*. Utilisez cette barre de défilement pour fixer le potentiel de votre éditeur de carte. Cela détermine la quantité possible d'accroissement ou de diminution de l'altitude de la carte.
- *Conserver type de terrain*. Ce bouton permet de choisir de conserver le type de terrain de la carte. Seule l'altitude peut-être modifiée. Le type de terrain reste le même.
- *Mer*. Ce bouton vous permet de créer des mers.
- *Prairie*. Ce bouton vous permet de créer des prairies.
- *Montagne*. Ce bouton vous permet de créer des montagnes.
- *Tout mer*. Ce bouton vous permet de couvrir entièrement la carte de mers.
- *Tout prairie*. Ce bouton vous permet de couvrir entièrement la carte de prairies.
- *Ajouter ville*. Après avoir choisi cette fonction, cliquez sur un endroit de la carte pour établir une ville.
- *Supprimer ville*. Après avoir choisi cette fonction, cliquez sur une ville de la carte pour la supprimer.

Le vieux Manuel

# 3 Comment utiliser l'interface

Ce chapitre décrit comment utiliser l'interface de "Capitalism Plus".

## Menu du jeu

Lorsque vous déplacez le curseur en haut de l'écran de jeu, le menu du jeu apparaît.

Les options de ce menu sont les suivantes :

- Menu fichier
  - *Charger.* Charger un jeu sauvegardé.
  - *Sauvegarder.* Sauvegarder le jeu en cours.
  - *Abandonner.* Abandonner le jeu et revenir au menu principal.
  - *Quitter.* Quitter et revenir au DOS.
- Menu options
  - *Journal.* Fixe les options d'affichage des journaux.
  - *Couleur d'affichage.* Pour configurer la couleur d'affichage de l'interface.
  - *R&D Auto.* Applique automatiquement le résultat des recherches à vos usines sans vous en demander l'autorisation.
  - *Vente interne par défaut.* Le paramètre par défaut de l'état interne de vente de vos nouveaux produits.
  - *Lien Auto par défaut.* La configuration par défaut de la situation du lien
  - *Considérer les offres.* Cette option indique si vous considérerez ou non les offres des joueurs contrôlés par l'ordinateur. Si elle n'est pas sélectionnée, vous ne verrez pas d'offres.
  - *Afficher nom de ville.* Affiche les noms des villes sur la carte régionale.
  - *Musique.* Active et désactive la musique.
  - *Effets sonores.* Active et désactive les effets sonores.

Le vieux Manuel

- *Sauvegarde Auto.* Les parties sont sauvegardées automatiquement tous les trois mois.
- *Aide Auto.* Un message d'aide s'affiche lorsque vous laissez le pointeur immobile sur un des boutons de l'écran principal.

• Menu concernant les rapports
- *Résumé du produit.* Affiche le rapport de synthèse du produit.
- *Détails du produit.* Affiche le rapport détaillé sur le produit.
- *Entreprise.* Affiche le rapport d'entreprise.
- *Rapport de synthèse de la société.* Affiche le rapport de synthèse de la société.
- *Rapport détaillé sur la société.* Affiche le rapport détaillé de la société.
- *Personne.* Affiche le rapport personnel.
- *100 Milliardaires.* Affiche les informations sur les 100 premiers milliardaires.
- *Financier.* Affiche le rapport financier (uniquement disponible si vous avez sélectionné une entreprise dont vous avez le droit de voir les informations financières).
- *Objectifs.* Affiche le rapport des objectifs.
- *Informations.* Affiche le bulletin d'information.

• Menu des actions
- *Bourse.* Affiche la fenêtre de la bourse (cette option est désactivée dans les jeux n'autorisant pas les investissements en actions).
- *Financier.* Active le menu des actions financières, où vous pouvez emprunter/rembourser des prêts, émettre de nouvelles actions et fixer leurs dividendes (seule l'option sur les empruntsest disponible dans les jeux qui ne permettent pas les investissements en actions).
- *Entreprise précédente.* Passe à l'entreprise précédente sous le filtre en cours d'utilisation.
- *Entreprise suivante.* Passe à l'entreprise suivante sous le filtre en cours d'utilisation.
- *Retrait.* Vous vous retirez et quittez le jeu.

• Menu de vitesse du jeu

-*Bloquer.* Met le jeu en "pause".

-*Minimum.* Fixe l'échelle de temps à 6 secondes par jour de jeu.

-*Lente.* Fixe l'échelle de temps à 3 secondes par jour de jeu.

-*Normale.* Fixe l'échelle de temps à 1 seconde par jour de jeu.

-*Rapide.* Fixe l'échelle de temps à 0,5 secondes par jour de jeu.

-*Maximum.* Le jeu se déroule à sa vitesse maximum.

Sur certains ordinateurs plus lents, le jeu ne pourra pas aller plus vite si la vitesse maximum est sélectionnée. Si l'ordinateur utilise toute la puissance de traitement pour exécuter le jeu, il ne pourra pas aller plus vite, même si une vitesse plus rapide est sélectionnée.

• Aide
- *Fabricant.* Affiche le guide du fabricant.
- *Agriculteur.* Affiche le guide de l'agriculteur.
- *Dirigeant.* Affiche le guide du dirigeant sur des unités fonctionnelles.
- *Implantation.* Affiche la bibliothèque des plans d'implantation.

Le Vieux Manuel

- *Paramètres*. Affiche les paramètres du jeu.
- *Crédits*. Affiche les crédits du jeu.
- *Au sujet de....* Informations sur le jeu.

# Carte du jeu

Après le début du jeu, deux cartes s'affichent en haut de l'écran. Celle de gauche est la *carte régionale*, celle de droite la *carte détaillée*.

## Carte régionale

La carte régionale représente la totalité du monde du jeu. La zone située dans le rectangle orange est grossie dans la carte détaillée. Cliquez sur n'importe quelle zone de la carte régionale pour la voir dans la carte détaillée.

Le bouton de la loupe, dans le coin inférieur droit de la zone de la carte régionale, correspond au zoom. Cliquez sur ce bouton pour agrandir ou réduire la zone affichée dans la carte régionale. En mode zoom, vous pouvez faire défiler la zone de visualisation en utilisant les barres de défilement ou en cliquant sur le bouton droit de la souris pour centrer la carte sur un site précis.

### Carte de jeu

Pour sélectionner une entreprise ou un endroit où se trouve une réserve de ressources sur la carte régionale, double-cliquez sur l'entreprise ou sur une lettre indiquant une réserve de ressources.

## Carte détaillée

La carte détaillée présente la partie agrandie d'une zone sélectionnée sur la carte régionale. Etant donné que vous ne pouvez voir qu'une petite partie de la région sur la carte détaillée, il est souvent nécessaire de la faire défiler. Pour ce faire, vous pouvez déplacer les ascenseurs sur les barres de défilement de la carte, ou cliquer avec le bouton droit de la souris sur un site pour centrer la carte sur cet endroit.

La petite case clignotante sur la carte détaillée représente l'endroit sélectionné. Les informations concernant cet endroit sont affichées dans la zone d'information qui se trouve dans la moitié inférieure de l'écran. Vous pouvez sélectionner un endroit différent sur la carte en cliquant dessus. Si l'endroit sélectionné se trouve dans une ville, les informations concernant cette partie de la ville sont affichées dans la zone d'information. Si l'endroit en surbrillance est une entreprise, vous pouvez examiner l'entreprise, et si elle appartient à votre société, vous pouvez lui donner des instructions.

## Modes de la carte

Une rangée de boutons est placée entre la carte régionale et la carte détaillée. Les cinq boutons supérieurs sont des boutons de mode d'affichage de la carte. Vous pouvez changer les informations affichées sur la carte en cliquant sur ces boutons.

Le vieux Manuel

Ces boutons ont les fonctions suivantes, de haut en bas:

- Mode terrain

  Cliquez sur ce bouton pour passer en mode terrain. Vous verrez des points de couleurs différentes disséminés sur toute la carte. Chaque point représente une entreprise, et sa couleur vous indique à qui elle appartient.

- Mode climat

  Cliquez sur ce bouton pour passer en mode climat. Il existe trois sortes de cartes climatiques: climat, précipitations et fertilité du sol. La première fournit des informations sur les températures, la seconde indique les zones de précipitations. La carte de fertilité du sol vous aidera à choisir un site pour construire une exploitation agricole. Activez successivement ces trois types de cartes en cliquant sur le bouton climat.

- Mode ressources

  Cliquez sur ce bouton pour afficher les endroits où des ressources naturelles non exploitées sont présentes. Les ressources naturelles sont représentées par la première lettre de leur nom, sauf pour les produits chimiques, qui sont représentés par la lettre H.

- Mode Profits

  Cliquez sur ce bouton pour afficher les entreprises sous forme de points colorés. La couleur indique la rentabilité. Un point vert signifie que l'entreprise est rentable. Plus la couleur est foncée, plus l'entreprise a une rentabilité élevée. Par contre, un point rouge signifie que l'entreprise perd de l'argent. Plus la couleur est foncée, plus l'entreprise perd de l'argent. Vous trouverez aussi des points jaunes. Ils représentent les entreprises qui ne sont pas sous le contrôle de sociétés, telles que les ports, les journaux et les chaînes de télévision.

- Mode Relations Entreprises

  Cliquez sur ce bouton pour faire apparaître la carte affichant les relations entre les entreprises. Dans ce mode, des lignes relient l'entreprise sélectionnée à toutes les entreprises avec lesquelles elle a des relations commerciales. Si une entreprise a de nombreuses relations avec d'autres entreprises, il peut s'avérer difficile de voir quel genre de relations commerciales existent entre elles. Si vous voulez:

  - *Trouver le fournisseur d'un produit particulier,* passez en "mode implantation" et sélectionnez l'unité d'achats qui achète le produit. La ligne reliant ce fournisseur et l'entreprise vire au rouge, les autres lignes restent bleues.
  - *Trouver les acheteurs d'un produit particulier,* passez en "mode informations" et sélectionnez le produit. Vous pouvez maintenant identifier ces acheteurs en examinant les lignes rouges qui les relient.
  - *Trouver l'entreprise de médias qui fait de la publicité pour un produit particulier,* passez en "mode implantation" et sélectionnez le média qui vous intéresse. Vous pouvez maintenant l'identifier en examinant la ligne rouge qui relie le produit à cette entreprise.

## Filtres de carte

Trois boutons de filtres se trouvent sous les boutons de mode d'affichage de la carte. Lorsqu'un de ces filtres est activé, seules les entreprises correspondant aux critères choisis sont visibles sur la carte.

Le Vieux Manuel

Les boutons des filtres sont les suivants, de haut en bas:

- Filtre société

  Cliquez sur ce bouton pour activer le filtre société et afficher uniquement les entreprises sous le contrôle de la société sélectionnée. Pour choisir une autre entreprise dans la liste, cliquez sur le bouton droit de la souris.

- Filtre entreprises

  Cliquez sur ce bouton pour activer le filtre entreprises et afficher uniquement les entreprises du même type que l'entreprise sélectionnée. Pour choisir un autre type d'entreprise, cliquez sur le bouton droit de la souris pour afficher la liste.

- Filtre produit

  Cliquez sur ce bouton pour activer le filtre produits et afficher uniquement les entreprises qui vendent le produit sélectionné ou qui effectuent des recherches sur ce produit. Pour choisir un produit différent, cliquez sur le bouton droit de la souris pour afficher la liste.

  Ces filtres vous aident à gérer vos activités. Voici plusieurs manières de les utiliser:

- *Pour trouver les fournisseurs d'un produit particulier.* Cliquez avec le bouton droit de la souris sur le bouton du filtre et sélectionnez le produit.
- *Pour examiner les usines qui font partie de votre société.* Tout d'abord, sélectionnez une de vos usines, cliquez ensuite sur le bouton du filtre de la société, puis sur le bouton du filtre entreprises. Seules les usines appartenant à votre société seront affichées. Vous pouvez appuyer respectivement sur F5 et F6 pour voir l'usine précédente ou suivante.
- *Pour analyser les participations de vos concurrents.* Avant de vous lancer dans une nouvelle industrie, vous devez évaluer la concurrence des autres sociétés. Analysez bien vos concurrents, et essayez de déterminer les forces et faiblesses de chacun d'eux. Pour voir toutes les entreprises présentes dans une industrie particulière, cliquez avec le bouton droit de la souris sur le filtre du produit et sélectionnez le produit.

## Modes d'affichage

Vous trouverez la plupart des informations utiles dans la partie inférieure de l'écran, elles vont du climat au site d'une entreprise, en passant par ses recettes de ventes. Vous pouvez aussi mettre en place vos entreprises et donner des instructions dans cette zone.

Une rangée de boutons est affichée au centre, dans la moitié inférieure de l'écran.
Les trois boutons supérieurs sont les boutons de mode d'affichage pour la moitié inférieure de l'écran. Vous pouvez changer de mode d'affichage en cliquant sur l'un d'eux. Les trois modes d'affichage sont les suivants, de haut en bas:

- Mode Informations

  Ce mode affiche les informations concernant l'endroit sélectionné.

- Mode Implantation

  Ce mode affiche l'implantation de l'entreprise sélectionnée.

- Mode Construction

  Ce mode affiche une interface de construction vous permettant d'implanter des entreprises.

Le vieux Manuel

# 4 Pour commencer une entreprise

## Construire des entreprises

Cliquez sur le bouton de **construction** pour afficher l'interface de construction dans la moitié inférieure de l'écran. La liste des entreprises que vous pouvez construire est affichée à gauche. A droite, vous verrez d'autres informations, comme le coût.

Sélectionnez le type d'entreprise que vous voulez construire, puis sélectionnez l'endroit sur la carte où vous voulez la construire. Si elle peut être construite à l'endroit que vous avez choisi, vous serez informé du coût total de construction, lequel comprend le prix du terrain et les coûts de construction. Si vous jugez ce coût raisonnable, cliquez sur le bouton Construire pour commencer à construire.

### Rechercher l'emplacement d'une exploitation agricole

Si vous voulez créer une exploitation agricole, vous pouvez utiliser l'option de recherche de site d'exploitation agricole qui trouve automatiquement l'emplacement correspondant à vos besoins climatiques et pluviométriques. En premier lieu, déterminez le climat et la pluviométrie que vous désirez puis cliquez sur le bouton **Recherche Auto d'emplacement** pour trouver l'emplacement adéquat. Cliquez une nouvelle fois sur le bouton pour passer à l'emplacement suivant correspondant à vos spécifications climatiques et pluviométriques.

## Implantation d'une entreprise

En mode implantation, vous verrez neuf cases affichées. Chaque case représente un espace dans cette entreprise où vous pouvez mettre en place une unité commerciale fonctionnelle.

Il existe plus d'une douzaine d'unités fonctionnelles dans le jeu. Chacune a une fonction distincte. Par exemple, une unité d'achats est responsable de l'achat des produits, alors qu'une unité de vente vend des produits et génère des recettes pour l'entreprise.

Le vieux Manuel

### Mise en place d'une unité fonctionnelle

Pour mettre en place une unité fonctionnelle, double-cliquez à l'intérieur de l'entreprise, à l'endroit où vous voulez mettre en place une unité. Un menu vous permet de sélectionner le type d'unité. Il comprend le coût de mise en place et le nombre d'employés requis pour chaque type d'unité. Vu les fonctions des différents types d'unités, certaines nécessitent un capital plus important et un plus grand nombre d'ouvriers. Par exemple, une unité de fabrication a besoin de plus de personnel qu'une unité de stocks.

Après avoir mis en place une unité, une case affiche des informations sur cette unité dans la partie inférieure gauche de l'écran.

Dans la zone des informations détaillées, vous verrez une image de l'unité et un groupe d'ouvriers. Les ouvriers en uniformes bleus sont des débutants, ceux qui portent un uniforme rouge sont qualifiés. Pour obtenir de plus amples détails sur l'amélioration du niveau d'expérience des ouvriers, veuillez consulter "Expérience des Ouvriers et Niveau de l'Unité" page 4-3.

### Liaison entre les unités fonctionnelles

Vous pouvez relier deux unités en double-cliquant sur une ligne de liaison. Lorsqu'elles sont reliées, elles peuvent communiquer et s'échanger des produits.

Certaines unités fonctionnelles étant des composantes essentielles d'une entreprise, si les relations entre les unités ne sont pas établies de manière appropriée, l'entreprise risque de ne pas fonctionner de la manière prévue.

Par exemple, si vous reliez une unité d'achats à une unité de vente, cela vous permet de faire passer les produits achetés de l'unité d'achats vers celle des ventes. Sans cette relation, les deux unités chômeront, et aucune ne sera en mesure de contribuer à la rentabilité de l'entreprise. Consultez le chapitre 10 "Entreprise", et le chapitre 11 "Unités fonctionnelles commerciales", pour obtenir des informations plus détaillées sur chaque type d'unité et sur les relations possibles.

### Coût de la main d'oeuvre

Pour simplifier, le salaire mensuel de chaque ouvrier est fixé à $2.000. Ce salaire s'applique à tous les ouvriers, sans tenir compte de la nature de leur travail ou de leur expérience. Les dépenses salariales spécifiques d'une entreprise sont affichées dans le rapport financier (voir page 12-28).

### Formation du personnel et achat de nouvel outillage

Un potentiomètre est affiché à droite de la section implantation, avec pour titre "Formation et Outillage". Utilisez-le pour déterminer les dépenses de formation du personnel et l'achat de nouvel outillage. Le montant maximum pouvant être dépensé par une entreprise pour la formation et l'outillage équivaut à deux fois la valeur totale des salaires de l'ensemble du personnel. Le montant alloué à la formation et à l'outillage est automatiquement ajusté, proportionnellement au montant total que vous pouvez dépenser (soit $4.000 maximum par employé), selon l'endroit où vous placez le potentiomètre. Si vous le placez complètement à droite, vous dépenserez $4.000 par employé, et si vous le placez complètement à gauche, vos dépenses seront de $0 par employé. Lorsque le potentiomètre est placé entre ces deux

Le vieux Manuel

extrémités, vos dépenses (proportionnellement au maximum de $4.000 par employé) seront déterminées en fonction de la position vers la droite du potentiomètre. Vous pouvez voir le budget exact pour la formation et l'outillage pour toute l'entreprise dans le rapport financier.

Les dépenses de formation et d'outillage ont une profonde incidence sur l'efficacité des ouvriers au fur et à mesure que les unités fonctionnelles s'améliorent. Il est utile pour une entreprise de dépenser plus dans ce domaine, en particulier si on considère les bénéfices qui en seront tirés à long terme.

### Expérience des ouvriers et niveau de l'unité

Lorsqu'un ouvrier non qualifié reçoit une formation, il devient ensuite un ouvrier qualifié. L'ouvrier débutant et l'ouvrier qualifié se différencient par la couleur de leur uniforme. Les débutants portent des uniformes bleus, celui des ouvriers qualifiés est rouge. Lorsque tous les ouvriers d'une unité sont qualifiés, le niveau de l'unité augmente.

L'ensemble de la productivité et le potentiel de la plupart des unités augmentent lorsque le niveau de l'unité augmente. Toutes les unités commencent au niveau 1, et certaines unités continuent à s'améliorer tant qu'elles n'ont pas atteint l'échelon le plus haut, le niveau 9.

Le taux d'amélioration varie selon les différents types d'unité. L'amélioration dépend en grande partie des ressources allouées à la formation et au perfectionnement du nouvel outillage. Les employés des unités fortement utilisées auront plus d'expérience que les employés qui ne travaillent pas à pleine capacité. Les employés qui travaillent à pleine capacité apprendront plus vite que les employés qui sont moins actifs. Il n'est donc pas anormal de constater un taux d'amélioration plus rapide pendant la phase de croissance de l'entreprise, plutôt que lorsque la productivité de l'entreprise s'est stabilisée.

Le niveau de l'unité baisse pour la plupart des unités si vous changez de produit pour cette unité. Par exemple, si une unité de fabrication arrête la production de chaussures de sports et qu'elle change sa chaîne de fabrication pour fabriquer des jeans, le niveau de cette unité baissera immédiatement.

### Lien d'auto achat

Sous la barre de défilement de Formation et d'Outillage, se trouve le bouton Lien Auto. Si vous l'activez, toutes les unités d'achat de l'entreprise en rupture d'approvisionnement recherchent automatiquement les fournisseurs nécessaires. Cette option fonctionne aussi avec les implantations effectuées grâce à la bibliothèque des plans d'implantation.

## Résumé de l'entreprise

Lorsque vous sélectionnez une entreprise qui vend des produits, les informations la concernant sont affichées sous forme de résumé dans la zone inférieure gauche de l'écran.

Vous verrez dans cette zone:

- Couleur de la société

  La couleur de la société est affichée directement sous l'image de l'entreprise. Elle indique à quelle société appartient cette entreprise.

Le vieux Manuel

- Logo de la société

  Le logo de la société est affiché dans le coin supérieur, à gauche de la zone d'informations. Le logo de la société est en fait un bouton. Cliquez dessus pour voir le Rapport détaillé sur la société (voir page 12-9).

- Portrait du DG

  A droite du logo de la société, vous verrez le portrait du Directeur général (DG) de la société. Cliquez dessus pour afficher le Rapport Personnel, qui donne des détails personnels sur le DG (voir page 12-23).

- Statistiques de l'entreprise

  Certaines statistiques essentielles de l'entreprise sont affichées à droite, tout en haut de la fenêtre.

  - Nbre d'employés. Le nombre total d'employés travaillant dans l'entreprise.
  - Nbre d'unités. Le nombre total d'unités fonctionnelles dans l'entreprise.
  - Niveau moyen d'unité. Le niveau moyen d'unité de toutes les unités fonctionnelles dans l'entreprise.
  - Utilisation moyenne. Le taux d'utilisation moyen de toutes les unités fonctionnelles dans l'entreprise. L'entreprise fonctionne à plein rendement lorsque ce taux est de 100%.
  - Délégation. Qui gère cette entreprise.

- Courbe

  Une courbe est affichée sous la zone des statistiques. Appuyez sur le bouton **P** au-dessus de cette courbe pour voir les bénéfices nets de l'entreprise au cours des 12 derniers mois. Appuyez sur le bouton **R** pour voir les recettes de l'entreprise au cours des 12 derniers mois.

### Nommer une entreprise

Cliquez dans la zone où est affiché le type d'entreprise dont il s'agit (par exemple, "Magasin" ou "Usine"). Entrez alors le nom que vous voulez lui donner.

## Résumé sur les produits de l'entreprise

Si vous sélectionnez une entreprise qui vend des produits, des informations sur ces produits, une courbe et certains chiffres sont affichés tout en bas à droite.

### Navigateur des produits

Le navigateur des produits affiche les images de tous les produits que vend actuellement l'entreprise. Chaque image comporte plusieurs indicateurs, qui vous renseignent sur la qualité du produit par rapport à la norme du marché, et dans quelle mesure ce produit se vend bien ou non. Vous trouverez ci-dessous une explication des indicateurs.

#### *Lignes d'offre et de demande*

Deux lignes horizontales sont affichées sous l'image du produit. La ligne supérieure bleue indique l'offre, la ligne inférieure rouge indique la demande.

Si la ligne de l'offre est plus longue que celle de la demande, l'offre du produit est supérieure à la demande, ce qui implique que la rentabilité du produit risque de ne pas être complètement

Le vieux Manuel

exploitée. Le potentiel de réponse à la demande et de revenus potentiels est supérieur à la demande actuelle pour ce produit.

D'un autre côté, si la ligne de demande est plus longue que celle de l'offre, l'entreprise ne peut pas fournir suffisamment de produits pour répondre à la demande. Dans cette situation, vous devez augmenter l'offre de produits dès que possible pour augmenter vos recettes.

### *Barres d'évaluation du produit*

Deux barres verticales sont affichées à droite de l'image du produit. Celle de gauche, qui comporte généralement des segments de couleurs différentes, correspond à la barre d'évaluation globale. Chaque segment représente un aspect distinct du produit, tous ces aspects confondus constituent l'évaluation globale du produit. La définition des couleurs est la suivante:

- Jaune. Attrait du prix du produit.
- Vert. Qualité du produit.
- Orange. Marque du produit.

### *Barre de la part de marché du produit*

Une barre rouge, placée à côté de la barre d'évaluation du produit, indique la part de marché du présent produit dans la ville. Lorsque la longueur de la barre approche du maximum, le produit domine le marché dans la ville.

### *Indicateur de marque du produit*

Un indicateur placé directement sous les deux barres indique la couleur de la société propriétaire de la marque du produit.

### *Courbe*

La courbe située sous le navigateur des produits donne certaines informations sur le produit sélectionné. Trois boutons sont affichés au-dessus de cette courbe. Cliquez sur un de ces boutons pour choisir le type d'informations affichées sur la courbe.

- Bouton P. Bénéfices bruts réalisés sur le produit au cours des 12 derniers mois.
- Bouton R. Recettes sur ce produit au cours des 12 derniers mois.
- Bouton Q. Quantité de produit vendue au cours des 12 derniers mois.

### *Coût de production et prix de vente du produit*

Lorsque vous sélectionnez un produit dans le navigateur, le prix de vente et le coût de production s'affichent.

- *Prix de vente.* Le prix de vente du produit.
- *Coût total.* Dans une usine, c'est le coût total des matières premières utilisées pour fabriquer une unité de produit, y compris le coût du fret des matières premières.

  Dans un grand magasin, c'est le coût d'achat, plus le coût du fret du produit.

  Dans une mine, un camp d'exploitation forestière ou un puits de pétrole, c'est le coût de consommation de la réserve de ressources naturelles. Lorsqu'une société achète un terrain sur

Le Vieux Manuel

une réserve de ressources naturelles, elle est traitée comme un élément d'actif de la société. Donc, quand cette réserve est exploitée, la dévaluation de l'actif est considérée comme un coût pour la société.

- Nouveau prix. Si l'entreprise appartient à votre société, vous pouvez changer le prix de vente du produit et en cliquant ensuite sur le bouton Confirmer.

**NOTE:** Une limite maximum est imposée au prix que vous pouvez fixer.

### Vente interne

Si l'entreprise sélectionnée est la propriété de votre société et qu'elle vend des produits à des acheteurs de la société plutôt qu'à des utilisateurs finals, le bouton **Vente Interne** figure sous les informations concernant les prix.

Si vous cliquez sur ce bouton, le produit ne sera vendu qu'à des entreprises appartenant à votre société. Les autres sociétés n'auront pas le droit d'acheter vos produits. Toutefois, les acheteurs qui achètent déjà le produit de cette entreprise ne seront pas affectés: ce n'est pas dans les habitudes du commerce de couper soudain toute livraison de produits. Pour annuler l'option de **"vente interne"**, il suffit de cliquer à nouveau sur ce bouton.

Pour les entreprises que votre société ne possède pas, l'étiquette Vente Interne indique que le produit est réservé aux ventes internes de ces sociétés, et que vous ne pouvez pas acheter ce produit.

### *Accord sur les prix*

L'étiquette d'Accord sur les Prix est parfois affichée sous les informations concernant les prix.

Ceci se produit quand les trois conditions suivantes sont réunies:

- L'entreprise est un grand magasin vendant des produits dans une ville.
- Le produit qui est vendu est produit par une autre société.
- Le producteur du produit a son propre point de vente dans la ville pour ce même produit.

Dans ce cas, l'entreprise a un accord sur les prix avec le producteur et doit appliquer le prix de détail du producteur. Un accord sur les prix ne permet pas aux autres détaillants du produit de réduire ce prix, ce qui est très défavorable pour le producteur.

### *Evaluations du produit*

La section située tout en bas de la zone d'information affiche des évaluations importantes sur le produit sélectionné dans le navigateur. Ces informations sont les suivantes:

- Qualité. L'évaluation de la qualité du produit.
- Marque. L'évaluation de la marque.
- Globale. L'évaluation globale du produit.

Pour plus de détails sur ces évaluations, consultez le chapitre 5, "Marketing".A droite de chaque évaluation est affichée l'évaluation moyenne de produits similaires dans la ville.

Par exemple, si l'affichage est "Globale : 73 , Moy. Ville: 50" cela signifie que l'évaluation globale du produit vendu par l'entreprise atteint 73 points, et que l'évaluation moyenne globale de tous les produits vendus dans cette ville est de 50 points.

Le vieux Manuel

## Liens à d'autres rapports

Pour votre convenance, des liens à d'autres rapports vous sont proposés, et vous pouvez les activer d'un simple clic.

### *Rapport détaillé sur le produit*

Vous pouvez afficher le rapport détaillé sur le produit en cliquant avec le bouton droit de la souris sur l'image du produit.

### *Guide du fabricant*

Vous pouvez afficher le guide du fabricant et obtenir des informations sur le produit sélectionné en cliquant sur le nom du produit.

Le Vieux Manuel

# 5 Marketing

## Evaluation globale

Il est attribué une évaluation globale à chaque produit dans le jeu. Celle-ci sert d'indice sur l'attrait global du produit.

L'évaluation globale est déterminée par:

- Prix. Plus le prix est élevé, plus l'évaluation globale est basse.
- Evaluation de la qualité. Plus l'évaluation de la qualité est élevée, plus l'évaluation globale est élevée.
- Evaluation de la marque. Plus l'évaluation de la marque est élevée, plus l'évaluation globale du produit est élevée.
- Préoccupation prix. Détermine le poids du prix dans l'évaluation globale.
- Préoccupation qualité. Détermine le poids de l'évaluation de la qualité dans l'évaluation globale.
- Préoccupation marque. Détermine le poids de l'évaluation de la marque dans l'évaluation globale.

### Préoccupation prix, qualité et marque

Lorsqu'un consommateur achète un produit, il tient compte du prix, de la qualité et de la marque de ce produit. Toutefois, l'importance relative de ces facteurs pour les consommateurs varie d'un produit à l'autre.

Pour certains produits, comme la viande congelée, il est très difficile de choisir une marque, vu l'absence de caractéristiques les différenciant. Les clients l'achètent généralement en fonction de sa qualité et de son prix, et se préoccupent peu de la marque.

D'un autre côté, pour les produits comme les boissons non alcoolisées, la marque tient une place beaucoup plus importante dans les décisions d'achat des consommateurs. Certains d'entre eux peuvent continuer à acheter un produit auquel ils sont fidèles, même si la concurrence offre d'autres produits de qualité supérieure et à plus bas prix.

Le Vieux Manuel

Il est attribué à chaque produit un jeu de valeurs prédéfinies fondées sur ce comportement des consommateurs. Ces valeurs comprennent la préoccupation prix, la préoccupation qualité, et la préoccupation marque. Elles figurent sous forme de pourcentages et leur somme est toujours égale à 100% (c'est-à-dire que lorsqu'un consommateur achète un produit dont l'importance du prix représente 60%, celle de la qualité 30%, et celle de la marque 10%, l'importance primordiale est le prix. La qualité vient en second et la marque a le moins d'importance).

Ces préoccupations varient légèrement d'une ville à l'autre, en raison des variations culturelles. Pour savoir quelles sont les préoccupations pour l'achat d'un produit spécifique dans une ville donnée, veuillez consulter le Rapport de Synthèse du Produit (page 12-1) ou le Rapport Détaillé sur le Produit (page 12-3).

### Evaluation globale et demande du produit

La plupart des gens préféreront un produit ayant une évaluation globale plus élevée. Ceci ne signifie pas, toutefois, que des produits dont l'évaluation globale est plus basse seront un échec sur le marché. Il existe toujours un groupe de consommateurs plus sensibles aux prix, qui achètera un produit à un prix plus bas, même si le produit a une évaluation globale plus basse. De même, les consommateurs plus soucieux de qualité pourront acheter un produit de haute qualité, malgré une évaluation globale basse. Vous pouvez ainsi rester compétitif et avoir du succès sur le marché en devenant un leader en matière de prix, ou de qualité.

### Calcul de l'évaluation globale

Etant donné que le jeu calcule automatiquement l'évaluation globale, il n'est pas nécessaire de comprendre comment elle est calculée. Nous présentons la formule suivante uniquement à des fins de référence.

$$\text{Evaluation} = \frac{Qe \times Qp}{60} + \frac{Me \times Mp}{60} + \frac{(PxStd - PxVte) \times Pp}{PxStd}$$

- Qe représente l'évaluation de la qualité.
- Qp représente la préoccupation portant sur la qualité.
- Me représente l'évaluation de la marque.
- Mp représente la préoccupation portant sur la marque.
- PxStd est le prix standard.

**NOTE:** Chaque produit a un prix standard prédéfini. Il ne sert qu'à des fins de calcul interne et n'est pas affiché.

- PxVte représente le prix de vente.
- Pp représente la préoccupation portant sur le prix.

## Qualité

Pour maintenir avec succès votre compétitivité sur le marché, il faut bien comprendre comment est déterminée la qualité d'un produit, et comment vous pouvez améliorer la qualité des produits.

Le Vieux Manuel

Dans le jeu, l'évaluation de la qualité d'un produit se situe entre 0 et 100. Si vous êtes sur un marché très compétitif, comparez fréquemment la qualité de vos produits à celle de vos concurrents et réagissez si cette dernière augmente.

Les sections suivantes expliquent comment la qualité des produits manufacturés, des produits agricoles, des produits d'élevage et des matières premières est déterminée.

## Produits manufacturés

La qualité des produits manufacturés dépend de deux facteurs:

- La qualité des matières premières
- Le niveau technologique de production de l'usine

La qualité de certains produits, par exemple les ordinateurs, est déterminée principalement par le niveau technologique de production. Pour d'autres produits, comme les meubles, la qualité des matières premières est plus importante. L'importance de ces deux facteurs varie donc d'un produit à un autre. (Pour obtenir des détails sur les produits individuels, veuillez consulter le Guide du Fabricant. Voir page 6-1).

Le paragraphe suivant vous explique comment est calculée l'évaluation de la qualité. Nous utiliserons l'exemple d'une unité de fabrication pour illustrer ce calcul.

Les informations de l'unité de fabrication sont les suivantes:

- L'unité fabrique des textiles, elle utilise du coton comme matière première.
- L'évaluation de la qualité du coton est de 40 points.
- Le niveau technologique de production de l'usine de textiles est de 30 points.
- Le niveau technologique de production le plus avancé dans le monde est de 100 points.
- La qualité des textiles est affectée à 50% par la qualité des matières premières, et à 50% par la technologie de production.

Si vous sélectionnez cette unité de fabrication dans le mode implantation, vous verrez les lignes suivantes:

- Qualité du produit: 35/100

  L'évaluation de la qualité du produit est de 35 points, et l'évaluation de la qualité maximale est de 100 points.

- Qualité des matières premières: 20/50

  La qualité des textiles est affectée à 50% par la qualité des matières premières, et la qualité du coton contribue pour 20 points à la qualité globale des textiles (40 x 50% = 20)

- Qualité de la production: 15/50

  La qualité des textiles est affectée à 50% par la technologie de production, et cette dernière contribue pour 15 points à la qualité globale des textiles. Ce chiffre est calculé en utilisant la formule suivante:

$$\frac{\text{(importance de la technologie pour la qualité du produit) x (technologie de l'usine)}}{\text{(technologie la plus avancée dans le monde)}}$$

Dans cet exemple, le résultat est 50 x 30/100 = 15

Le vieux Manuel

Un haut niveau technologique de production ne garantit pas une qualité élevée. Vous ne pouvez obtenir une qualité élevée que si le niveau technologique de votre usine est égal ou proche du niveau technologique le plus avancé dans le monde.

- Technologie de production: 30

  Le niveau technologique le plus avancé commence à 100 points pour tous les produits. Lorsqu'un produit ayant un niveau technologique supérieur arrive sur le marché, le niveau technologique le plus avancé est mis à jour en conséquence.

  Le lancement d'un produit ayant un niveau technologique sans précédent pourra donc rendre les produits existants inférieurs.

Vous pouvez améliorer la technologie de production grâce à la recherche. Consultez "Centre de Recherche & Développement", page 10-4 et "Unité de Recherche & Développement", page 11-21.

### Produits agricoles

La qualité des produits agricoles est affectée par le climat, les précipitations et la fertilité du sol dans la zone de l'exploitation agricole. Certaines cultures poussent bien dans des climats chauds, alors que d'autres nécessitent de fortes pluies pour leur croissance. Cultiver les bonnes cultures au bon endroit est le secret des produits agricoles de haute qualité. De plus, la qualité de la culture est meilleure si l'unité agricole est de haut niveau.

La qualité des cultures est déterminée par les facteurs suivants:

- Climat. Le climat convient-il à la culture?
- Pluies. Les précipitations sont-elles suffisantes pour la culture?
- Fertilité. Plus la fertilité est élevée, plus la qualité de la culture est bonne.
- Niveau de l'unité agricole. Plus le niveau de l'unité est élevé, plus la qualité de la culture est bonne.

Consultez le Guide de l'Agriculteur pour obtenir des informations sur les meilleures conditions climatiques et de pluviosité pour une culture (voir page 6-3)

### Produits d'élevage

La qualité des produits d'élevage est assez régulière parmi les différentes exploitations agricoles. La qualité augmente toutefois quand l'exploitation agricole acquiert de l'expérience. Une exploitation agricole ayant des unités de plus haut niveau obtiendra des produits d'élevage de meilleure qualité.

### Matières premières

Pour les matières premières comme le bois, le pétrole brut, le charbon, les produits chimiques ou les métaux, la qualité est déterminée par celle des ressources naturelles.

## Marque

Une marque correspond à un nom et/ou un symbole destinés à identifier et à différencier les produits d'un vendeur de ceux de ses concurrents. Une marque bien établie est un atout précieux et intangible. Un consommateur pourra juger principalement un produit à sa marque.

Le vieux Manuel

Une évaluation de marque représente la valeur globale d'une marque. Cette évaluation est la somme de l'évaluation de la notoriété de la marque et de l'évaluation de la fidélité à la marque. Ces deux évaluations sont décrites en détail dans les sections suivantes.

## Notoriété de la marque

La notoriété de la marque est une mesure de la connaissance des consommateurs d'une marque particulière. Les gens achètent souvent une marque familière car ils se sentent plus à l'aise. Ils peuvent estimer qu'un produit de marque familière est fiable, de qualité raisonnable, et qu'il est produit par une société renommée par sa présence de longue date sur le marché.

### *Niveau et évaluation de la notoriété de la marque*

La notoriété de la marque va d'une marque dont la compétitivité est à peine reconnue à une marque reconnue comme étant la seule dans cette classe de produits. L'évaluation, qui se situe entre 0 et 100 points, représente les deux dimensions principales de la notoriété de la marque: le pourcentage de la population de la ville qui connaît la marque, et le niveau moyen de sensibilisation à la marque de ces personnes.

### *Pour augmenter la notoriété de la marque*

La notoriété de la marque augmente quand:

- Elle fait l'objet d'une vaste campagne publicitaire.
- Les produits utilisant la marque sont vendus depuis longtemps.
- Les produits utilisant la marque sont distribués à vaste échelle.
- Il y a une grosse clientèle.

## Fidélité à la marque

La fidélité à la marque mesure l'attachement d'un client envers une marque. Si un client continue à acheter une marque, même si des concurrents offrent une qualité supérieure et/ou un prix plus bas, c'est qu'il accorde une valeur considérable à la marque elle-même.

### *Niveau et évaluation de la fidélité à la marque*

Dans le jeu, une évaluation de la fidélité à la marque (de 0 à 100 points) représente la somme des deux dimensions principales de la fidélité à la marque:

- Le pourcentage des personnes qui sont fidèles à la marque
- Le niveau de fidélité moyen de ces personnes

Facteurs de fidélité à la marque

La fidélité à la marque est fondée principalement sur les facteurs suivants:

- *La notoriété de la marque*

  La fidélité à la marque ne peut exister si le client n'a pas acheté et utilisé un produit. La marque doit d'abord créer une notoriété suffisante pour que les consommateurs achètent et utilisent le produit. Plus la notoriété est élevée, plus le nombre de personnes qui essaieront le produit sera important, et plus l'augmentation du taux de fidélité sera rapide.

Le Vieux Manuel

- *Qualité du produit*

  Si un client est satisfait après avoir utilisé le produit, sa fidélité à la marque augmente. Par contre, une mauvaise expérience avec un produit conduira à une baisse de fidélité, parfois même à une fidélité négative envers la marque (le client évitera d'acheter la même marque à l'avenir). De plus, les clients ne seront fidèles à une marque que si la qualité des produits est régulière.

- *Portée de la marque*

Si une marque couvre une variété de produits, la société n'est pas perçue comme un fournisseur spécialisé dans une catégorie de produits. Le consommateur pourra douter de l'engagement de la société envers ce produit, et sa fidélité à la marque pourra donc en souffrir. Consultez "Stratégie de Marque", page 5-6, pour obtenir des détails sur la portée de la marque.

## Stratégie de marque

Votre société peut choisir parmi trois stratégies de marque dans "Capitalism Plus":

- Marque de la société. Une société utilise une seule marque phare pour tous ses produits.
- Marque de gamme. Une seule marque couvre une gamme de produits de même type.
- Marque unique. Chaque produit a une marque unique.

Nous vous conseillons fortement de décider de la stratégie de marque que vous adopterez pour votre société dès le début du jeu. Si vous changez de stratégie de marque une fois qu'elles auront acquis une position solide sur le marché, non seulement vous perdrez une image de marque durement gagnée, mais vos concurrents auront l'occasion de vous prendre des clients pendant la phase difficile de rétablissement de vos marques.

Pour fixer la stratégie de marque de votre société, ouvrez d'abord le Rapport détaillé sur la société et sélectionnez ensuite "Marque". Un jeu de boutons apparaîtra dans la partie supérieure gauche du rapport:

- Marque de la société
- Marque de gamme
- Marque unique

Le bouton enfoncé indique la stratégie de marque de votre société.

Pour passer à une nouvelle stratégie de marque, cliquez sur le bouton correspondant. Vous serez averti que cette nouvelle stratégie de marque sera employée pour vos produits et qu'en conséquence, les évaluations de marque de tous vos produits passeront à zéro. Pour continuer, répondez Oui, et le changement de stratégie commencera immédiatement.

### Marque de la société

Si la société utilise une seule marque phare pour tous ses produits, elle ne commence pas à zéro pour reconstruire la notoriété de la marque d'un nouveau produit. Les investissements nécessaires à cette nouvelle ligne de produits seront en conséquence réduits.

Bien que cette stratégie permette de réaliser d'importantes économies en matière de temps et de ressources pour lancer une nouvelle marque à partir de zéro, et qu'elle rentabilise efficacement les ressources dépensées pour soutenir la gamme, elle n'est pas sans présenter certains inconvénients.

Le vieux Manuel

Le fait que la société ne soit pas perçue comme le fournisseur spécialisé d'une seule catégorie de produits est le principal. Les consommateurs peuvent douter de l'engagement de la société envers le produit, ce qui risque de réduire leur fidélité à la marque.

De plus, lorsqu'une société développe sa ligne de produits sur d'autres marchés, il lui est plus difficile de maintenir la qualité et la régularité de ses produits.

Si la société ne réussit pas à en maintenir la qualité et la régularité, ce sera préjudiciable à toute la marque. Le risque augmentera si la société développe ses lignes de produits sur des marchés de types différents.

### Marque de gamme

Sous cette stratégie, les produits d'une même classe de produits portent une seule marque pour toute la gamme.

La stratégie de marque de gamme bénéficie des mêmes avantages et présente les mêmes inconvénients que la stratégie de marque de la société, mais à un moindre degré. Ces effets sont limités, car le nombre de produits qu'une marque de gamme peut couvrir est plus petit.

La stratégie de marque de gamme est préférable à la stratégie de marque de la société si la qualité des produits de votre société varie beaucoup sur différentes classes de produits. D'un autre côté, si vous êtes sûr de pouvoir maintenir la qualité de vos produits, une stratégie de marque de la société pourra être un meilleur choix.

### Marque unique

Avec cette stratégie, chaque produit a une marque unique.

L'avantage le plus évident que présente une stratégie de marque unique est simplement de vous éviter les préoccupations du risque d'interférence sur la marque avec des lignes de produits différentes. La fidélité à la marque consolidée au cours des années ne souffrira pas en cas de déficience du contrôle de la qualité sur d'autres lignes de produits.

Mais cette stratégie présente l'inconvénient suivant: chaque produit individuel nécessite une campagne publicitaire séparée pour établir et soutenir la marque. Avec cette stratégie, les frais de publicité peuvent représenter une charge importante pour la société. Cette dernière peut perdre un avantage sur son prix au profit d'une société appliquant une stratégie de marque de société ou de marque de gamme qui remporte un vif succès.

## Publicité

La publicité est l'élément le plus important du développement de la marque. Avec un budget publicitaire conséquent, une entreprise peut créer rapidement une notoriété de la marque auprès du public. Il faut d'abord bien comprendre la publicité pour réussir en tant que chef de marque.

Les paragraphes suivants présentent pour commencer quelques concepts de base sur les médias et abordent ensuite l'influence de la fréquence des messages publicitaires, de l'audience, de la durée de la campagne publicitaire, et des rapports entre ces différents aspects. Pour finir, le rapport entre la publicité et la qualité du produit est illustré.

Le paragraphe suivant traite de l'aspect théorique de la publicité. Pour savoir comment faire de la publicité pour vos produits, consultez "Unité Publicité", page 11-1.

Le Vieux Manuel

## Concept de médias

Avant de faire de la publicité pour vos produits, vous devez vous familiariser avec les concepts suivants, car ils seront fortement utilisés dans les domaines ayant trait à la publicité.

- *Support de communication.* Le programme, la publication, ou la campagne promotionnelle utilisés pour diffuser un message publicitaire.
- *Couverture.* Une mesure de l'audience potentielle pouvant recevoir un message publicitaire par un support publicitaire.
- *Audience.* Le nombre de personnes différentes exposées au moins une fois à un support de communication sur une période donnée.
- *Points d'évaluation.* Une mesure utilisée pour déterminer le taux d'audience potentiel recevant des messages d'un support de communication publicitaire spécifique. Un point d'évaluation équivaut à 1 % de l'audience potentielle totale recevant des messages par un support de communication spécifique. Vous pouvez le calculer en divisant l'audience par la couverture.
- *Coût par publicité.* Le coût d'une publicité dans le média.
- *Coût pour Mille.* Le coût pour exposer 1000 personnes de l'audience cible à un message publicitaire.
- *Fréquence quotidienne.* Une indication du nombre de fois où une audience cible est exposée à une publicité en une journée.
- *Fréquence mensuelle.* Une indication du nombre de fois où une audience moyenne est exposée à une publicité en un mois.
- *Fréquence, Audience et Durée.* Les trois éléments principaux d'une campagne publicitaire. Ces termes sont expliqués ci-dessous.
  - *Fréquence.* Elle représente le nombre de fois où une audience moyenne est exposée à une publicité au cours d'une période de temps spécifique.

    Plus la fréquence est forte, plus l'audience aura l'occasion d'être sensibilisée par cette publicité. Il est difficile de déterminer quelle est la fréquence la plus efficace, mais une personne doit généralement être exposée à une publicité au moins 3 ou 4 fois avant de reconnaître la marque. Une fréquence trop basse ne peut pas délivrer clairement un message publicitaire, et risque de ne pas améliorer la notoriété de la marque.
  - Audience. Le nombre de personnes exposées à une publicité spécifique au moins une fois pendant une période de temps particulière.

    Chaque support de communication (quotidien et télévision) a une évaluation et une audience différentes. Les supports de communication ayant une audience plus forte demanderont un prix plus élevé pour une publicité.

    Pour réussir une campagne publicitaire, il faut qu'un nombre suffisant de personnes soit exposé à la publicité. Si un seul support de communication ne peut pas vous fournir une audience satisfaisante, vous devrez faire de la publicité pour vos produits sur plusieurs supports pour obtenir un taux d'audience supérieur sur ces médias confondus.
  - Durée. C'est la durée de la campagne publicitaire, que vous déterminez.

    Vous pouvez répartir de manière égale le budget publicitaire sur un an, ou le concentrer sur les mois où la demande est plus forte.

Le vieux Manuel

Comme votre budget publicitaire ne vous permettra pas toujours d'avoir à la fois une fréquence élevée, une audience élevée et une longue durée, vous devez calculer votre investissement dans chacun de ces domaines de manière judicieuse. Par exemple, si une exposition à fréquence élevée est nécessaire pour sensibiliser le public, il pourra être nécessaire de sacrifier l'audience et la durée au profit de la fréquence.

### Publicité et qualité du produit

La publicité peut être un moyen efficace pour consolider les parts de marché d'une marque, mais il faut l'utiliser de manière appropriée et judicieuse.

Un budget important en publicité pour un produit de mauvaise qualité, c'est une perte d'argent. Les clients ne développeront une fidélité à une marque que pour un produit de haute qualité. Si votre produit est de qualité inférieure à ceux de vos concurrents, vous pouvez économiser l'argent consacré au budget publicitaire et concentrer vos efforts sur une réduction du coût. Cette politique vous permettra de positionner votre société en tant que leader sur le prix, et de cibler la tranche du public sensible au prix.

Les descriptions suivantes illustrent l'effet de la publicité dans quatre scénarios différents:

- Mauvaise qualité et peu de publicité - demande faible pour commencer, due à une faible notoriété de la marque

  La demande reste faible, et chute même, car les acheteurs ne sont pas satisfaits de la qualité, ce qui entraîne une réduction de la fidélité à la marque, pouvant même être négative.

  *Long terme:* la notoriété de la marque est faible; la fidélité à la marque est faible, voire même négative; la demande est faible

- Mauvaise qualité et publicité intensive - forte demande pour commencer, due à une notoriété de la marque accrue par une forte publicité

  La demande baisse progressivement, car les acheteurs ne sont pas satisfaits par la qualité, ce qui entraîne une fidélité faible, voire même négative.

  *Long terme:* la notoriété de la marque est forte; la fidélité à la marque est faible, voire même négative; la demande est de faible à modérée (une bonne notoriété peut toujours attirer quelques nouveaux acheteurs)

- Bonne qualité et peu de publicité - demande faible pour commencer, due à une faible notoriété de la marque.

  La demande augmente progressivement, car les acheteurs sont satisfaits de la qualité du produit et la fidélité envers la marque se développe.

  *Long terme:* la notoriété de la marque est de faible à modérée (grosses ventes et clientèle fidèle augmentant la notoriété); la fidélité à la marque est de modérée à forte; La demande est modérée.

- Bonne qualité et publicité intensive - demande élevée pour commencer, due à une forte notoriété de la marque et renforcée par une publicité intensive.

  La demande continue à augmenter, car les acheteurs sont satisfaits de la haute qualité du produit et la fidélité à la marque se développe.

  *Long terme:* la notoriété de la marque est forte; la fidélité à la marque est forte; La demande est forte.

Le vieux Manuel

## Concurrents locaux

Il existe des concurrents locaux dans chaque ville. Bien que leurs entreprises ne figurent pas sur la carte du jeu, ils font directement concurrence aux sociétés. Ils peuvent même représenter les principales forces concurrentielles sur le marché.

De brèves informations sont données sur les concurrents locaux dans le Rapport de Synthèse du Produit (page 12-1) et le Rapport Détaillé sur le Produit (page 12-3). Le segment blanc du graphique des rapports représente la part de marché de tous les concurrents locaux confondus. Les rapports indiquent aussi le prix moyen, l'évaluation de la qualité, l'évaluation de la marque et l'évaluation globale des produits qui sont vendus par les concurrents locaux dans la ville. Pour de plus amples détails sur les informations de ces deux rapports, consultez le Chapitre 12.

Le Vieux Manuel

# 6 Outils

## Guide du fabricant

Le Guide du fabricant est un manuel en ligne où vous sont fournies des informations essentielles sur les procédés de fabrication de différents types de produits.

### Schéma de fabrication

Dans le Guide du Fabricant, les procédés de fabrication sont résumés dans le schéma de fabrication. Un exemple est présenté ci-dessous pour vous aider à le comprendre rapidement.

Cet exemple vous montre que :

- Une livre de cuir, une livre de coton, et une livre de caoutchouc permettent la création d'une paire de chaussures de sport.
- La qualité des chaussures est déterminée à 60 pour cent par le niveau technologique de la production et à 40 pour cent par la qualité des matières premières, dont 30 pour cent pour la qualité du cuir, 5 pour cent pour le coton et 5 pour cent pour le caoutchouc.

  (Pour obtenir des détails sur la technologie de production, voir "Unité de Fabrication" page 11-10).

### Le bouton d'image

L'image du produit ou du matériau est en fait un bouton hypertexte. Cliquez sur ce bouton pour obtenir de plus amples détails sur le produit ou le matériau d'entrée.

La caractéristique hypertexte est désactivée lorsqu'il s'agit de ressources minérales, car elles ne proviennent pas d'autres matériaux.

### Bouton Plus

Vous trouverez le Bouton Plus à côté de l'image d'un matériau. Cliquez dessus pour voir le procédé de fabrication suivant utilisant ce matériau.

Le vieux Manuel

Le Bouton **Plus** est désactivé lorsque le matériau ne peut être utilisé que pour fabriquer un seul produit.

Le Bouton **Plus** pour un produit en sortie est désactivé, sauf s'il existe un autre moyen de fabriquer ce produit.

### Autres commandes

Le sélecteur dans le coin supérieur droit de la fenêtre vous permet de passer du Guide du fabricant à celui de l'agriculteur.

Les boutons suivants sont disponibles en bas de la fenêtre:

- Bouton **Entrée**

  Affiche une boîte de dialogue qui présente toutes les matières premières et les biens intermédiaires disponibles. Sélectionnez l'un d'entre eux pour voir son schéma de fabrication. Cette boîte affiche aussi d'autres informations utiles. Le champs Inventé indique si la matière première ou le bien intermédiaire a été inventé ou non. Le champs Connu indique si votre société sait comment le produire.

- Bouton **Sortie**

  Affiche une boîte de dialogue qui présente une liste de tous les produits de consommation pouvant être produits. Sélectionnez-en un pour afficher son schéma de fabrication. Cette boîte affiche aussi d'autres informations utiles. Le champs Inventé indique si le bien a été inventé ou non. Le champs Connu indique si votre société sait comment le produire.

- Bouton **Préc**

  Affiche le schéma de fabrication précédent.

- Bouton **Suivant**
  Affiche le schéma de fabrication suivant.

## Guide de l'agriculteur

Le Guide de l'Agriculteur est un manuel en ligne qui fournit des informations essentielles pour les cultures et l'élevage.

### Informations sur les Cultures

Le guide présente le climat approprié, la pluviosité requise, et les mois de semence et de récolte de la culture choisie. Lorsque vous sélectionnez un site pour une nouvelle exploitation agricole, vous chercherez un endroit offrant le climat qui convient le mieux aux cultures que vous voulez planter. Le Guide de l'agriculteur vous indique les conditions que vous devez rechercher.

De nombreuses cultures, comme le coton et le blé, sont des produits finaux qui peuvent être vendus directement. D'autres cultures, comme la canne à sucre et le caoutchouc, nécessitent un traitement supplémentaire. La canne à sucre est transformée en sucre et le caoutchouc est extrait de l'hévéa. Dans ce cas, le Guide de l'agriculteur indique la culture et le produit final.

Cliquez sur une culture pour ouvrir le Guide du fabricant et voir quels sont les produits qui peuvent être fabriqués à partir de cette culture.

Le vieux Manuel

### Informations sur l'élevage

Le guide indique les produits pouvant être fabriqués à partir de l'élevage sélectionné.

Certains produits d'élevage sont affichés sous forme de boutons. Ce sont des produits pouvant être utilisés comme matériaux d'entrée pour d'autres produits. Cliquez sur ce bouton pour ouvrir le Guide du fabricant et voir ce que vous pouvez fabriquer à partir de ce produit d'élevage.

## Guide du dirigeant

Le Guide du dirigeant est un manuel en ligne qui vous indique comment interpréter les indicateurs dans la case-info d'une unité fonctionnelle. Si vous êtes en Mode Implantation et que vous avez sélectionné une unité fonctionnelle, affichez ce guide pour voir immédiatement les informations sur cette unité.

## Bibliothèque des Plans d'implantation

Vous pourrez avoir besoin d'utiliser la même implantation dans plusieurs entreprises. Dans ce cas, il est conseillé d'ajouter ce plan à la Bibliothèque des Plans d'implantation. Après avoir ajouté ce plan à la bibliothèque, vous pourrez l'utiliser plus tard dans d'autres entreprises du même type. En utilisant la Bibliothèque des Plans d'implantation, vous économiserez du temps et des efforts pendant le jeu en cours et les suivants. Vous pourrez aussi regrouper de nombreuses implantations en vue d'une utilisation future.

La Bibliothèque des Plans d'implantation contient un dossier pour chaque type d'entreprise. Sélectionnez bien le dossier qui convient dans la partie supérieure de la fenêtre avant d'ajouter ou d'utiliser un plan d'implantation.

### Ajouter un plan à la bibliothèque

Pour ajouter le plan d'implantation d'une entreprise existante à la bibliothèque, procédez de la manière suivante:

1. Sélectionnez l'entreprise dont vous voulez sauvegarder l'implantation.
2. Sélectionnez le dossier correspondant au type d'entreprise.
3. Appuyez sur le bouton **Ajouter.**
4. (En option) Entrez votre description du plan.

### Utiliser un plan d'implantation

Pour utiliser un plan d'implantation dans une entreprise, procédez de la manière suivante:

1. Sélectionnez l'entreprise à laquelle le plan d'implantation sera appliqué.
2. Sélectionnez le dossier du type d'entreprise.
3. Appuyez sur le bouton Utiliser.

### Boutons de commande

La fenêtre de la bibliothèque possède plusieurs boutons de commande. Ces boutons sont décrits ci-dessous:

- *Ajouter.* Ajouter le plan d'implantation de l'entreprise sélectionnée.

Le vieux Manuel

- *Remplacer*. Remplacer le plan d'implantation par celui de l'entreprise sélectionnée.
- *Effa*. Effacer le plan d'implantation en cours.
- *Tri*. Trier les plans d'implantation par description.
- *Utiliser*. Utiliser le plan d'implantation en cours sur l'entreprise sélectionnée.
- *Quitter*. Quitter la bibliothèque des plans d'implantation.

### Informations sur les plans d'implantation

Les informations suivantes sont affichées en bas de la fenêtre:

- **No d'archives.** Le numéro d'archives du plan d'implantation affiché. Le nombre total d'archives dans le dossier est affiché à côté de ce numéro.
- **Type d'entreprise.** Le type d'entreprise pour lequel le plan d'implantation est conçu.
- **Description.** La description du plan d'implantation. Vous pouvez changer cette description à tout moment.

## Journal

Dans le jeu, les journaux apparaissent de temps à autre pour vous tenir au courant des derniers événements. Après avoir lu un journal, vous pouvez le fermer en cliquant sur la case de fermeture dans le coin supérieur gauche, ou en cliquant sur le bouton droit de la souris. Si vous avez plusieurs journaux à lire, vous pouvez cliquer avec le bouton droit de la souris sur la case de fermeture pour les ignorer.

### Option d'Affichage des Journaux

Si la fréquence d'affichage des journaux vous dérange, sélectionnez la fenêtre Option d'Affichage de Journaux dans le menu. Cette option vous permet de limiter le type d'actualités affichées. Le raccourci clavier est **N**.

**NOTE:** Pour les actualités sur les transactions boursières, seules celles ayant trait aux sociétés que vous contrôlez sont affichées, même si vous choisissez l'option Toutes Actualités. Cette option vous permet de maintenir le volume d'actualités à un niveau raisonnable.

### Bulletin d'information

Si le fait de désactiver l'affichage des journaux pourra vous aider à vous concentrer sur vos propres activités, vous risquez de rater des actualités importantes. C'est pourquoi tous les bulletins d'informations sont sauvegardés automatiquement, et vous pouvez les lire quand vous le souhaitez. Vous pouvez trier les bulletins d'informations par date, par société ou par thème.

## Suivi d'événements

Le suivi d'événements indique les ruptures de fournitures, l'épuisement des réserves en ressources naturelles et l'achèvement des programmes de R&D. Avec cet outil, vous pouvez régler les problèmes d'approvisionnement et lancer de nouveaux programmes de R&D en temps voulu. Le bouton **Suivi d'Evénements** (en bas de l'écran) apparaît en relief en cas d'événement. Appuyez sur ce bouton pour afficher l'endroit où s'est produit cet événement. Vous pouvez ensuite utiliser une des commandes suivantes:

Le vieux Manuel

- *Préc.* Revient à l'événement précédent. L'événement en cours reste dans la liste.
- *Suivant.* Passe à l'événement suivant. L'événement en cours reste dans la liste.
- *Aller.* Voir l'entreprise où l'événement s'est produit. L'événement en cours est effacé de la liste.
- *Ignorer.* Ignore l'événement en cours. L'événement en cours est effacé de la liste.
- *Ignorer Tous.* Ignorer tous les événements de suivi. La liste complète est effacée.

**NOTE:** Le nombre total d'événements et la position de l'événement en cours sont affichés à gauche des boutons. Par exemple, "2/15" indique qu'il y a 15 événements dans la liste et que l'événement en cours est le second.

Le Vieux Manuel

# 7 Actions

Avant de commencer à investir en bourse, vous devez vous familiariser avec quelques concepts de bases sur les actions.

- *Cours des actions.* Le cours des actions est déterminé par le marché.
- *Nbre total d'actions.* Le nombre total des actions d'une société.
- *Valeur nette par action.* La valeur nette par action est calculée en divisant le montant de participation des actionnaires par le nombre d'actions.
- *Bénéfices par action.* Les bénéfices par action sont déterminés en divisant le montant des bénéfices d'exploitation sur les 365 derniers jours par le nombre d'actions. Les bénéfices d'exploitation sont utilisés dans le calcul au lieu des bénéfices nets, en raison de la conception du jeu. Le cours des actions reflète ainsi avec exactitude la rentabilité de la société, et n'est pas affecté par la fluctuation des cours des actions que la société possède.
- *PER (ou coefficient de capitalisation).* Le PER est le rapport entre le cours d'une action et ses bénéfices par action. Le PER est calculé en divisant le cours d'une action par les bénéfices par action. Si le prix de vente d'une action est de $30 et qu'elle rapporte des bénéfices de $2, le PER de cette action est 15.

  Vous pouvez aussi considérer que le PER correspond au nombre d'années nécessaires à la société pour regagner le montant de son investissement initial - en supposant que les bénéfices de la société restent constants. Supposons que vous achetez 100 actions d'un titre qui se vend à $30, soit un investissement de $3000. Les bénéfices actuels sont de $2 par action, elles vous rapporteront donc $200 en un an, et il vous faudra 15 ans pour récupérer votre investissement initial de $3000.

  Cet exemple pourrait donner l'impression que les actions à PER bas sont plus intéressantes que les actions à PER élevé. Toutefois, ce n'est pas toujours vrai. Vous devez aussi considérer le potentiel de rentabilité de la société.

  Bien qu'une action à PER élevé soit considérée comme peu intéressante sur le moment, ses performances s'amélioreront et vous en tirerez des gains plus importants dans le futur.

Le vieux Manuel

Vous trouverez donc peut-être que les niveaux de capitalisation boursière tendent à être plus bas pour les actions à croissance lente, et plus élevé pour les actions à croissance forte.

- *Rendement des actions.* Le dividende est le montant des bénéfices d'une société distribué aux actionnaires. Le rendement des actions est le pourcentage calculé en divisant le dividende par le cours des actions.
- *Rendement total.* Le rendement total aux actionnaires est le pourcentage calculé en divisant le rendement total par le cours des actions. Le rendement total comprend le dividende et les bénéfices obtenus par la hausse du cours de l'action sur les 365 derniers jours.

## Investir

Pour investir en bourse, ouvrez la fenêtre des investissements en bourse en sélectionnant l'option **Bourse** dans le menu des actions. Dans la fenêtre Bourse, vous verrez les éléments suivants:

### Navigateur des actions

Le navigateur des actions indique les actions offertes sur le marché.

- *Société.* Le nom de la société.
- *Cours.* Le cours de l'action.
- *PER.* La capitalisation boursière de l'action.
- *% de participation.* Le pourcentage du nombre total d'actions possédées par l'investisseur actuel ou la société d'investissement.
- *Valeur de l'action.* La valeur de l'action possédée par l'investisseur actuel ou la société d'investissement.

Lorsque vous sélectionnez une action, des détails la concernant s'affichent à droite du navigateur. Sous cette zone, une courbe montre quel a été le cours de l'action sur une période donnée. Vous pouvez sélectionner la période (30 derniers jours, 30 derniers mois ou 30 dernières années) en cliquant sous la courbe sur le bouton correspondant.

### Navigateur des actionnaires

Le navigateur des actionnaires se trouve sous le navigateur des actions. Il indique les actionnaires existants de l'action sélectionnée.

- *Actionnaire.* Le nom de l'actionnaire.
- *Qté de Parts.* Le nombre de parts de l'actionnaire.
- *% de Participation.* Le pourcentage de la participation de l'actionnaire en fonction du nombre total d'actions.

### Navigateur des investisseurs

Le navigateur des investisseurs, en bas à droite, vous permet de sélectionner la personne ou la société qui investira en bourse. Les options disponibles sont le joueur (en tant que particulier) et les sociétés contrôlées par ce joueur.

- *Qui.* L'investisseur ou la société d'investissement.
- *Cash.* La somme en liquide dont dispose l'investisseur.

Le vieux Manuel

### Bouton d'affichage des actualités

Le bouton **d'affichage des actualités**, en bas de la fenêtre, contrôle l'affichage des informations sur les transactions boursières. Cliquez sur ce bouton pour l'activer ou le désactiver.

### Achat et vente au public

Pour acheter ou vendre des actions en bourse, procédez de la manière suivante:

1. Sélectionnez quelle sera la personne ou la société qui achètera ou vendra les actions dans le navigateur des investisseurs.
2. Sélectionnez les actions que vous allez acheter ou vendre dans le navigateur des actions.
3. En bas à droite, vous verrez un message semblable à l'exemple de droite.

Dans cet exemple, 1 million d'actions sont en circulation sur un titre, et vous allez en acheter 5% au cours de $10,05 par action. Le prix total est de $502.694. Si vous êtes satisfait de ces conditions, cliquez sur le bouton Acheter pour **acheter** cette action.
Utilisez la même procédure pour vendre des actions: il vous suffit de cliquer sur le bouton **Vendre.**

Pour obtenir des informations sur l'achat d'actions qui ne sont pas détenues par le public, consultez "Offre" pages 7-6.

## Emission de nouvelles actions

Un des moyens les plus courants employés par une société pour se procurer des capitaux consiste à émettre de nouvelles actions, qui sont alors offertes au public voulant investir. Les bénéfices de la vente des actions sont placés dans le capital d'exploitation de la société.

Pour émettre de nouvelles actions, ouvrez la fenêtre d'action **financière** en sélectionnant l'option Financier dans le menu des actions. Sélectionnez ensuite l'option **Emission de nouvelles actions.**

Lorsque votre société émet de nouvelles actions, vous devez prendre deux décisions. D'abord, vous devez décider du cours d'émission, qui est n'importe quel montant inférieur au cours actuel des actions. (Si le cours était supérieur au cours actuel, personne ne les achèterait).

Ensuite, vous devez décider combien de nouvelles actions vous voulez émettre. La limite pour le nombre de nouvelles actions que vous pouvez émettre dépend de ce qui suit:

- *La rentabilité de votre société.* Vos actions seront bien accueillies par les investisseurs si les résultats de votre société sont prometteurs.
- *Cours de l'émission.* Si les nouvelles actions sont offertes à un cours plus bas ou plus attrayant, un nombre plus important d'investisseurs voudra les acheter.
- *Fréquence de l'émission de nouvelles actions.* Il n'est pas possible d'émettre de nouvelles actions trop fréquemment. Vous devez donner au marché le temps d'absorber les nouvelles actions.

Dans la fenêtre Emission d'actions, le nombre maximum d'actions pouvant être mises en circulation est affiché. En plus du nombre maximum d'actions pouvant être émises, vous devez aussi considérer ce qui suit:

- *Nombre total d'actions en circulation.* L'incidence sur les actionnaires sera plus forte si le nombre de nouvelles actions devant être émises est plus proche du nombre total d'actions en cours.

Le vieux Manuel

- *Cours actuel de l'action.* Le cours de l'émission ne peut pas être supérieur au cours actuel de l'action.
- *Revenu brut escompté.* Les bénéfices que votre société pense gagner en émettant des actions nouvelles.

Si l'émission de nouvelles actions est un moyen efficace de générer rapidement des fonds, elle présente un gros inconvénient. En mettant de nouvelles actions en circulation, vous réduisez le pourcentage de participation des actionnaires. Votre participation dans la société baissant également après l'émission de nouvelles actions, vous risquez de placer votre société en situation d'OPA hostile. Si cette émission de nouvelles actions permet à une société ou un investisseur d'avoir une participation supérieure à 50% dans votre société, les nouveaux capitaux que vous pourriez vous procurer ne valent pas la peine de courir le risque d'une OPA hostile.

## Rachat d'actions

Si une société rachète ses actions, elles sont mises hors circulation et le nombre d'actions en circulation est réduit. Ceci peut avoir un effet positif sur les bénéfices par action, qui affecteront à leur tour positivement le cours de l'action. Lorsqu'une société rachète la moitié de ses actions et que ses bénéfices généraux restent les mêmes, les bénéfices par action sont doublés. Peu de sociétés pourront réaliser une telle augmentation des bénéfices par action, en réduisant uniquement les coûts ou en vendant plus de produits.

Le rachat d'actions renforce aussi le contrôle de participation du propriétaire de la société et réduit le risque d'OPA.

La procédure de rachat d'actions auprès des actionnaires diffère peu de la procédure courante pour l'achat d'actions. Procédez de la manière suivante:

1. Ouvrez la fenêtre des Investissements en bourse.
2. Sélectionnez la société comme acheteur dans le navigateur des Investisseurs.
3. Sélectionnez l'action de la société dans le navigateur des Actions.
4. Définissez le pourcentage du total des actions en circulation à racheter, et appuyez sur le bouton **Acheter.**

Comme les actions que vous rachetez sont retirées de la circulation, les pourcentages de participation de tous les actionnaires augmenteront, à l'exception des actionnaires privés.

Par exemple, supposez que votre société ait 1 million d'actions en circulation. Vous êtes le DG et vous détenez 50% des actions, soit 500.000 actions de votre société, les 50% restants sont détenues par des actionnaires privés. Si votre société rachète 5% de ses actions auprès de ces actionnaires, 50.000 actions seront retirées de la circulation, et donc le nombre total d'actions en circulation passera à 950.000. Une fois ce changement effectué, vous posséderez 52,63% des actions (100% x 500.000 : 950.000), alors que les actionnaires détiendront le reste, soit 47,37%.

Pour obtenir des détails sur le rachat d'actions à des actionnaires non privés, consultez "Offre d'achat" ci-dessous.

Le vieux Manuel

## Offre d'achat

Une *offre d'achat* est une offre d'achat d'actions d'une société, généralement à un cours supérieur à la valeur des actions en bourse. Une offre d'achat n'est nécessaire que si toutes les actions qui vous intéressent sont détenues par des actionnaires autres que privés.

Pour acheter des actions auprès d'actionnaires de ce type, procédez comme suit:

1. Ouvrez la fenêtre des Investissements en bourse.
2. Sélectionnez la personne ou la société qui achètera l'action dans le navigateur des Investisseurs.
3. Sélectionnez l'action qui vous intéresse dans le navigateur des Actions.
4. Sélectionnez l'actionnaire auquel vous voulez acheter l'action.
5. Si vous achetez des actions à une société que vous contrôlez, il vous suffit de définir le pourcentage d'actions et d'appuyer sur le bouton **Acheter**. La transaction est réalisée au cours actuel de l'action.

   Si vous achetez des actions à un actionnaire sans rapport avec vous, vous devez lui offrir un prix supérieur à la valeur du marché. Dans ce cas, vous verrez un message semblable à l'exemple de droite, dans le coin inférieur droit de la fenêtre.
6. Définissez le prix que vous êtes prêt à payer dans la fenêtre. Votre offre devra être supérieure au cours actuel de l'action, pour inciter l'actionnaire à vendre. Après avoir décidé d'un prix, cliquez sur le bouton Offre.

Si l'actionnaire n'est pas satisfait de votre offre, il la refusera et demandera un nouveau prix. Si vous pensez qu'il est intéressant, acceptez-le pour compléter la transaction.

**NOTE:** Certains actionnaires refuseront de vendre leurs actions, quelle que soit l'offre que vous leur ferez, car leur principal intérêt sera de contrôler la société.

## O.P.A.

Si une personne ou une société rachète plus de 50% d'une autre société, cette personne ou société prend le contrôle de la société cible. Après la prise de contrôle, le président de la société qui s'est porté acquéreur devient le nouveau président de la société cible.

Dans une société, le président est responsable des investissements en bourse, et le DG est entièrement responsable de la gestion journalière. Une fois la prise de contrôle d'une société effectuée, vous pouvez immédiatement utiliser les fonds de la société pour investir en bourse.

Pour garder le contrôle d'une société, vous devez posséder au moins 50% des actions de cette société. Si ce pourcentage chute au-dessous de 50%, vous perdez immédiatement le contrôle. Si aucun actionnaire ne détient plus de 50% des actions de la société, le contrôle revient au DG de la société.

Il peut y avoir contrôle réciproque: la société A détient plus de 50% des actions de la société B et la société B détient plus de 50% des actions de la société A. Lorsque ceci se produit, le contrôle final appartient à la société qui a lancé la première la prise de contrôle.

Le vieux Manuel

## Fusion

Une fusion résulte de la combinaison de deux sociétés. Dans le jeu, si une société possède au moins 75% des actions d'une autre société, elle peut exécuter une fusion avec la société qu'elle contrôle.

Pour exécuter une **fusion**, ouvrez la fenêtre des Investissements en bourse. Le bouton Fusion (sous le bouton Acheter, dans la section d'**achat** d'actions) est affiché si votre société possède au moins 75% d'une autre société. Cliquez sur le bouton **Fusion** pour ouvrir une fenêtre expliquant que vous devez acquérir les actions restantes de la société visée pour accomplir la fusion. Vous avez deux possibilités. Vous pouvez payer les actions de la société dont vous voulez prendre le contrôle au comptant, ou émettre de nouvelles actions de votre société, en contrepartie de la valeur des actions détenues par les actionnaires de la société que vous rachetez.

Si vous préférez émettre de nouvelles actions, attention à ne pas affaiblir vos actionnaires actuels, et vous-même par la même occasion, en faisant entrer de nouveaux actionnaires dans votre société. Bien que ce cas soit rare, il est possible qu'après l'émission de nouvelles actions, les actionnaires de la société cible détiennent plus de 50% de votre société, et finissent par prendre le contrôle de votre société.

Lorsqu'une fusion est réussie, tous les actifs de la société cible sont consolidés dans la société qui a réalisé l'acquisition. La société réalisant l'acquisition bénéficie aussi des technologies de la société cible. La société cible cesse d'exister et la fusion est achevée.

Après la fusion, tous les produits de la société cible reçoivent la marque de la société qui a effectué l'acquisition. Si la société qui a effectué l'acquisition applique une stratégie de marque unique, l'évaluation portant sur la marque de tous ces produits revient à zéro.

**NOTE:** Si votre société est contrôlée par une autre société, vous ne pouvez pas exécuter de fusion. Mais vous pouvez demander à une société que vous contrôlez de fusionner avec une autre société. Par exemple, si votre société contrôle la société A, et que la société A détient plus de 75% des actions de la société B, vous pouvez demander à la société A de fusionner avec la société B.

## Paiement de dividendes

Vous devez décider si vous voulez verser les bénéfices de la société aux actionnaires, ou réinvestir ces fonds dans l'entreprise. Bien que la politique concernant les dividendes d'une société normale n'ait pas d'effet à long terme sur le cours de ses actions, la plupart des sociétés essaient en pratique de verser des dividendes en croissance constante. Ceci fournit aux investisseurs des signes sur les prévisions de croissance de la gestion, et du potentiel de la société à générer plus de bénéfices.

Vous pouvez définir un taux de distribution des dividendes pour votre société, et payer automatiquement des dividendes annuels sur la base de ce taux. Le dividende par action est calculé en multipliant les bénéfices par action par le taux de distribution des dividendes.

Pour fixer la politique de votre société concernant les dividendes, sélectionnez l'option **Financier** dans le menu des Actions. Sélectionnez ensuite l'option **Fixer Dividende** par action. Définissez ensuite le taux de distribution des dividendes en utilisant le compteur, et appuyez sur le bouton **Fixer Nouveau Taux** lorsque vous êtes satisfait de votre sélection.

Le vieux Manuel

Pour payer automatiquement des dividendes, sélectionnez le bouton **Distribution Auto des Dividendes.** Si vous voulez approuver les dividendes devant être payés chaque année, sélectionnez le bouton Demander Versement de Dividendes. A la fin de chaque année, une fenêtre vous permettra de décider du montant exact des **dividendes devant être payés.** Cette fenêtre vous indique aussi les dividendes suggérés, ainsi que d'autres informations utiles.

## Régulation des opérations en bourse

Pour prévenir toute manipulation en bourse, vous devez respecter les règles suivantes:

- Vous ne pouvez pas utiliser une société que vous contrôlez pour acheter une action que vous détenez.
- Vous ne pouvez pas utiliser une société que vous contrôlez pour acheter une action détenue par votre société.
- Votre société ne peut pas acheter une de vos actions.

Le Vieux Manuel

# 8 Financement

## Emprunt et remboursement

Pour emprunter ou rembourser un prêt bancaire, sélectionnez l'option **Financier** dans le menu Actions. Sélectionnez ensuite l'option **Emprunt/Remboursement de Prêt Bancaire** dans la fenêtre.

Vous verrez s'afficher les informations suivantes:

- *Prêt total*. Le montant total du prêt à votre société.
- *Intérêts mensuels*. Les intérêts mensuels que votre société doit payer.
- *Limite du crédit*. Le montant maximum que votre société peut actuellement montant est déterminé par deux facteurs: les fonds propres et la rentabilité de votre société.
- *Taux d'intérêt*. Le taux d'intérêt en vigueur, qui peut varier.

Deux séries de compteurs et de boutons sont affichés sous ces informations, un pour les emprunts et l'autre pour les remboursements. Pour emprunter ou rembourser un prêt, déterminez le montant souhaité et appuyez sur le bouton **Emprunt** ou **Remboursement.**

**NOTE:** Le taux d'intérêt de votre prêt est variable. Le montant des intérêts que votre société paiera augmentera ou diminuera en fonction du taux d'intérêt en vigueur.

## Manque de fonds et faillite

Si votre société se trouve à court de fonds, une fenêtre s'affiche en relief et vous devrez choisir une des actions suivantes:

- Contracter un prêt bancaire
- Emettre de nouvelles actions
- Vendre des actions
- Fermer des entreprises
- Déclarer une faillite

Le vieux Manuel

Lorsque vous décidez de vous procurer des fonds en souscrivant un prêt bancaire, et en émettant ou en vendant des actions, vous êtes dirigé vers le menu correspondant pour effectuer la transaction. Pour obtenir de plus amples informations, consultez les rubriques "Emprunt et Remboursement" pages 8-0, "Emission de Nouvelles Actions" pages 7-3, et "Achat et Vente au Public" pages 7-2.

Si vous décidez de fermer une ou plusieurs entreprises, vous reviendrez à l'écran normal de jeu en utilisant les boutons principaux au centre de l'écran, qui seront remplacés par les boutons **Fermer** et **Fait**. Pour fermer une entreprise, sélectionnez-la sur la carte et appuyez sur le bouton **Fermer**. L'entreprise sera fermée et le terrain sera vendu. Si la vente du terrain rapporte la somme dont vous avez besoin, appuyez sur le bouton **Fait** pour terminer.

Si vous avez épuisé tous les moyens de vous procurer des fonds et que vous ne pouvez toujours pas faire face à vos obligations financières, votre société est alors confrontée à sa dernière infortune: la faillite. Lorsque votre société déclare faillite, toutes ses entreprises sont fermées et le terrain est vendu. Un rapport indique les fonds restants après la vente de tous les terrains et de toutes les actions détenues par votre société. S'il reste des fonds, ils seront utilisés pour rembourser l'emprunt bancaire. S'il reste des fonds après le remboursement de l'emprunt bancaire, ils seront distribués aux actionnaires.

Si votre société est mise en faillite, vous perdez le jeu. Le Rapport de Faillite sera affiché, suivi du Rapport de Score Final, qui indique votre score final, et le jeu sera terminé.

Le Vieux Manuel

# 9 Management Personnel

Vous pouvez recruter un président pour votre société et le laisser s'occuper de la gestion quotidienne de vos entreprises. Vous vous libérerez ainsi des opérations ennuyeuses de gestion de base, et vous pourrez vous concentrer sur la planification à l'échelle de la société.

## Recruter un Président

Pour recruter un président, procédez de la manière suivante:

1. Ouvrez le Rapport personnel et allez à la section Carrière.

2. Sélectionnez la personne que vous voulez embaucher et cliquez sur le bouton Embaucher. Si cette personne est intéressée, elle demandera un certain salaire. Si vous acceptez ses conditions, la transaction sera conclue.

### Facteurs affectant le salaire prévu

Les facteurs suivants affectent le salaire prévu:

- *La compétence de la personne.* Plus elle sera compétente, plus le salaire demandé sera élevé.
- *La préférence de la personne en matière de salaire.* Chacun a des attentes différentes en ce qui concerne son salaire. Cette préférence n'est toutefois pas présentée sur le rapport, vous devez l'estimer en vous fondant sur votre expérience.
- **La rentabilité de la société.** Une personne attendra une offre de salaire plus élevée d'une société très rentable.
- **L'attitude de la personne envers vous.** Quelqu'un qui ne vous aime pas ne travaillera pour vous que si vous lui offrez un salaire supérieur à la moyenne.

Le vieux Manuel

### Attitude

L'attitude d'une personne envers vous s'améliorera si elle travaille pour votre société.

Elle empirera si:

- Vous refusez une demande d'augmentation.
- Vous résiliez son contrat.
- Elle démissionne.

### Demande d'augmentation de salaire

Si votre président pense qu'il ou elle mérite une augmentation, vous verrez s'afficher une demande d'augmentation. Si vous refusez cette demande, deux possibilités peuvent en résulter:

- Il/elle reste dans la société

  Si votre président est un ami proche (son attitude envers vous est très bonne), il pourra rester dans la société, mais sera mécontent, et son attitude envers vous sera affectée.

- Il décide de démissionner

  Si votre président ne vous aime pas particulièrement, il peut décider de démissionner.

La fréquence de ces demandes d'augmentation dépend de la personnalité. Certaines personnes demanderont une augmentation sans se poser de question dès que leur salaire actuel sera inférieur à leurs attentes. D'autres ne demanderont une augmentation que lorsque leur salaire actuel sera très nettement inférieur à leurs attentes.

### Démission

Votre président peut poser sa démission pour monter sa propre société, ou pour des raisons personnelles. Vous pouvez lui offrir un salaire plus élevé, ou le laisser partir. Les risques de démission sont réduits si votre président a une attitude positive envers vous.

### Licenciement

Pour résilier le contrat de votre président, ouvrez la section Carrière du Rapport personnel et cliquez sur le bouton **Licencier.**

Vous versez un mois de salaire et un dédommagement pour rupture de contrat à votre président si vous mettez fin à son emploi dans la société. Le dédommagement est calculé en multipliant le salaire hebdomadaire par le nombre d'années de service dans votre société.

En cas de licenciement, une personne peut éprouver du ressentiment envers vous. Toutefois, si le licenciement est dû à des difficultés financières de la société, le degré de ressentiment est moindre.

## Déléguer la gestion de vos entreprises au Président

Vous pouvez laisser le président gérer vos entreprises. Affichez une de vos entreprises en Mode Informations, vous verrez deux nouveaux boutons sur la zone du résumé de l'entreprise. Cliquez sur le bouton du **Président** pour lui confier la gestion de l'entreprise. Cliquez sur le bouton **DG** pour gérer l'entreprise vous-même. Cliquez avec le bouton droit sur un des deux boutons pour confier au président ou à vous-même la gestion de toutes les entreprises selon les filtres en cours. Par exemple, mettez le filtre Entreprise sur "usine" (voir "Filtres de Carte"

Le vieux Manuel

pages 3-6) et cliquez sur **Président** avec le bouton droit: il gérera alors toutes vos usines. Si aucun filtre n'est activé, cliquez avec le bouton droit pour confier la gestion à votre président ou vous en occuper vous-même.

## Responsabilités du Président

Le président est responsable de la gestion quotidienne de vos entreprises, mais n'a pas de pouvoir pour mettre en place ou fermer des unités fonctionnelles.

- *Grand magasin*
  Le président détermine le prix de vente des produits, organise la publicité, cherche de meilleurs fournisseurs, arrête les achats si le coût est plus élevé que le prix de vente, et assure la formation si nécessaire.
- *Exploitation agricole*
  Le président détermine le prix de vente des produits, et assure la formation si nécessaire.
- *Usine*
  Le président détermine le prix de vente des produits, cherche de nouveaux fournisseurs en cas de rupture d'approvisionnement de matières premières, et assure la publicité et la formation si nécessaire.
- *Centre de recherches*
  Le président décide quels sont les produits qui devront faire l'objet de recherches et le budget alloué à la formation.
- *Mine, puits de pétrole, et exploitation forestière*
  Le président détermine le prix de vente des matières premières et assure la formation si nécessaire.

La personnalité de votre président affecte le volume de publicité et de formation et la préférence accordée aux filiales de votre société pour l'achat de produits (voir "Personnalité" pages 9-7).

## Politiques du Président

Vous pouvez fixer le nombre de politiques que votre président doit suivre dans la gestion de vos entreprises. Pour fixer ces politiques, allez dans la section **Carrière** du **Rapport personnel**. Vous y trouvez les informations suivantes.

### *Politique de prix du Président*

Si vous laissez votre président gérer vos entreprises, les prix des produits seront fixés selon les fluctuations du marché. Vous pouvez demander à votre président d'appliquer votre politique préférée. Celle-ci peut être l'une des suivantes:

- *Politique de prix normale.* Le président ajuste les prix des produits pour que leur évaluation globale soit proche de celle des concurrents.
- *Politique de prix agressive.* Le président ajuste les prix des produits pour que leur évaluation globale soit supérieure de 10 points environ à celle des concurrents.
- *Politique de prix très agressive.* Le président ajuste les prix des produits pour que leur évaluation globale soit supérieure de 20 points environ à celle des concurrents.

Le Vieux Manuel

Toutefois, si la demande pour un produit est plus forte que l'offre, le président augmentera le prix en ignorant la politique de prix en vigueur. S'il y a goulot d'étranglement sur l'offre, une réduction des prix n'engendre qu'une augmentation de la demande, mais sans progression des ventes.

Choisissez une politique de prix agressive ou très agressive uniquement si vous voulez déclencher une guerre des prix avec vos concurrents. Elle réduira fortement les marges bénéficiaires de toutes les parties impliquées. Elle n'est payante que si vous réussissez à chasser vos concurrents du marché et à profiter du monopole.

### *Modification de la Vente interne*

Si l'option choisie est **Oui**, votre président modifie pour vous les paramètres de la vente interne de vos produits.

### *Recherche de meilleurs fournisseurs*

Cette option détermine si votre président doit rechercher de meilleurs fournisseurs pour vos unités d'achats. Cependant, les types de produits achetés ne sont pas modifiés. Si l'option choisie est **Fournisseurs internes**, votre président recherche de meilleurs fournisseurs dans vos entreprises uniquement. Si l'option choisie est **Fournisseurs quelconques**, votre président ne prête pas attention aux propriétaires des entreprises fournisseurs et choisit le meilleur fournisseur disponible.

### *Rechercher de meilleurs produits à vendre dans les magasins*

Si l'option choisie est Oui, votre président tente de changer les types de produits vendus dans vos magasins pour maximiser vos profits.

## Compétence

Si vous réglez le Niveau de Compétence des Concurrents dans le menu des Réglages du Nouveau Jeu, les joueurs contrôlés par l'ordinateur seront compétents dans les domaines suivants:

- Secteur du détail
- Secteur agricole
- Fabrication
- Recherche & Développement
- Production de matières premières

Si quelqu'un est très compétent dans ces domaines, les entreprises gérées par cette personne disposent d'unités de niveau supérieur. Pour chaque niveau de compétence de 20 points, les unités progressent d'un niveau. Par exemple, si le niveau de compétence en fabrication d'un dirigeant est de 40 points, toutes les unités fonctionnelles créées dans ses usines commenceront au niveau 3.

Le vieux Manuel

- Publicité

Si une personne est très compétente en matière de publicité, elle engendrera une meilleure notoriété de la marque. Le résultat double si le niveau de compétence en publicité est de 100.

- Formation

Si une personne a des compétences dans la formation du personnel, il apprendra plus vite si la formation est dirigée par cette personne. L'efficacité double lorsque le niveau de compétence en formation atteint 100.

Les compétences d'un individu sont affichées dans la section Compétences du Rapport personnel.

### Déléguer des Entreprises à un Président compétent

Si vous confiez la gestion d'une entreprise à un président et qu'il est compétent pour gérer cette entreprise, le niveau des unités fonctionnelles dans l'entreprise augmentera. Par exemple, si vous avez une unité de fabrication de niveau 3, en déléguant l'usine à un président dont les compétences en fabrication sont de 40 points, le niveau de l'unité de fabrication passera à 5 (3+2).

Si le président abandonne la gestion de vos entreprises, les unités fonctionnelles reviendront à leur niveau d'origine, mais ceci n'affectera pas les progrès réalisés grâce à la formation.

#### *Délégation de Centres de Recherches*

Si vous confiez la gestion de vos centres de recherches à un dirigeant ayant de bonnes compétences dans ce domaine, les nouveaux projets progresseront mieux que prévu. Mais les projets déjà en cours ne profiteront pas des compétences du nouveau président.

Si le président abandonne la gestion des centres de Recherches, les progrès technologiques prévus reviennent au niveau d'origine.

## Personnalité

Chaque joueur contrôlé par l'ordinateur a une personnalité. Les informations sont affichées dans la section Personnalité du Rapport personnel.

### Caractère

L'aspect le plus important de la personnalité est le caractère. Cet attribut principal peut être un des suivants:

- *Conservateur.* La principale préoccupation d'un dirigeant conservateur est la sécurité. Toute expansion doit être soigneusement préparée, et n'avoir lieu que si les activités en cours sont rentables, et si les réserves de trésorerie de la société sont suffisamment élevées pour que la personne se sente en confiance.
- *Modéré.* Une personne de caractère modéré est toujours ouverte aux occasions qui se présentent, mais elle n'agit que si elle a confiance. Elle accordera toujours beaucoup d'importance à la rentabilité et aux réserves de trésorerie de la société avant toute tentative d'expansion, mais moins qu'une personne conservatrice.

Le vieux Manuel

- *Agressif.* Attendez-vous à ce qu'une société contrôlée par un PDG agressif connaisse une expansion implacable, car il ne se souciera ni de la rentabilité, ni de la trésorerie ou des activités en cours. Un dirigeant agressif ne craint pas la concurrence et n'hésitera pas à attaquer dès que le marché sera intéressant.
- Très agressif. Un dirigeant très agressif voudra toujours développer la société dans tous types d'activités. Il s'intéressera à toutes sortes d'activités, car son objectif est de contrôler tous les marchés mondiaux.

## Préoccupations

En plus de l'attribut principal du caractère, l'intérêt d'un dirigeant pour d'autres sujets peut aussi vous donner des indications sur son style de gestion. Son attitude sur un sujet particulier est évaluée entre 0 et 100. La liste des domaines d'intérêt particuliers sont indiqués ci-dessous.

Certains ne s'appliquent qu'aux PDG et aux présidents, et non aux investisseurs indépendants. Les personnes concernées par ces sujets d'intérêt sont affichées entre parenthèses.

- *Investir dans la Recherche et le Développement (DG & Président)*

  Un haut niveau d'intérêt ici indique une personne qui investira fortement en R&D. Un chiffre faible signifie que la personne est conservatrice en matière de R&D.

- *Investir dans la Formation et le Nouvel Outillage (DG & Président)*

  Si cette personne pense qu'il est nécessaire de consacrer des ressources à la formation du personnel et à l'achat de nouvel outillage.

- *Fréquence de Modernisation des Outils de Production (DG & Président)*

  Un haut niveau d'intérêt dans ce domaine indique que cette personne modernisera les outils de production dès qu'une meilleure technologie de production sera disponible. Un chiffre faible signifie que cette personne ne modernisera les outils de production que si la technologie de production s'est sensiblement améliorée.

  Le perfectionnement des outils de production peut améliorer la qualité des produits, mais entraîne aussi une baisse du niveau des unités fonctionnelles. Il n'y a donc jamais de taux optimal pour améliorer les outils de production.

- *Dépenses en Publicité (DG & Président)*
- Indique si cette personne dépensera agressivement en publicité.
- *Distribution de Dividendes (DG, Président, & Investisseur Indépendant)*

  Un niveau d'intérêt élevé indique que cette personne versera des dividendes généreux aux actionnaires.

- *Investissement en bourse (DG)*

  Un niveau élevé indique que la personne aime investir en bourse, et qu'elle pourrait spéculer encore plus sur ses placements.

- *Prise de contrôle de la société et Fusion (DG)*

  Un chiffre élevé en ce domaine vous indique que votre société se trouvera en danger si cette personne s'intéresse à votre société.

Le vieux Manuel

- *Consolider les participations de la société (DG)*

  Un haut niveau d'intérêt signifie que cette personne a fortement conscience du besoin de consolider la participation de la société.

- *Supporter des pertes pour éviter les licenciements (DG)*

  Un niveau d'intérêt élevé indique que cette personne est un bon employeur, et hésitera à fermer des entreprises ou à licencier du personnel.

- *Achat de produits aux entreprises internes (DG et Président)*

Un niveau d'intérêt élevé indique que la société de cette personne achètera toujours des produits à ses propres entreprises, même si ceux des autres fournisseurs sont meilleurs.

## Techniques avancées de gestion

Veuillez suivre la procédure ci-dessous:

1. Ajoutez les plans d'implantation de vos entreprises dans la Bibliothèque des Plans d'Implantation. Assurez-vous que chaque unité fonctionnelle est bien opérationnelle avant d'ajouter le plan à la bibliothèque.
2. Mettez en place une nouvelle entreprise, et appliquez un des plans d'implantation de la bibliothèque à l'entreprise.
3. Déléguez la gestion de l'entreprise à votre président.

   En utilisant cette technique, vous réduirez au minimum votre charge de gestion d'exploitation. Ceci est particulièrement utile pour les usines, car votre président achètera toutes les matières premières nécessaires, et vous n'aurez pas besoin de chercher vous-même des fournisseurs.

Le vieux Manuel

# 10 Entreprises

## Magasin

| | |
|---|---|
| Coût de mise en place | $1.000.000 |
| Coûts mensuels | $100.000 |

Vous pouvez mettre en place les unités suivantes dans un magasin:

- Unité d'achat (voir page 11-18)
- Unité de stock (voir page 11-5)
- Unité de marque distributeur (voir page 11-16)
- Unité de ventes (voir page 11-25)
- Unité de publicité (voir page 11-1)

Les unités d'achat et de vente sont les plus courantes dans les magasins. Avec une unité de chaque type, vous pouvez former une équipe simple d'achat et de vente. L'exemple de droite montre une équipe achetant des jeans à un fabricant pour les revendre aux consommateurs.

Vous pouvez également mettre en place:

- Une *unité de stock* pour stocker des produits et alimenter le magasin en marchandises lorsqu'une fluctuation de l'offre ou de la demande risque de provoquer une rupture de stock (à droite).
- Une *unité de publicité* pour gérer la publicité de vos produits sur les télévisions ou les journaux locaux (n'est pas présentée).
- Une unité de marque distributeur pour convertir les produits fabriqués sous une autre marque à votre propre marque (présentée à droite).

Le vieux Manuel

### Choix du lieu

Pour choisir le lieu d'implantation d'un magasin, vous devez tenir compte des facteurs suivants:

- *Force des concurrents dans la ville.* Tout d'abord, vous devez savoir quels sont les produits que vous envisagez de vendre. Il est conseillé de construire votre magasin dans une ville où la concurrence est relativement faible.
- *Population de la ville.* La population de la ville affecte directement la demande totale de produits offerts par votre magasin.
- *Prix du terrain.* Le prix du terrain peut varier considérablement. Le terrain en zone urbaine est toujours beaucoup plus cher qu'en zone rurale. De même, les terrains situés près du centre ville sont plus chers que ceux qui sont plus éloignés. Malgré le prix, il est logique d'implanter un magasin près de la ville, car c'est la garantie d'une vaste clientèle.
- Coût du transport des produits des fournisseurs. Vous devez estimer le coût du transport des produits jusqu'à votre magasin. Pour les produits ayant un rapport poids/valeur important, essayez d'ouvrir votre magasin dans une ville assez proche de vos fournisseurs. Sinon, le coût du transport pourrait sérieusement affecter la rentabilité de votre entreprise.
- Disponibilité des terrains à bâtir près du centre ville. Enfin, la disponibilité des terrains près du centre ville est un critère important. La clientèle atteint son maximum dans le centre ville, et elle est inférieure en périphérie. Si la plupart des emplacements du centre ville sont déjà occupés par vos concurrents, vous devrez installer votre magasin sur un site moins favorable et vous serez désavantagé dès le début.

## Usine

| | |
|---|---|
| Coût de mise en place | $1.500.000 |
| Coût mensuel | $100.000 |

Les unités disponibles dans les usines sont les suivantes:

- Unité d'achat (voir page 11-18)
- Unité de ventes (voir page 11-25)
- Unité de stock (voir page 11-5)
- Unité de publicité (voir page 11-1)
- Unité de marque distributeur (voir page 11-16)
- Unité de fabrication (voir page 11-11)

Pour vous aider à mieux comprendre la fonction de base de chaque unité dans une usine, un exemple est fourni ci-dessous.

L'exemple de gauche montre l'implantation d'une usine de pulls:

L'unité d'achat achète la matière première, la laine, qui est ensuite transférée vers l'unité de fabrication, qui la stocke. Lorsque l'unité de fabrication dispose de toutes les matières premières dont elle a besoin, elle commence à confectionner des pulls. Les produits finis sont ramenés vers l'unité de vente et prêts à être commercialisés.

Le vieux Manuel

Après quelques mois d'opération, vous constaterez peut-être que vos approvisionnements en laine sont irréguliers, à cause des fluctuations saisonnières affectant les fournitures de laine. Pour résoudre ce problème, mettez en place une unité de stock entre l'unité d'achat et l'unité de fabrication (présentée à droite).

L'unité de stock est un tampon: elle stocke la laine quand les fournitures disponibles sont supérieures à la capacité de transformation en pulls. Lorsqu'il y a réduction des approvisionnements en laine, les fournitures sont prélevées dans l'unité de stock pour que l'usine puisse continuer à fonctionner.

L'unité de stock contribue à la rentabilité de la société en maintenant l'usine opérationnelle toute l'année, et pas seulement pendant la saison de la tonte de la laine.

Vous disposez désormais d'une réserve constante de matières premières, et vous avez besoin d'une demande constante du produit fini pour rentabiliser votre usine. Pour stimuler la demande, vous pouvez faire une grande campagne publicitaire dans la ville par le biais de la télévision ou des journaux.

Pour faire de la publicité pour vos pulls, vous devez d'abord mettre en place dans l'usine une unité de publicité. Reliez ensuite cette unité de publicité à l'unité de fabrication ou à l'unité de vente pour identifier le produit que vous voulez promouvoir (comme nous le présentons à droite). Cliquez sur l'unité de publicité. Sélectionnez ensuite le bouton **Relier Entreprise de médias** et choisissez une télévision ou un journal qui fera de la publicité pour votre produit. Dès que la campagne publicitaire débutera, la notoriété de la marque et les ventes de votre produit augmenteront.

Une unité de marque distributeur peut convertir les produits d'autres marques à votre marque (voir l'image à gauche). Si vous ne voulez plus fabriquer vous-même des produits, vous pouvez apposer votre propre marque à une marque moins populaire. Ceci vous évite d'avoir à gérer des lignes de production, et vous permet de vous concentrer sur le marketing.

## Centre de Recherches & de Développement

| | |
|---|---|
| Mise en place | $1.500.000 |
| Coût mensuel | $100.000 |

Vos produits doivent être de bonne qualité pour être compétitifs. Le moyen le plus efficace pour améliorer la qualité de vos produits est d'investir dans la recherche (R&D) pour développer de nouvelles technologies et proposer les meilleurs produits.

La mise en place et l'entretien des centres de recherches coûtent très cher. Les sociétés qui ont des difficultés financières risquent de ne pas vouloir les mettre en place immédiatement. Mais il ne faut pas reporter leur construction trop longtemps, car les améliorations dues à la recherche conduiront à une augmentation des ventes et des bénéfices. Les investissements dans la recherche permettent de prévoir les besoins en développement des produits de meilleure qualité, pour conserver votre avance sur la concurrence.

La mise en place d'un centre de recherches est une opération simple comparée à d'autres entreprises, car il vous suffit de créer une unité de R&D. Vous pouvez utiliser plusieurs stratégies pour vos recherches (voir "Unité de Recherche & Développement" pages 11-21).

Le Vieux Manuel

## Exploitation agricole

| | |
|---|---|
| Coût de mise en place | $1.000.000 |
| Coût mensuel | $100.000 |

Dans une exploitation agricole, les unités suivantes sont disponibles:

- Unité agricole (voir page 11-3)
- Unité d'élevage (voir page 11-6)
- Unité agro-alimentaire (voir page 11-8)
- Unité de stock (voir page 11-5)
- Unité de vente (voir page 11-25)
- Unité de publicité (voir page 11-1)

Dans une exploitation agricole, vous pouvez choisir la culture et l'élevage. Pour planter des cultures, mettez en place une unité agricole et une unité de vente, puis reliez-les, comme le montre l'exemple à droite:

Sélectionnez ensuite le type de culture pour l'unité agricole, qui transférera plus tard la récolte vers l'unité de vente.

Pour élever des animaux dans une exploitation agricole, mettez en place les unités affichées à droite:

Sélectionnez le type d'élevage pour l'unité d'élevage, et le produit dans l'unité agro-alimentaire de transformation des produits d'élevage. Les unités sont opérationnelles immédiatement.

**NOTE:** Ne mettez pas le jeu en pause pendant cette opération, car cela empêcherait l'unité agro-alimentaire de transformation d'obtenir des informations de l'unité d'élevage, ce qui signifie que vous ne verrez pas les choix correspondants quand vous sélectionnerez le produit à transformer.

## Mines, puits de pétrole et exploitations forestières

| | |
|---|---|
| Coût de mise en place | Mine: $5.000.000 |
| | Puits de pétrole: $5.000.000 |
| | Exploitation forestière: $1.500.000 |
| Coût mensuel | Mine: $300.000 |
| | Puits de pétrole: $300.000 |
| | Exploitation forestière: $100.000 |

Ces trois entreprises produisent toutes des matières premières, mais chacune est spécialisée dans un domaine précis. Le paragraphe suivant vous indique comment les mettre en place.

### Production de matières premières

Vous devez d'abord trouver un site disposant de gisements de ressources naturelles. Si vous avez des difficultés à trouver ces ressources, cliquez sur le bouton de la **Carte des Ressources**

Le vieux Manuel

pour voir toutes les réserves naturelles (le troisième bouton de la rangée centrale en haut de l'écran. Il se trouve entre les boutons des **cartes "régionale"** et "détaillée").

Installez ensuite le type d'exploitation correspondante de la manière suivante:

- Pour le bois, construisez une exploitation forestière.
- Pour l'aluminium, le charbon, les minerais, l'or, le fer et la silice, construisez une mine.
- Pour le pétrole, construisez un puits de pétrole.

Comme vous le savez, les entreprises ne fonctionneront pas tant que les unités correspondantes ne seront pas mises en place. Installez d'abord l'unité responsable de la production de matières premières. Chaque site d'exploitation nécessite un type d'unité différent pour l'extraction des matières premières, comme indiqué ci-dessous:

- Exploitation forestière - unité d'exploitation forestière
- Mine - unité minière
- Puits de pétrole - unité d'extraction de pétrole

Une fois cette unité mise en place, elle commencera à produire des matières premières. Pour les vendre, ajoutez une unité de vente et reliez les deux unités (comme indiqué à droite). Vous disposez maintenant d'un site d'exploitation de matières premières.

## Télévisions et journaux

Dans chaque ville, il y a toujours une chaîne de télévision ou un journal au début du jeu. De nouvelles chaînes et journaux apparaissent périodiquement.

Vous ne pouvez pas mettre en place des chaînes de télévision ou des journaux, mais vous pouvez les utiliser pour faire de la publicité pour vos produits. Les procédures pour lancer une campagne de publicité sont décrites dans "Unité de Publicité" , pages 11-1. Ce paragraphe aborde les informations concernant les médias.

### Détails de l'entreprise

Sélectionnez une chaîne de télévision ou un journal pour voir les informations concernant cette entreprise dans la partie inférieure droite de l'écran.

Le graphique affiché dans le coin supérieur gauche montre la part de chaque annonceur au cours du dernier mois. Les couleurs vous permettent de savoir quelles sociétés ont acheté certaines tranches horaires. La courbe à côté du graphique indique les points d'évaluation du média au cours des 12 derniers mois.

Sous le graphique et la courbe, vous verrez plusieurs statistiques utiles sur le média concerné:

- *Population de la ville.* La population de la ville dans laquelle se trouve la chaîne de télévision ou le journal.
- *Couverture.* Le nombre de personnes pouvant recevoir un message publicitaire à la télévision ou dans le journal.
- *Audience.* Le nombre de personnes qui ont reçu au moins une fois, au cours du dernier mois, le message publicitaire à la télévision ou dans le journal.
- *Points d'évaluation.* Un pourcentage calculé en divisant l'audience par la couverture.
- *Coût par publicité.* Le coût d'une publicité sur le média choisi.
- *Coût par mille.* Le coût pour exposer 1.000 personnes à un message publicitaire.

Le Vieux Manuel

# 11 Unités fonctionnelles commerciales

## Unité de publicité

| | |
|---|---|
| Mise en place | Magasin, usine ou exploitation agricole |
| Coût de mise en place | $5.000 |
| Ouvriers nécessaires | 1 |

Une unité de publicité est chargée de contacter les médias (chaînes de télévision et journaux) et d'organiser la publicité. Les paragraphes suivants décrivent les opérations de base de l'unité. Pour de plus amples informations sur la publicité, voir "Publicité", pages 5-9.

### Promouvoir un produit

Pour promouvoir un produit, procédez de la manière suivante:

1. Reliez l'unité de publicité à une autre unité disposant d'un produit. Si vous la reliez à une unité de vente, elle fera de la publicité pour le produit vendu par cette unité.
2. Cliquez sur le bouton **Relier l'entreprise de médias** pour sélectionner le média (télévision ou journal) sur lequel vous ferez de la publicité pour votre produit. Choisissez un média et cliquez sur le bouton **Relier**.
3. Déterminez le budget publicitaire mensuel par produit en cliquant sur le potentiomètre Dépenses Mensuelles. Plus votre budget sera élevé, plus votre message sera diffusé fréquemment, et plus le public sera sensibilisé rapidement à votre produit.

### Situer le média choisi

Pour savoir quelle est l'audience du média choisi, activez le mode liaison de la carte et sélectionnez l'unité de publicité. La ligne reliant le média et l'entreprise concernée vire au rouge, alors que les autres lignes restent bleues. Pour examiner le média choisi, double-cliquez dessus.

Le Vieux Manuel

### Détails de l'unité

Lorsqu'une unité de publicité active est sélectionnée, les détails affichés contiennent les informations suivantes:

- *Coût d'une annonce.* Coût d'une annonce sur le média.
- *Coût par mille.* Coût pour exposer 1.000 personnes de l'audience cible à un message publicitaire.
- *Points d'évaluation.* Cette mesure indique les tranches d'audiences potentielles qui reçoivent des messages d'un média spécifique. Un point d'évaluation équivaut à 1 % de l'audience potentielle d'un média spécifique. Il est calculé en divisant l'audience par la couverture.
- *Audience/Population.* Pourcentage de la population qui reçoit le message, calculé en divisant l'audience par la population.
- *Fréquence quotidienne.* Fréquence journalière d'exposition de l'audience cible à une publicité. Si vous augmentez le budget, la fréquence quotidienne augmentera en conséquence.
- *Fréquence mensuelle.* Fréquence mensuelle d'exposition de l'audience cible à une publicité.

### Case d'informations sur l'unité

Vous verrez à droite les informations concernant l'unité de publicité.

### Niveau de l'unité

Comme le travail d'une unité de publicité est de contacter les médias et d'organiser la publicité, son expérience n'affecte pas le résultat des campagnes publicitaires. Donc, contrairement aux autres unités, le niveau d'une unité de publicité n'augmente pas pendant le jeu.

## Unité agricole

| | |
|---|---|
| Miseen place dans | Exploitation agricole |
| Coût de mise en place | $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 16 |

Les unités agricoles plantent et récoltent des cultures. Une fois que vous avez indiqué la culture à implanter à une unité agricole, elle se chargera de la cultiver, de la récolter et de stocker cette récolte.

### Cultures

Pour choisir le type de culture, cliquez sur le bouton *Cultiver*, dans la fenêtre des détails sur l'unité. Un menu vous permet alors de sélectionner la culture de votre choix. Le menu vous indiquera le climat et la pluviosité, ainsi que les mois de semis et de récolte pour chaque culture, ainsi que le climat, la pluviosité et la fertilité de l'exploitation agricole. En comparant ces deux tableaux, vous pourrez mieux choisir les cultures adaptées à votre exploitation. Prenez en compte le mois de semis et la saison de la culture. Si vous commencez à cultiver une plante après la date normale, l'unité attendra jusqu'à la période de semis de l'année suivante.

Le vieux Manuel

## Qualité et rendement des cultures

La qualité et le rendement des cultures sont affectés par le climat, les précipitations et la fertilité du sol. Certaines cultures poussent mieux dans des climats chauds, d'autres demandent beaucoup de pluie. Le choix de la bonne culture au bon endroit est le secret d'une bonne qualité et d'un fort rendement.

**REMARQUE:** La qualité et le rendement des cultures seront également plus élevés si elles sont cultivées par une unité agricole de niveau supérieur.

La qualité et le rendement des cultures sont déterminés par les facteurs suivants:

- *Climat.* Le climat convient-il à cette culture?
- *Pluviosité.* Les pluies sont-elles suffisantes pour ce type de culture?
- *Fertilité du sol.* La fertilité du sol est-elle satisfaisante?
- *Niveau de l'unité.* Plus le niveau de l'unité sera élevé, plus la qualité et le rendement des cultures seront affectés.

Pour en savoir plus sur les conditions optimales de climat et de pluviométrie pour une culture spécifique, consultez le Guide de l'agriculteur (voir pages 6-3).

## Détails de l'unité

Quand vous sélectionnez une unité de culture active, les informations suivantes sont affichées:

- *Quantité.* Quantité stockée par l'unité.
- *Qualité.* Evaluation de la qualité.
- *Jours de croissance.* Nombre de jours écoulés depuis qu'une culture a été implantée.

## Case d'informations sur l'unité

La fenêtre d'informations de l'unité de culture dans la zone d'implantation contient les informations suivantes:

- *Nom de la culture.* Culture en cours.
- *Récolte engrangée.* Les récoltes sont stockées dans des granges. Les cultures engrangées sont représentées par des boîtes dans la case d'informations. Le nombre de boîtes augmente ou diminue en fonction des récoltes et de la vente.
- *Progrès de croissance.* Indicateur de la croissance des cultures. Lorsque cette barre est au maximum, c'est le moment de la récolte.

Le vieux Manuel

### Niveau de l'unité

La capacité d'une unité de culture s'améliore quand son niveau augmente.

Le tableau ci-joint vous indique le rapport entre les deux:

| Niveau de l'unité | Capacité |
|---|---|
| 1 | 100% |
| 2 | 150% |
| 3 | 200% |
| 4 | 250% |
| 5 | 300% |
| 6 | 350% |
| 7 | 400% |
| 8 | 450% |
| 9 | 500% |

## Unité de stock

| | |
|---|---|
| Mise en place | Tous types d'entreprise sauf R&D |
| Coût de mise en place | $50.000 |
| Ouvriers nécessaires | 1 |

Les unités de stock fournissent le stockage nécessaire à de grandes quantités de matières premières ou de produits finis.

Si la plupart des entreprises peuvent fonctionner sans unité de stock, elle constitue un soutien logistique efficace pour toute l'entreprise. La capacité de l'unité de stock est plusieurs fois supérieure à celle des autres unités, mais son coût d'exploitation est plusieurs fois inférieur. Voici une présentation détaillée d'une unité de stock:

### Pourquoi garder des stocks?

Il existe deux raisons essentielles qui conduisent les sociétés à conserver des stocks: Les stocks prévisionnels et intermédiaires.

- *Stocks prévisionnels*

  Une entreprise conserve des stocks en prévision d'une augmentation future de la demande. Au lieu de fonctionner à plein pendant une période donnée et de fermer pendant la période suivante, elle pourra accumuler des stocks prévisionnels en prévision d'une période où la demande est forte.

- *Stocks intermédiaires*

  Un stock intermédiaire permet de se protéger des augmentations soudaines et imprévues de la demande. Tout stock excédentaire par rapport à la demande moyenne est considéré comme stock intermédiaire. De gros stocks intermédiaires permettent aux sociétés de continuer à fournir leur clientèle pendant des périodes d'augmentation imprévue de la demande.

Le Vieux Manuel

### Détails de l'unité

Lorsqu'une unité de stock est sélectionnée, les informations suivantes sont affichées:

- *Coût + Fret*. Coût du produit et du fret.
- *Quantité*. Quantité stockée dans l'unité.
- *Qualité*. Evaluation de la qualité du produit.
- *Marque*. Evaluation de la marque.

**REMARQUE:** La barre de couleur affichée sous l'image du produit indiqué correspond à la société propriétaire de la marque.

### Case d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations de l'unité de stock contient les informations suivantes:

- *Nom du produit*. Produit stocké par l'unité.
- *Produit en stock*. Stock actuel

Chaque case représente une unité de fret du produit. Chaque unité de fret peut stocker un nombre variable d'unités de produit. Pour certains produits de coût élevé, comme les voitures, une unité de fret ne contiendra que quelques unités de produit. Pour les produits bon marché, par exemple le shampooing, une unité de fret pourra stocker plusieurs milliers d'unités du produit. La valeur de chaque unité de fret est à peu près la même.

### Niveau de l'unité

Comme une unité de stock permet de stocker des produits, l'expérience de l'unité n'aura pas d'incidence sur la productivité de l'entreprise. Donc, contrairement aux autres unités, le niveau d'une unité de stock n'augmente  pas pendant le jeu.

## Unité d'élevage

| | |
|---|---|
| Mise en place | Exploitation agricole |
| Coût de mise en place | $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 16 |

### Elevage

Pour indiquer à une unité d'implanter un certain type **d'élevage**, cliquez sur le bouton Elevage dans la zone de détails de l'unité. Sélectionnez ensuite le type d'élevage dans le menu. Il indique également les produits que vous pouvez fabriquer à partir de chaque type d'élevage. Après avoir sélectionné un produit, l'unité d'élevage achètera des animaux et commencera le cycle d'élevage.

### Qualité des animaux d'élevage

La qualité des produits d'élevage est déterminée par le niveau de l'unité fonctionnelle. Un niveau plus élevé indique que l'unité dispose d'un outillage plus perfectionné, et que les ouvriers sont plus qualifiés. Les animaux élevés dans ces conditions sont plus sains et de meilleure qualité.

Le vieux Manuel

### Détails de l'unité

Lorsqu'une unité active d'élevage est sélectionnée, les informations suivantes sont affichées:

- *Jeunes animaux.* Nombre de jeunes animaux.
- *Animaux adultes.* Nombre d'animaux adultes.
- *Qualité.* Qualité des animaux.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité d'élevage contient les informations suivantes:

- *Type de bétail.* Le type d'animaux de l'élevage.
- *Animaux jeunes et adultes.* Ces deux rangées indiquent le nombre de jeunes animaux et d'animaux adultes dans l'unité. Les petits grandiront pour devenir des animaux adultes. Selon le type d'élevage, le taux de croissance est différent, avec du plus rapide au plus lent: poulets, moutons, porcs et bovins.

### Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité d'élevage augmentent avec son niveau. Le tableau ci-dessous vous indique le rapport entre ces deux facteurs:

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 120% | 120% |
| 3 | 140% | 140% |
| 4 | 160% | 160% |
| 5 | 180% | 180% |
| 6 | 200% | 200% |
| 7 | 220% | 220% |
| 8 | 240% | 240% |
| 9 | 260% | 260% |

### Unité agro-alimentaire de produits d'élevage

| | |
|---|---|
| Mise en place | Exploitation agricole |
| Coût de mise en place | $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 16 |

Les animaux d'élevage sont élevés dans une unité d'élevage. Ils sont ensuite envoyés vers l'unité agro-alimentaire, qui transforme les produits d'élevage en plusieurs autres produits utiles.

Le vieux Manuel

### Transformation des produits d'élevage

Tout d'abord, reliez l'unité agro-alimentaire et l'unité d'élevage. Une fois la liaison établie, un bouton *Sélection du produit* apparaît. Cliquez sur ce bouton pour activer un menu vous permettant de sélectionner le produit agro-alimentaire à fabriquer. Dès que vous avez sélectionné un produit, l'unité commencera à travailler, et vous verrez les produits dérivés apparaître sous forme de boîtes.

Si la quantité d'animaux d'élevage fournis par l'unité d'élevage reliée est plus faible que la demande de l'unité agro-alimentaire, plus d'animaux sont abattus dans l'unité d'élevage pour satisfaire la demande. Ceci provoque un accroissement immédiat du rendement mais, à long terme réduit le rendement global.

### Qualité des produits agro-alimentaires

La qualité des produits agro-alimentaires est déterminée par la qualité des animaux et le niveau de l'unité agro-alimentaire. En effet, des ouvriers qualifiés et des installations modernes fourniront des produits de meilleure qualité.

### Détails de l'unité

Lorsque vous sélectionnez une unité agro-alimentaire, les informations suivantes sont affichées:

- *Quantité*. Quantité de produits agro-alimentaires.
- *Qualité*. Qualité des produits agro-alimentaires.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations de l'unité agro-alimentaire contient les informations suivantes:

- *Nom du produit*. Produit agro-alimentaire fabriqué.
- *Produits en stock*. Stock actuel dans l'unité.
- *Approvisionnement en animaux et capacité de transformation*. La barre bleue indique l'approvisionnement en animaux, la barre rouge le potentiel de transformation. Si la barre d'approvisionnement est plus courte que celle du potentiel de transformation, l'unité est sous-exploitée et pourrait transformer un plus grand nombre d'animaux en produits agro-alimentaires. Dans ce cas, vous pouvez relier d'autres unités à l'unité agro-alimentaire pour l'exploiter au maximum de son potentiel.

Inversement, si la barre d'approvisionnement est plus longue que celle du potentiel de transformation, l'unité tourne au maximum et ne pourra pas transformer tous les animaux disponibles. Vous devrez dans ce cas probablement mettre en place une nouvelle unité agro-alimentaire pour réduire la charge de travail de l'unité active. Vous pouvez aussi augmenter le budget de formation pour l'unité active, ce qui améliorera sa productivité à long terme.

Le Vieux Manuel

### Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité agro-alimentaire transformant des produits d'élevage augmentent avec son niveau. Le tableau suivant vous indique le rapport entre ces deux facteurs:

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

## Unité de fabrication

| | |
|---|---|
| Mise en place | Usine |
| Coût de mise en place | $300.000 |
| Ouvriers nécessaires | 24 |

### Fabrication d'un produit

Une unité de fabrication est très flexible: elle pourra fabriquer n'importe quel produit si elle est approvisionnée avec les matières premières nécessaires. Par exemple, si du coton est livré à une unité de fabrication, elle produira automatiquement des textiles. Si elle reçoit du blé, elle produira de la farine.

Si vous voulez fabriquer un produit spécifique, vous devez savoir quelles sont les matières premières entrant dans sa fabrication. Le Guide du Fabricant contient les informations sur les matières premières nécessaires pour chaque produit que vous pouvez fabriquer. Vous pouvez consulter ce guide à tout moment dans le menu du jeu, ou en appuyant sur la touche **F1** (pour de plus amples informations, voir "Guide du Fabricant", pages 6-1).

Une fois les matières premières déterminées, vous devez trouver des fournisseurs. Cette opération est généralement plus facile si vous utilisez le filtre de la carte. Activez tout d'abord le "mode profits" de la carte, et choisissez les filtres appropriés. Cliquez sur le bouton de filtre des produits avec le bouton droit de la souris, et sélectionnez la matière première pour voir uniquement les fournisseurs correspondants sur la carte régionale (pour plus d'informations sur la carte et les filtres, voir "Carte du jeu", pages 3-2). Si vous ne trouvez pas de fournisseurs de ces matières premières, vous devrez abandonner votre programme de fabrication du produit, ou créer vous-même un approvisionnement.

Une fois que vous avez réglé le problème de l'approvisionnement en matières premières, vous devez mettre en place des unités d'achat dans l'usine, pour acheter ces matières premières. Reliez les unités d'achat à une unité de fabrication pour lancer la production. Après avoir établi

Le vieux Manuel

les liaisons nécessaires, vous verrez le processus de fabrication des produits s'afficher. Si vous pouvez fabriquer plusieurs produits avec les matières premières spécifiées, un bouton ***Définir* Production** sera affiché dans la fenêtre des détails de l'unité.

### Qualité des produits manufacturés

La qualité des produits manufacturés dépend de deux facteurs:

- La qualité des matières premières
- La technologie de production de l'usine

Pour certains produits, comme les ordinateurs, la qualité est principalement déterminée par la technologie de production. Pour d'autres produits comme les meubles, c'est la qualité des matières premières qui aura plus d'importance pour la qualité du produit. L'importance de ces deux facteurs varie selon les produits (pour de plus amples informations, voir le Guide du Fabricant).

L'évaluation de la qualité est calculée à partir de ces deux facteurs, comme dans l'exemple ci-dessous.

Les informations concernant notre exemple d'unité de fabrication sont indiquées ci-dessous:

- L'unité fabrique des textiles en utilisant du coton comme matière première.
- L'évaluation de la qualité du coton est de 48 points.
- Le ni`veau technologique de production de l'usine est de 30 points pour les textiles.
- Le niveau technologique de production le plus avancé dans le monde est de 100 points.
- La qualité du textile est affectée à 50% par la qualité des matières premières, et à 50% par la technologie de production.

Si vous avez sélectionné cette unité de fabrication dans le mode implantation, vous verrez les informations suivantes:

- Qualité du produit: 39/100

  L'évaluation de la qualité du produit est de 39 points, alors que l'évaluation maximale de la qualité est de 100 points.

- Qualité des matières premières: 24/50

  La qualité des textiles est affectée à 50% par la qualité des matières premières, et la qualité du coton contribue pour 24 points à la qualité globale des textiles (48 x 50% = 24).

- Qualité de production: 15/50

  La qualité des textiles est affectée à 50% par la technologie de production, et la technologie de production contribue pour 15 points à la qualité totale des textiles. Ces points d'évaluation sont calculés en multipliant l'importance du facteur technologie par le niveau technologique de l'usine, divisé par la technologie la plus avancée dans le monde, soit dans ce cas: 50 x 30 / 100 = 15.

- Technologie de production: 30

  Un fort niveau de production ne garantit pas une bonne qualité. Vous n'obtiendrez une bonne évaluation de la qualité de vos produits que si le niveau technologique de votre usine est proche du niveau maximum dans le monde.

  Le niveau technologique maximum commence à 100 points pour chaque produit. Quand un

Le Vieux Manuel

produit de technologie supérieure arrive sur le marché, le niveau le plus avancé est mis à jour en conséquence. Donc, si vous lancez sur le marché un nouveau produit à la technologie sans précédent, cela peut entraîner une baisse du niveau technologique des produits existants.

Vous pouvez améliorer la technologie de production avec la recherche (voir "Centre de recherches et de développement", pages 10-4).

### Amélioration de la qualité du produit

La qualité du produit est déterminée par celle des matières premières et la technologie de production. Vous ne pourrez pas toujours contrôler la qualité des matières premières, car vous les achèterez souvent à des fournisseurs extérieurs. Le développement de la technologie de production est le meilleur moyen d'améliorer la qualité d'un produit. Vous pouvez dans ce but lancer des programmes de recherches dans vos unités de R&D.

Si votre société aboutit dans ses recherches sur un produit spécifique, le niveau technologique de production de ce produit augmentera. Vous pourrez ensuite perfectionner vos unités de fabrication pour qu'elles bénéficient de cette meilleure technologie. Pour perfectionner une unité de fabrication, sélectionnez-la et cliquez sur le bouton ***Perfectionner Tech*** dans la zone des détails de l'unité. Un message vous demandera de confirmer. Dans ce cas, la nouvelle technologie de production sera appliquée à l'unité, améliorant ainsi la qualité des produits manufacturés.

Si le niveau de l'unité est supérieur à 1, un message vous informera que l'amélioration de la technologie de production fera chuter l'unité au niveau inférieur, car les ouvriers devront se familiariser avec le nouvel outillage et les nouvelles techniques de production. Pendant cet apprentissage, leur productivité sera affectée.

### Détails de l'unité

Lorsque vous sélectionnez une unité de fabrication active, les informations suivantes sont affichées:

- Qualité de la production. Evaluation de la qualité de la production.
- Qualité des matières premières. Evaluation de la qualité des matières premières.
- Qualité globale. Evaluation de la qualité globale des produits manufacturés. C'est la somme de l'évaluation de la qualité de production et de celle des matières premières.
- Technologie de production. Niveau technologique de production, qui affecte la qualité de production.

La barre colorée, sous l'image du produit, correspond à la société propriétaire de la marque. Comme l'usine doit fabriquer les produits manufacturés et que la marque doit lui appartenir, la couleur affichée est toujours celle de la société propriétaire de l'usine.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité de fabrication contient les informations suivantes:

- *Nom du produit.* Produit fabriqué par l'unité.
- *Produit en stock.* Stock de produit actuel dans l'unité. Chaque unité de fret peut stocker un nombre variable d'unités de produits. Pour certains de coût élevé, comme les voitures, une unité de fret ne contiendra que quelques unités de produit. Pour les produits bon marché, par

Le vieux Manuel

exemple le shampooing, une unité de fret contiendra jusqu'à plusieurs milliers d'unités. La valeur de chaque unité de fret est à peu près la même.

- *Stock de matières premières.* Stock de matières premières dans l'unité de fabrication, affiché sous forme d'une rangée de lignes. La longueur de chaque ligne indique la quantité de matières premières stockées dans l'unité. Pendant la fabrication, les matières premières doivent d'abord passer dans une unité de fabrication pour être ensuite converties en produits. La fabrication est suspendue dès qu'une des matières premières nécessaires n'est plus disponible. Donc, pour que l'unité puisse opérer avec un maximum d'efficacité, vous devez l'approvisionner régulièrement en matières premières.
- Utilisation. La barre orange indique le taux d'utilisation de l'unité. Si elle atteint sa longueur maximum, l'unité tourne à plein rendement. Elle ne pourra pas fabriquer plus de produits, même si l'offre et la demande augmentent. Si l'unité n'est pas utilisée au maximum de son potentiel, elle sera moins efficace. Une sous-exploitation peut parfois expliquer la mauvaise rentabilité d'une entreprise.

## Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité de fabrication augmentent avec son niveau. Le tableau suivant vous indique le rapport entre ces deux facteurs:

| Niveau d'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

## Le cas du goulot d'étranglement

Voici quelques suggestions pour éliminer les "goulots d'étranglement" les plus courants:

- *Irrégularité de l'approvisionnement en matières premières.*

  La mise en place d'une unité de stock, reliée à l'unité d'achat et à l'unité de fabrication, améliore généralement cette situation. De plus, une unité de stock est utile pour les matières premières dont l'approvisionnement connaît des fluctuations saisonnières (par exemple la laine ou les cultures).

- *Insuffisance des approvisionnements en matières premières.*

  Essayez de trouver un fournisseur qui peut vous fournir plus régulièrement des matières premières de qualité, et à un prix comparable. Si vous ne pouvez pas trouver un meilleur fournisseur, ou si vous prévoyez une brusque augmentation de la demande de vos produits

Le vieux Manuel

manufacturés, pensez à la possibilité d'intégration verticale, c'est-à-dire à l'implantation d'une entreprise qui pourra vous fournir les matières premières dont vous avez besoin.

- *Capacité de pointe de production.*

  Une augmentation du budget pour la formation et le nouvel outillage est le moyen le plus courant de supprimer ce goulot d'étranglement. Cela accélère en effet l'augmentation du niveau de l'unité, ce qui permet de disposer de son potentiel accru et d'augmenter sa productivité. Si la demande augmente toujours et qu'elle risque d'être soutenue, vous pourrez mettre en place d'autres unités de fabrication pour répondre à ces besoins, ou une nouvelle usine.

- *Goulot d'étranglement dans l'unité fournissant les produits.*

  Si les produits finis d'une unité de fabrication ne peuvent pas être écoulés, la production sera arrêtée à l'intérieur de l'unité. Dans ce cas, le goulot d'étranglement est au niveau de l'unité fournissant les produits. En éliminant ce problème, vous équilibrerez le mouvement des produits fournis par votre unité de fabrication. Pour écouler plus de produits depuis l'unité de fabrication, vous pouvez augmenter le nombre d'unités de vente ou la demande du produit en renforçant sa distribution ou la publicité, selon l'importance de l'offre.

## Unité de marque distributeur

| | |
|---|---|
| Mise en place | Grand magasin ou usine |
| Coût de mise en place | $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 6 |

Une unité de marque transforme les produits d'autres marques pour diffuser le produit sous votre marque de distribution. Si vous ne voulez plus fabriquer vous-même des produits, vous pouvez apposer votre marque sur les produits d'une marque moins populaire. Cela vous évitera de gérer des lignes de production et vous permettra de vous concentrer sur le marketing.

### Quand faut-il mettre sa marque sur un produit?

Proposer sa marque sur des produits est un choix raisonnable si vous appliquez une stratégie de marque d'entreprise ou de marque de gamme. Dans ce cas, les produits portant votre marque seront protégés par la marque du détaillant, et peuvent immédiatement bénéficier de la notoriété d'une marque bien établie.

S'il semble effectivement qu'une marque peut soutenir favorablement un produit sans grand effort, cette tactique ne doit être utilisée qu'avec la plus grande prudence. Si la qualité d'un produit portant une marque est inférieure aux autres produits de la gamme, l'ensemble de la marque en souffrira. En outre, comme les produits sont fabriqués par des fournisseurs externes, il sera très difficile de vous assurer que leur qualité répond toujours aux normes de qualité de votre société.

### Produits portant la marque d'un distributeur

Tous les produits dirigés sur une unité de marque distributeur sont immédiatement redistribués sous votre marque. Généralement, le moyen le plus facile de mettre votre marque sur les

Le Vieux Manuel

produits d'un autre fournisseur est de relier une unité de marque distributeur à une unité d'achat, et à une unité de vente. Dans ce type d'organisation, les produits achetés à une autre société porteront votre marque, et seront revendus comme si vous les aviez fabriqués.

### Détails de l'unité

Lorsque vous sélectionnez une unité de marque active, les informations suivantes sont affichées:

- Notoriété de la marque. Evaluation de la notoriété de la marque.
- Fidélité à la marque. Fidélité à la marque.
- Evaluation de la marque. Evaluation globale de la marque (notoriété de la marque X fidélité à la marque).

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité de marque distributeur contient les informations suivantes:

- Nom du produit. Produit traité par l'unité.
- Produit en stock. Stock de produit dans l'unité. Chaque unité de fret peut stocker un nombre variable d'unités de produits. Pour certains produits très coûteux comme les voitures, une unité de fret ne contiendra que quelques unités de produit. Pour les produits bon marché comme le shampooing, une unité de fret peut contenir plusieurs milliers d'unités. La valeur de chaque unité de fret est à peu près la même.

### Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité de marque distributeur augmentent avec son niveau. Le tableau ci-dessous vous indique le rapport entre ces deux facteurs.

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

## Unité d'achat

| | |
|---|---|
| Mise en place | Grand magasin ou usine |
| Coût de mise en place | $50.000 |
| Ouvriers nécessaires | 4 |

Le vieux Manuel

Une unité d'achat achète des produits à vos fournisseurs. Ces unités sont essentielles pour les grands magasins et les usines. Les paragraphes suivants décrivent les opérations de base et les écrans des unités d'achat.

### Achat d'un produit

Quand vous avez indiqué à une unité d'achat le produit à acheter, elle le fera jusqu'à ce qu'elle ne puisse plus en trouver.

Pour donner ses instructions à une unité d'achat, sélectionnez-la et cliquez sur le bouton **Lien Fournisseur**. L'écran passera en mode Informations. Cliquez ensuite sur le produit que vous voulez acheter à un fournisseur. Quand vous sélectionnez un produit, le coût du fret entre le fournisseur et votre entreprise est indiqué dans la zone d'informations sur le produit. Vous devez ajouter le coût du fret au prix du produit. Si vous êtes satisfait de votre choix, cliquez sur le bouton **Lien**.

Si vous voyez une barre de vente interne sous l'écran "coût du fret", ce produit ne pourra être acheté que dans la société qui l'a fabriqué. Si le fournisseur ne fait pas partie de votre corporation, le bouton **Lien** sera désactivé, vous ne pourrez pas lui acheter ce produit, et vous devrez trouver une autre source d'approvisionnement.

### Stopper l'achat d'un produit

Une fois que vous aurez créé un lien d'achat, le bouton Stopper Achat sera affiché. Cliquez sur ce bouton pour suspendre les achats en cours.

### Changement de fournisseur

Pour changer de fournisseur, cliquez sur le bouton Lien et sélectionnez le produit à acheter. C'est le moyen le plus rapide de changer de fournisseur, car le nouveau produit sélectionné est acheté immédiatement. Mais vous subirez une perte, car vous devrez vous débarrasser du stock de l'ancien produit dans l'unité d'achat.

Pour éviter cette perte, suspendez l'achat du produit en cours en cliquant sur le bouton *Stopper Achat*, et attendez que le stock soit transféré vers l'unité de vente ou l'unité de fabrication. Ensuite, reliez l'unité d'achat au nouveau fournisseur. Si le type et la marque du nouveau produit sont les mêmes que l'ancien produit, et que la seule différence est le fournisseur, vous n'aurez pas besoin de vous préoccuper de ce problème.

### Trouver le fournisseur d'une unité d'achat

Pour trouver le fournisseur d'un produit spécifique, passez en mode "liaison" sur la carte, et sélectionnez l'unité d'achat reliée à ce fournisseur. Le lien entre le fournisseur et l'entreprise vire au rouge, alors que les autres lignes restent bleues. Pour voir les détails sur le fournisseur, double-cliquez dessus.

### Détails de l'unité

Lorsque vous sélectionnez une unité d'achat active, les informations suivantes sont affichées:

- *Coût + Fret*. Coût du produit et du fret.

Le vieux Manuel

- *Quantité*. Stock actuel dans l'unité.
- *Qualité*. Evaluation de la qualité du produit.
- *Marque*. Evaluation de la marque.

La barre de couleur, sous l'image du produit, correspond à la société propriétaire de la marque.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité d'achat contient les informations suivantes:

- *Nom du produit*. Produit acheté par l'unité.
- *Produit en stock*. Stock du produit dans l'unité. Chaque unité de fret peut stocker un nombre variable d'unités de produit. Pour certains produits très coûteux comme les voitures, une unité de fret ne contiendra que quelques unités de produit. Pour les produits bon marché comme le shampooing, une unité de fret pourra contenir plusieurs milliers d'unités. La valeur de chaque unité de fret est à peu près la même.
- *Barres de l'offre et de la demande*. La barre d'approvisionnement bleue indique l'offre du fournisseur pour le produit. La barre rouge indique la demande de l'entreprise concernée. Si la barre d'approvisionnement est plus courte que celle de la demande, l'approvisionnement est insuffisant. Les performances globales de l'entreprise seront affectées par ce manque d'approvisionnement, et il faut dans ce cas trouver un meilleur fournisseur.
- **Barre d'utilisation.** La barre orange indique l'utilisation de l'unité. Si elle atteint sa longueur maximum, l'unité est utilisée à son potentiel maximum. Vous ne pourrez pas acheter plus de stock, même si l'offre et la demande sont plus fortes. Par contre, si l'unité est sous-exploitée, ses installations et ses ressources ne seront pas utilisées au maximum de leur efficacité, ce qui peut entraîner une mauvaise rentabilité de l'entreprise.

### Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité d'achat augmentent avec son niveau. Le tableau suivant vous indique le rapport entre ces deux facteurs.

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

Le vieux Manuel

# Unité de Recherche & Développement

| | |
|---|---|
| Mise en place | Centre de Recherche |
| Coût de mise en place | $500.000 |
| Ouvriers nécessaires | 12 |

## Créer une unité de R&D

Vous pouvez mettre en place un maximum de 9 unités de R&D dans un centre de recherches. Elles peuvent fonctionner indépendamment ou être reliées entre elles pour former une équipe plus nombreuse, et dont les performances seront meilleures. Une équipe de recherche peut compter entre 1 et 9 unités.

Après avoir relié les unités dans une équipe de recherches, sélectionnez l'unité "leader". C'est elle qui sera connectée avec toutes les autres unités de l'équipe. Cliquez ensuite sur le bouton *"Technologie R&D"* et choisissez le produit concerné par les recherches, ainsi que la durée du programme de recherches. L'équipe de chercheurs se mettra au travail dès qu'elle aura reçu vos directives.

## Progrès technologiques

Les progrès technologiques achevés grâce aux programmes de recherches sont déterminés par les facteurs suivants:

- Durée des recherches
- Taille de l'équipe de chercheurs
- Niveaux des unités de recherche
- Niveau technologique maximum du produit

### Durée des recherches

La durée des recherches détermine l'importance des progrès technologiques une fois que le programme de R&D sera achevé. La technologie est indiquée par le niveau technologique. Le tableau suivant vous indique quels sont les progrès technologiques prévus en fonction de la durée du programme de recherches.

**REMARQUE:** Le tableau ne comprend pas les autres facteurs déterminants, qui sont abordés dans les paragraphes suivants:

| Durée des recherches | Progrès technologiques |
|---|---|
| 6 mois | 1 |
| 1 an | 3 |
| 2 ans | 7 |
| 3 ans | 11 |
| 5 ans | 20 |
| 10 ans | 50 |

Le Vieux Manuel

### Taille de l'équipe de chercheurs

Une équipe de chercheurs ne peut pas comprendre plus de 9 unités de recherches. Une équipe plus importante obtiendra de meilleurs résultats qu'un groupe plus réduit. Mais une équipe de chercheurs comprenant 2 unités ne sera pas deux fois plus productive, et le gain de productivité ne sera dans ce cas que de 70%. En effet, dans tous les programmes de développement, un ou plusieurs scientifiques sont responsables des aspects les plus délicats de la recherche. L'augmentation du personnel et des ressources supplémentaires peut améliorer la productivité dans tous les domaines, sauf dans ceux de la recherche. Des équipes plus importantes n'auront pas la souplesse de groupes plus réduits, et elles seront moins efficaces.

Le tableau suivant vous indique le rapport entre la taille de l'équipe de chercheurs et les progrès technologiques. Si vous n'avez pas bien compris ce concept, prenez cet exemple: Si une équipe comprenant une seule unité de recherches peut gagner 20 points de technologie après 5 ans de recherche, une équipe de 3 unités gagnera 48 points de technologie (20 x 240%) au bout de la même période.

| Nombre d'unités de recherche | Incidence sur les progrès technologiques d'unités reliées | Taux d'augmentation |
|---|---|---|
| 1 | 100% | |
| 2 | 170% | 70% |
| 3 | 240% | 70% |
| 4 | 295% | 55% |
| 5 | 350% | 55% |
| 6 | 390% | 40% |
| 7 | 430% | 40% |
| 8 | 455% | 25% |
| 9 | 480% | 25% |

### Niveaux des unités de l'équipe de chercheurs

Chaque niveau de l'unité augmente l'efficacité des programmes de recherches de 20%, car un groupe plus nombreux de scientifiques reconnus obtient généralement de meilleurs résultats.

### Niveau technologique le plus avancé

Si vous effectuez des recherches sur un produit déjà proposé par un concurrent avec une technologie supérieure, le temps nécessaire pour les recherches sur cette technologie sera réduit. Il vous faudra moins de temps pour acquérir ces connaissances, en raison de la diffusion de la technologie et de l'utilisation de techniques spéciales d'acquisition de technologie, comme le démontage.

## Application de la technologie à la production

Quand un programme de recherches est terminé, vous pourrez utiliser la technologie de production améliorée avec vos unités de fabrication. Cliquez sur le bouton Appliquer Tech pour

Le vieux Manuel

voir les unités qui peuvent bénéficier de ces perfectionnements technologiques. Les options suivantes seront affichées :

- *Oui*. Vous pouvez appliquer la nouvelle technologie de production à l'unité, et la qualité des produits manufacturés augmentera.

  Si le niveau de l'unité est supérieur à 1, un message vous informera que l'amélioration de la technologie de production fera chuter l'unité au niveau inférieur, car vos ouvriers devront s'habituer au nouvel outillage perfectionné et aux nouvelles techniques de production. Leur productivité baissera pendant la phase d'apprentissage. L'ampleur de la réduction du niveau est fondée sur la différence entre la nouvelle technologie et la technologie existante.
- *Non*. Ne pas utiliser la nouvelle technologie avec l'unité de fabrication.
- *Toutes*. Utiliser immédiatement la nouvelle technologie avec toutes les unités de fabrication, sans que le programme vous pose la question pour chaque unité.
- *Aller*. Examiner en détail l'unité de fabrication avant d'utiliser une nouvelle technologie.
- *Quitter*. Annuler toute action et quitter le menu.

### Recherche & Développement de Nouveaux Produits

Vous ne pouvez produire certains produits qu'après avoir fait quelques efforts de recherche dans le bon domaine. Pour effectuer un programme de R&D sur un nouveau produit, cliquez sur le bouton R&D nouveau produit.

### Détails de l'unité

Quand vous sélectionnez une unité de R&D active, les informations suivantes sont affichées:

- *Mois passés*. Nombre de mois écoulés depuis le début des recherches, et leur durée totale en mois.
- *Technologie avant programme de R&D*. Niveau technologique avant les recherches.
- *Technologie cible*. Niveau technologique visé.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité de R&D contient les informations suivantes:

- *Nom du produit*. Produit faisant l'objet des recherches.
- *Durée recherches*. Durée des recherches.
- *Progression*. Progression des recherches en cours.

Le vieux Manuel

# Unité de vente

| | |
|---|---|
| Mise en place | Tous types d'entreprises, sauf centres de recherches |
| Coût de mise en place | $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 8 |

Une unité de vente est responsable de la vente de vos produits à vos clients. Comme les unités de vente sont les seules unités d'une entreprise qui peuvent générer directement un revenu, vous les trouverez dans quasiment tous les types d'entreprises qui fabriquent des produits. Les opérations de base et les écrans de ces unités sont expliqués dans le paragraphe suivant.

## Détails de l'unité

Quand vous sélectionnez une unité de vente active, les informations suivantes sont affichées:

- *Prix de vente*. Prix de vente du produit.
- *Coût + Fret*. Coût du produit et du fret.
- *Qualité*. Evaluation de la qualité du produit.
- *Marque*. Evaluation de la marque.

**REMARQUE:** La barre de couleur sous l'image du produit correspond à la société propriétaire de la marque.

## Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une unité de vente dans la zone d'implantation contient les informations suivantes:

- *Nom du produit*. Produit vendu par l'unité.
- *Produit en stock*. Stock actuel dans l'unité. Chaque unité de fret peut stocker un nombre variable d'unités de produit. Pour certains produits très coûteux comme les voitures, une unité de fret ne contiendra que quelques unités de produit. Pour les produits bon marché comme le shampooing, une unité de fret pourra contenir plusieurs milliers d'unités. La valeur de chaque unité de fret est à peu près la même.
- *Barres de l'offre et de la demande*. La barre d'offre bleue indique l'offre de la société. La barre rouge indique la demande des acheteurs. En examinant attentivement ces barres et la barre d'utilisation, vous pourrez repérer les goulots d'étranglement dans votre entreprise.
- *Barre d'utilisation*. La barre orange indique le taux d'utilisation de l'unité. Si cette barre atteint sa longueur maximum, l'unité tourne à plein rendement et ne pourra pas vendre plus de produits, même si l'offre et la demande augmentent. Par contre, si l'unité est sous-exploitée, ses installations et ses ressources ne sont pas utilisées au maximum de leur efficacité, ce qui peut expliquer une mauvaise rentabilité de l'entreprise.

Le vieux Manuel

## Niveau de l'unité

La productivité et la capacité d'une unité d'achat augmentent avec son niveau. Le tableau suivant vous indique le rapport entre ces deux facteurs.

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

## Diagnostic de goulots d'étranglement

Comme les unités de vente sont les seules unités d'une entreprise à générer directement des recettes, une inspection fréquente et la suppression de tout goulot d'étranglement permettent généralement d'augmenter la rentabilité de toute l'entreprise. Consultez le tableau ci-dessous pour identifier les goulots d'étranglement courants:

Utilisation de l'offre & de la demandeGoulot d'étranglement

| Utilisation de l'offre < demande = 100 | Potentiel maximum |
|---|---|
| Utilisation de l'offre > demande = 100 | Potentiel maximum |
| Utilisation de l'offre < demande < 100 | Offre insuffisante |
| Utilisation de l'offre > demande < 100 | Demande faible |

Voici quelques solutions proposées :

- *Potentiel maximum.*
  Si la capacité de l'unité de vente est au maximum, vous pouvez dégager ce goulot d'étranglement de deux manières. La première consiste à mettre en place une unité de vente supplémentaire pour diminuer la charge de travail. Mais, en raison des limitations de l'espace d'implantation, il n'est pas toujours possible de le faire. La seconde est d'augmenter le budget pour la formation et le nouvel outillage, pour permettre à l'unité de passer plus vite à un niveau supérieur, et donc d'améliorer sa productivité.
- *Offre insuffisante.*

  Parfois, la cause du problème n'est pas évidente. Il peut venir d'une baisse de l'offre du produit, d'une limitation du potentiel d'une unité d'achat ou de fabrication, ou d'une mauvaise liaison entre les unités, ce qui affecte directement la synergie entre les unités fonctionnelles. Pour augmenter l'offre, remontez la chaîne de l'offre, examinez soigneusement toutes les unités reliées, et supprimez tous les goulots d'étranglement que vous trouverez.

Le vieux Manuel

- *Demande faible.*

  Il existe de nombreux moyens d'augmenter la demande, mais ils ont tous un prix. Pour un grand magasin, l'augmentation de la fréquence de la publicité peut être le bon choix à court terme. Les facteurs réels qui peuvent relancer la demande sont: le prix, la qualité et la marque. Mais vous devrez dans ce cas allouer un budget plus important à la recherche, et vous préparer stratégiquement à réduire le coût de vos produits. Une stratégie à long terme sera préférable au court terme, si vous planifiez bien à l'avance.

## Unités minière, de forage pétrolier et d'exploitation forestière

| | |
|---|---|
| Mise en place | Mine (unité minière)<br>Puits de pétrole (unité d'extraction de pétrole)<br>Exploitation forestière (unité d'exploitation forestière) |
| Coût de mise en place | Unité minière - $1.000.000<br>Unité d'extraction de pétrole - $1.000.000<br>Unité d'exploitation forestière - $100.000 |
| Ouvriers nécessaires | 24 |

Ces trois unités ont une fonction commune: la production de matières premières, chacune étant spécialisée dans un domaine spécifique:

- Unité minière - aluminium, charbon, minerais, or, fer, silice
- Unité d'extraction de pétrole - pétrole
- Unité forestière - bois

Pour de plus amples informations, voir "Mines, Puits de pétrole, et Exploitations forestières" pages 10-6.

### Détails de l'unité

Quand vous sélectionnez un producteur de matières premières actif, les informations suivantes sont affichées:

*Détails sur les unités de matières premières*

- *Quantité.* Quantité de ressources naturelles.
- *Réserve.* Réserve de ressources naturelles, représentée sous forme d'indice de 0 à 100. Quand elle est nulle, la réserve est épuisée.
- *Qualité.* Qualité des ressources naturelles.

### Fenêtre d'informations de l'unité

La fenêtre d'informations d'une matière première - unité de production dans la zone d'implantation ci-dessous contient les informations suivantes:

- *Nom de la matière première.* Matière première produite par l'unité.
- *Matière première en stock.* Stock de matières premières dans l'unité. Chaque unité de fret peut stocker une quantité variable de matières premières.

Le vieux Manuel

### Niveau de l'unité

La productivité et la capacité de l'unité augmentent avec son niveau. Le tableau suivant vous indique le rapport entre ces deux facteurs.

| Niveau de l'unité | Productivité | Capacité |
|---|---|---|
| 1 | 100% | 100% |
| 2 | 130% | 125% |
| 3 | 160% | 175% |
| 4 | 200% | 200% |
| 5 | 250% | 250% |
| 6 | 300% | 300% |
| 7 | 360% | 375% |
| 8 | 430% | 437% |
| 9 | 500% | 500% |

Le Vieux Manuel

# 12 Rapports

## Rapport de synthèse du produit

Le Rapport de Synthèse du Produit est un moyen rapide et pratique d'obtenir des informations sur un produit.

### Informations sur le produit

Le nom du produit est affiché à gauche en haut de la fenêtre, et sa classe à droite.

A côté de l'image du produit, vous verrez une courbe indiquant les recettes ou les ventes totales au cours des 12 derniers mois. Appuyez sur les boutons **Courbe des Recettes** ou **Courbe Qté vendue**, en bas de la fenêtre, pour choisir la courbe à afficher.

A droite de la courbe, deux camemberts sont affichés. Celui de gauche représente les parts de marché de chaque producteur, celui de droite celles de chaque détaillant. Chaque part du graphique représente des parts de marchés différentes. La partie blanche représente les parts de marché de tous les concurrents locaux confondus.

Il y a des concurrents locaux dans chaque ville. Si leurs entreprises n'apparaissent pas sur la carte de jeu, ils sont en concurrence directe avec toutes les entreprises. Ils peuvent même parfois être vos principaux concurrents sur le marché.

Si le produit est destiné aux consommateurs, le rapport indique le prix moyen, l'évaluation de la qualité et de la marque, et l'évaluation globale des produits vendus dans la ville par vos concurrents. Par exemple, la rubrique [Prix] [Local] $305,00 signifie que le prix moyen des produits proposés par les concurrents locaux est de $305,00.

A côté des informations sur la concurrence locale, le prix moyen, l'évaluation de la qualité et de la marque et l'évaluation globale de tous les produits des sociétés et des concurrents locaux sont affichés. Par exemple, [Prix]...[Moy] $250,00 indique que le prix moyen de tous les produits vendus dans la ville est de $250,00.

Quand un consommateur achète un produit, il tient généralement compte de plusieurs facteurs. Les trois plus importants sont le prix, la qualité et la marque. Mais leur importance varie pour

Le Vieux Manuel

chaque produit. Par exemple, un consommateur achetant une paire de chaussures de sport se souciera plus de la marque que du prix. Par contre, s'il achète de la viande congelée, il accordera généralement plus d'importance au prix qu'à la marque. En fonction du comportement des consommateurs, chaque produit correspond à des valeurs spécifiques: préoccupation prix, préoccupation qualité, préoccupation marque. Celles-ci sont affichées sous forme de pourcentages, et leur somme est toujours de 100%. Si un consommateur achète un produit en accordant 50% d'importance au prix, 30% à la qualité et 20% à la marque, le critère primordial dans l'esprit du consommateur reste le prix, la qualité venant ensuite, et la marque en troisième.

L'image du produit est un bouton hypertexte. Cliquez sur ce bouton pour voir le Rapport détaillé sur ce produit. Pour revenir au rapport de synthèse, cliquez sur le bouton Synthèse du Produit, en bas de la fenêtre.

## Filtre d'affichage

Vous pouvez choisir le type de produits affichés dans la liste du rapport en activant certains filtres d'affichage, qui sont décrits ci-dessous.

### *Filtre de disponibilité du produit*

Le filtre de disponibilité du produit propose les options suivantes:

- *Tous*. Affiche tous les produits disponibles.
- *Ventes profession*. Affiche uniquement les produits disponibles sur le marché professionnel.
- *Ventes détaillants*. Affiche uniquement les produits vendus aux détaillants par la société.

### *Filtre de la catégorie de produit*

Le filtre de la catégorie de produit propose les options suivantes:

- *Tous*. Affiche toutes les catégories de produit.
- *Produits consommateurs*. Affiche uniquement les produits pour les consommateurs.
- *Produits industriels*. Affiche uniquement les produits industriels.

### *Filtre de société*

Activez ce filtre sur une société pour voir uniquement la liste des produits fabriqués ou vendus aux détaillants par cette société. Le filtre par défaut (Tous) active la liste de toutes les sociétés.

### *Filtre de ville*

Si ce filtre est réglé sur "Toutes les Villes", le rapport indique les ventes dans toutes les villes, tous produits confondus.

Activez ce filtre sur une ville spécifique pour voir uniquement les informations sur les ventes dans cette ville. Le navigateur permet également de connaître la population de chaque ville.

**NOTE:** Si vous choisissez le filtre "sur" pour la ville, les informations concernant les produits industriels n'apparaîtront pas, car leurs fournisseurs sont disséminés sur la carte, et les informations les concernant ne seront utiles que si toutes les villes sont sélectionnées.

Le Vieux Manuel

### Recherche au clavier

Vous pouvez voir rapidement un produit spécifique en tapant la première lettre du nom de ce produit.

## Rapport détaillé sur le produit

Ce Rapport détaillé fournit des informations complètes sur un produit. Vous pouvez accéder au Rapport détaillé sur le produit de plusieurs manières :

- En l'activant à partir du menu du jeu.
- En cliquant sur le bouton du rapport dans la moitié inférieure de l'écran.
- En cliquant sur l'image du produit dans le Rapport de Synthèse.
- En sélectionnant une entreprise sur la carte et en cliquant avec le bouton droit sur l'image d'un produit dans cette entreprise.

La plupart des informations du Rapport détaillé sont également affichées dans le Rapport de Synthèse du Produit, et ne sont pas répétées ici. Ce paragraphe n'aborde que les éléments spécifiques du Rapport détaillé sur le Produit (voir "Rapport de Synthèse du Produit" , page 12-1).

## Indice de nécessité

L'indice de nécessité du produit est affiché à côté son image dans le coin supérieur gauche du rapport. Un indice élevé indique un produit de nécessité quotidienne pour la population. La demande des produits de nécessité est relativement constante, car les consommateurs devront les acheter, même si le prix proposé n'est pas intéressant.

Par contre, la demande des produits non nécessaires est principalement influencée par l'attrait d'un produit. Donc, une baisse du prix n'entraîne pas toujours une réduction des bénéfices, car un prix inférieur peut aussi stimuler la demande. Cette demande accrue pourra compenser, voire même rapporter un excédent supérieur à la réduction de la marge bénéficiaire.

### Navigateur des produits

Le navigateur des produits permet de voir la liste de tous les produits de même type vendus dans une ville spécifique. Le prix, l'évaluation de la qualité et de la marque sont indiqués pour chaque produit.

Pour en savoir plus sur un produit, regardez les informations affichées sous le navigateur des produits. Vous y trouverez toutes les données de prix, de marque et de qualité. En évaluant ces données, vous pourrez déterminer les points forts et/ou les faiblesses des gammes de produits proposées par chacun de vos concurrents.

En haut du navigateur, certains pourcentages sont affichés en face des rubriques "Prix", "Qualité", et "Marque". Ces pourcentages indiquent la préoccupation du prix, de la qualité, et de la marque dans la ville. Ces mêmes statistiques sont affichées dans la partie "Ville" du rapport. Elles sont répétées ici pour vous aider.

Le vieux Manuel

### Changement du prix de vente

Le Rapport détaillé sur le Produit vous donne toutes les informations essentielles, et sert également de centre de contrôle pour lutter contre vos concurrents. Vous pouvez leur répondre en baissant les prix de vos produits, ou en l'augmentant pour accroître votre marge bénéficiaire, si vous contrôlez déjà le marché. Pour changer le prix d'un produit vendu par votre société, il vous suffit de le sélectionner et de modifier le compteur Prix. Le nouveau prix de vente entrera en vigueur dès que vous le confirmerez.

### Boutons Préc. et Suivant

Cliquez sur le bouton Préc. (flèche haut). pour voir le produit précédent, et sur le bouton Suivant (flèche bas) pour passer au suivant. Les produits affichés sont limités par les critères de filtrage définis dans le Rapport détaillé du Produit.

### Bouton Aller

Cliquez sur le bouton Aller pour examiner le magasin qui vend le produit sélectionné.

### Recherche clavier

Vous pouvez afficher rapidement un produit en tapant la première lettre de son nom.

## Rapport de synthèse de l'entreprise

Le rapport de synthèse de l'entreprise vous permet de voir des informations résumées sur toutes les entreprises.

Trois filtres, en haut du rapport, vous permettent de limiter cette liste à un type d'entreprises, à des filiales d'une société spécifique, ou à des entreprises installées dans une ville spécifique. Pour voir uniquement vos usines, sélectionnez "Usine" dans le filtre du type d'entreprise, et votre société dans le filtre de société.

Deux courbes seront affichées pour indiquer les performances de l'entreprise. Celle de gauche représente les recettes au cours des 12 derniers mois, celle de droite les bénéfices au cours des 12 derniers mois. La barre de couleur affichée sous son icône permet de reconnaître plus facilement une entreprise. Si le mot "déléguée" est affiché sur la barre de couleur, la gestion de l'entreprise est confiée à votre président. Les autres informations affichées sont les suivantes:

- *Ville.* La ville où est installée l'entreprise.
- *Années d'activité.* Nombre d'années d'activité de l'entreprise depuis sa création.
- *Recettes de l'entreprise.* Les recettes totales de l'entreprise pendant toute son opération.
- *Bénéfices de l'entreprise.* Le total des bénéfices de l'entreprise tout au long de son opération.
- *Nbre d'employés.* Nombre total d'employés travaillant pour l'entreprise.
- *Nbre d'unités.* Nombre total d'unités dans l'entreprise.
- *Niveau moyen des unités.* Le niveau moyen de toutes les unités dans l'entreprise.
- *Utilisation moyenne.* Le taux d'occupation de vos employés. L'entreprise est utilisée à plein rendement si ce taux atteint 100%.

Cliquez sur le bouton **Aller** pour fermer ce rapport et passer directement à l'entreprise sélectionnée.

Le vieux Manuel

# Rapport de synthèse d'une société

Ce rapport contient les informations suivantes:

- Analyse financière rapide
- Analyse résumée des titres
- Analyse résumée des entreprises
- Relations commerciales

Pour en savoir plus sur une société, cliquez sur son logo pour activer le Rapport détaillé de cette Société. Pour revenir au Rapport de Synthèse, cliquez sur le bouton Résumé Soc., en bas de la fenêtre du rapport détaillé.

## Analyse financière rapide

Elle vous donne les informations financières suivantes:

- *Disponibilité*. La disponibilité de la société.
- *Revenu annuel*. Les recettes totales de la société pendant l'année écoulée.
- *Bénéfices annuels*. Le total des bénéfices d'exploitation pendant l'année écoulée.
- *Courbe des bénéfices*. Les bénéfices d'exploitation pendant l'année écoulée.

## Analyse résumée des titres

L'analyse résumée des titres vous donne des informations sur les actions de la société.

- *Cours de l'action*. Cours actuel de l'action.
- *Part par action*. Calculée en divisant les parts des actionnaires de la société par le nombre total d'actions en circulation.
- *Bénéfices par action*. Calculés en divisant les bénéfices annuels d'exploitation par le nombre total d'actions en circulation.
- *PER*. Calculé en divisant le cours de l'action par les bénéfices par action.
- *Rendement des actions*. Les dividendes sont des bénéfices redistribués par une société aux actionnaires. Le rendement des actions est un pourcentage calculé en divisant les dividendes par le cours de l'action.
- *Rendement total*. Le rendement total pour les actionnaires est calculé en divisant le rendement total d'une action pendant l'année écoulée par le cours de l'action. Ce rendement comprend les dividendes versés et les bénéfices en cas d'augmentation du cours des actions.
- Courbe du cours de l'action. Représente le cours des actions pendant les 30 derniers mois.

## Analyse résumée des entreprises

Cette analyse présente le nombre total d'entreprises de chaque type appartenant à la société.

Le vieux Manuel

### Relations commerciales

Les relations entre votre société et les autres sont affichées de plusieurs manières. Ces relations dépendent du volume des transactions entre les deux sociétés.

- Transactions pour l'exercice en cours. La valeur des transactions entre la société sélectionnée et celle du joueur pour l'exercice en cours.
- Transactions globales de la société. La valeur des transactions entre la société sélectionnée et celle du joueur pendant toute leur existence.

## Rapport détaillé sur la société

Vous pourrez trouver la plupart des informations sur une société dans son Rapport détaillé. Les données suivantes sont disponibles:

- Analyse résumée
- Entreprises
- Produits
- Courbes 1
- Courbes 2
- Titres
- Bilan
- Compte de résultat
- Technologie
- Publicité
- Marque
- Leadership
- Etats financiers

### Analyse résumée

Le Rapport détaillé sur la société contient les analyses suivantes:

#### *Analyse résumée de la gestion*

Cette partie concerne le président et le directeur général de la société. Dans la rubrique Gestion, elle indique la stratégie commerciale de la société, qui peut être une des suivantes:

- Diversifiée. La société exploite plusieurs sortes d'entreprises.
- Commerce de détail. La société n'ouvre que des magasins.
- Production. La société fabrique uniquement des produits.
- Valeurs mobilières. La société est axée sur les investissements et les spéculations en bourse sur les actions d'autres sociétés.

#### Analyse financière rapide et analyse résumée du titre

Cette partie contient des informations financières et boursières importantes pour la société (voir "Rapport de Synthèse de la Société", page 12-6, pour de plus amples informations).

Le vieux Manuel

### Analyse résumée des entreprises

Cette partie indique le nombre total de chaque type d'entreprises appartenant à la société.

### Entreprises

Ce rapport indique le nombre total de chaque type d'entreprises appartenant à la société, ainsi que leur revenus et bénéfices annuels.

- Revenu annuel. Le revenu total de toutes les entreprises d'un type donné et appartenant à la société au cours des 12 derniers mois.
- Bénéfices annuels. Le total des bénéfices d'exploitation de toutes les entreprises d'un type donné et appartenant à la société au cours des 12 derniers mois.

Ce rapport indique quels sont les types d'entreprises qui constituent votre principale source de bénéfices. Si vous prévoyez des changements internes, vous devez maintenir la rentabilité de ces précieuses entreprises. D'autre part, vous pourrez également déterminer quelles sont les entreprises qui alourdissent les frais de la société en limitant sa rentabilité globale. Un dirigeant avisé recherchera toujours ces informations, essentielles pour améliorer les bénéfices de la société.

Ce rapport indique uniquement les revenus et bénéfices consolidés. Si vous avez besoin des statistiques de rentabilité des entreprises individuelles, consultez le Rapport de synthèse d'entreprise (voir page 12-5).

### Produits

Ce rapport dresse la liste des produits qui sont une source de revenus et de bénéfices pour la société. Il contient les informations suivantes pour chaque produit:

Rapport détaillé sur la société, Produits

- Revenus annuels. Total des ventes du produit au cours des 12 derniers mois.
- Bénéfices bruts annuels. Les bénéfices bruts représentent la différence entre les ventes et le coût des produits vendus. Les autres frais d'exploitation n'entrent pas en compte dans ce calcul.

Dans le réglage par défaut, ce rapport présente tous les produits vendus par la société. Pour limiter la liste aux produits fabriqués par la société, cliquez sur le bouton Production, en bas du rapport. Vous pouvez également cliquer sur le bouton Détaillant pour voir uniquement les produits vendus par la société.

### Courbes 1

Ce rapport contient 12 courbes. Elles représentent six aspects de l'exploitation de la société au cours de deux périodes: les 12 derniers mois et les 30 dernières années.

Rapport détaillé sur la société, Courbes 1

- Bénéfices d'exploitation. Les bénéfices d'exploitation d'une société représentent la différence entre les revenus et les frais d'exploitation. Ils indiquent ce que la société a gagné en fabriquant et en vendant des biens pendant une période donnée.
- Bénéfices nets. Les bénéfices nets d'une société représentent la somme des bénéfices d'exploitation et des autres bénéfices hors exploitation de la société. Comme ils comprennent

Le Vieux Manuel

le rendement des actions et l'augmentation de la valeur du terrain, ces chiffres varient en fonction des fluctuations du cours des actions et de la valeur du terrain.

- Recettes. Recettes d'exploitation totales de la société.
- Dépenses. Dépenses d'exploitation totales de la société.
- Valeur du patrimoine. Valeur du patrimoine, ou capital-actions, qui représente les ressources investies par les actionnaires. C'est la différence entre le total de l'actif et le total du passif d'une société.
- Cours du titre. Cours des actions.

### Courbes 2

Ce rapport contient 12 courbes. Elles correspondent aux informations suivantes, sur une période de dix ans:

- Liquidités. Les disponibilités en liquide de la société.
- Stocks. Valeur totale des matières premières et produits stockés dans les entreprises appartenant à la société.
- Actif professionnel. Valeur totale du patrimoine immobilier et des installations de la société.
- Terrain et ressources. Valeur du terrain et des ressources naturelles de la société.
- Portefeuille. Valeur totale des actions de la société.
- Total des emprunts. Total des emprunts souscrits.
- Dividendes versés. Dividendes versés chaque année.
- Rendement des capitaux investis. Bénéfices réalisés sur l'augmentation du cours des actions de la société, et les dividendes perçus sur ces actions.
- Frais de personnel. Total des frais de personnel.
- Publicité. Montant total des dépenses de publicité.
- Formation. Dépenses de la société pour la formation du personnel et l'achat de matériel neuf.
- Passation par pertes et profits. Avoirs commerciaux et stocks de la société dont la production a cessé, et qui sont traités comme des pertes.

### Titres

Le Rapport sur les Titres comprend deux parties. La première dresse la liste des actionnaires de la société et indique le nombre de parts dans un camembert.

- Actionnaire. Nom de l'actionnaire.
- Qté détenue. Quantité détenue.
- % détenu. Pourcentage détenu, calculé en divisant le nombre d'actions détenue par le nombre total d'actions en circulation.
- Valeur du portefeuille. Valeur totale des actions détenues par l'actionnaire.
- Position. Position de l'actionnaire dans la société (DG = Directeur Général, DG & P = Directeur Général et Président).

Une société peut posséder des actions d'autres sociétés. La seconde partie du Rapport sur les Titres contient des informations sur les actions détenues par la société sélectionnée.

Le Vieux Manuel

- Société. Nom de la société qui a émis les actions.
- Cours. Cours actuel de l'action.
- Qté détenue. Quantité détenue.
- % détenu. Pourcentage détenu, calculé en divisant le nombre d'actions détenues par le nombre total d'actions en circulation.
- Valeur du portefeuille. Valeur totale des actions détenues.
- Filiale. Si la société cotée en bourse est une filiale de la société sélectionnée.

## Bilan

Un bilan est un état financier indiquant l'actif de la société (ce qu'elle possède), son passif (ce qu'elle doit), et la différence, ou ce qu'on appelle les capitaux propres ou la valeur du patrimoine.

Notez que le bilan concerne chaque compte sur trois périodes différentes :

- *Total*. Solde total du compte.
- *Résultats de l'exercice en cours*. Résultats cumulés sur l'exercice en cours.
- *Résultats de l'exercice précédent*. Résultats cumulés sur l'exercice précédent.

### Actif

Tout ce que la société possède, et qui a une valeur, est considéré comme un actif. Les actifs sont classés selon les catégories suivantes:

- *Liquidités*. Le montant des disponibilités actuelles de la société.
- *Stocks*. Valeur totale des matières premières, des produits intermédiaires et des produits finis stockés dans des entreprises appartenant à la société.
- *Actif professionnel*. Valeur totale du patrimoine immobilier et des installations appartenant à la société.
- *Terrain et ressources naturelles*. Terrain et réserves de ressources naturelles appartenant à la société.
- *Titres*. Valeur totale des actions possédée par la société.
- *PassifZ*. Toutes les dettes d'une société représentent le passif.
- *Prêts* bancaires. Montant des prêts contractés par la société.
- *Capitaux propres*. Capitaux propres, ou valeur du patrimoine d'une société, représentant les ressources investies par les actionnaires. C'est la différence entre le total de l'actif et le total du passif.
- *Actions normales*. Montant investi directement dans la société par des actionnaires. Le compte augmente en cas d'émission de nouvelles actions, et diminue quand la société rachète ses actions.
- *Réserves*. Bénéfices réinvestis dans l'entreprise après distribution des dividendes aux actionnaires.

Le vieux Manuel

### Compte de résultat

Le compte de résultat indique les résultats des activités de la société. Les revenus de la société, ses dépenses et ses bénéfices sont affichés en dollars.

Le compte de résultat indique un solde pour chaque compte, sur quatre périodes différentes:

- *Mois en cours*. Solde du compte pour le mois en cours.
- *Mois précédent*. Solde du compte pour le mois précédent.
- *Résultats de l'exercice en cours*. Résultats cumulés sur l'exercice en cours pour ce compte, le montant cumulé depuis le début de l'exercice en cours.
- *Résultats depuis la création*. Solde du compte pour les résultats cumulés depuis la création de la société.

### *Revenu d'exploitation*

Le revenu d'exploitation de la société représente les recettes d'exploitation consolidées de toutes les entreprises lui appartenant.

### Frais d'exploitation

Pour chaque société, les frais d'exploitation sont les suivants:

- *Prix de revient des produits vendus*. Prix de revient consolidé, qui comprend celui de toutes les matières premières, des produits intermédiaires et des produits commercialisables qui ont été achetés par toutes les entreprises appartenant à la société.
- *Frais de personnel*. Ensemble des frais de personnel de la société.
- *Frais généraux*. Frais généraux d'exploitation fixes de toutes les entreprises appartenant à la société.
- *Dépenses de publicité*. Montant total des dépenses pour la publicité.
- *Formation et nouvel outillage*. Dépenses de la société pour la formation du personnel et l'achat de nouvel outillage.
- *Passation par pertes et profits*. Les marchandises provenant des actifs commerciaux et des stocks dont la production a cessé sont traitées comme des pertes.

### *Bénéfices d'exploitation*

Les bénéfices d'exploitation d'une société représentent la différence entre son revenu d'exploitation et ses frais d'exploitation. Ce sont les gains directs résultant de la production et de la vente de produits sur une période spécifique. Comme la plupart des sociétés veulent avant tout gagner le plus d'argent possible, ce simple chiffre signifie beaucoup. Etant donné cette importance, les bénéfices d'exploitation annuels d'une société sont également indiqués dans d'autres rapports et sur d'autres écrans.

Le vieux Manuel

### Autres profits

La section "autres profits" d'un bilan comprend les recettes et les dépenses hors exploitation de la société.

- *Rendement des capitaux investis.* Bénéfices réalisés sur l'augmentation du cours des actions appartenant à la société, et les dividendes reçus sur ces actions.
- *Augmentation de la valeur du terrain.* Augmentation de la valeur du terrain appartenant à la société.
- *Intérêts sur le prêt.* Intérêts versés à une banque pour un emprunt.

### Bénéfices nets

Ajoutez les autres profits d'une société à ses bénéfices d'exploitation et vous obtiendrez son bénéfice net, qui comprend tous les profits générés par une société sur une période spécifique.

*NOTE:* Etant donné que la fluctuation de la valeur des actions appartenant à la société est prise en compte dans les bénéfices nets, ils peuvent augmenter avec le temps. Ils ne seront donc pas toujours un indicateur suffisant de la rentabilité de la société. C'est pourquoi, lorsque nous parlons de bénéfices ou de gains, il s'agit toujours des bénéfices d'exploitation, et non des bénéfices nets.

## Technologie

Le Rapport de Technologie contient des informations sur un produit.

- *Produit.* Nom du produit. L'astérisque (*) affichée devant le nom d'un produit indique que sa fabrication est assurée par la société.
- *Technologie.* Niveau technologique de production.
- *Techno maxi.* Niveau technologique de production maximum pour ce produit, et dans le monde entier. Le niveau technologique le plus élevé est 100 au début du jeu, pour tous les produits. Si un nouveau à la technologie supérieure est lancé sur le marché, le niveau technologique le plus élevé sera modifié en conséquence.
- Techno visée. Niveau technologique de production qui sera atteint quand le programme de recherches en cours sera achevé. Rien ne sera affiché si aucun programme de recherches n'a été mis en place pour le produit.
- *Progression.* La barre rouge indique la progression des recherches en cours. A droite de cette barre, vous pouvez voir la durée des recherches et le nombre d'unités participant à ce programme. Rien ne sera affiché si aucun programme de recherches n'a été mis en place pour le produit.

Dans le réglage par défaut, le rapport indique uniquement les données sur la technologie des produits qui font actuellement l'objet de recherches dans la société. Pour voir les informations sur la technologie de tous les produits, cliquez sur le bouton Tous. Si vous cliquez sur le bouton **Aller**, le jeu affiche l'unité de R&D conduisant la recherche.

Pour obtenir des informations supplémentaires sur la technologie de production, voir "Unité de Fabrication", page 11-10. Pour des informations supplémentaires sur les programmes de recherches et l'amélioration de votre technologie de production, voir "Unité de Recherches & de Développement", page 11-21.

Le vieux Manuel

## Publicité

Ce rapport dresse la liste de tous les produits faisant l'objet de campagnes de promotion. Il contient les informations suivantes:

- *Marque.* La couleur indique qui est propriétaire de la marque.
- *Produit.* Produit faisant l'objet d'une publicité.
- *Ville.* Ville où la publicité est diffusée.
- *Evaluation de la marque.* Evaluation actuelle de la marque.
- *Budget pub mensuel.* Dépenses publicitaires mensuelles pour le produit.
- *Fréq. Pu b/jour.* Fréquence quotidienne de la publicité, qui indique la fréquence d'exposition de l'audience ciblée à une publicité pendant une journée.
- *Points d'évaluation.* Mesure de la tranche d'audience potentielle qui sera touchée par des messages publicitaires sur un média donné.

Vous pouvez trier la liste en fonction du nom des produits, ou ceux des villes. Vous pouvez modifier l'ordre de tri en cliquant sur les boutons sur la partie inférieure du rapport.
Si vous cliquez sur le bouton Aller, le jeu affiche l'unité de publicité correspondante.

## Marque

Ce rapport contient des informations sur la marque de n'importe quelle société dans une ville donnée.

Les informations de ce rapport sont affichées directement. Si vous n'êtes pas familiarisé avec certains termes comme notoriété de la marque ou évaluation sur la marque, voir le paragraphe "Marque", page 5-5.

### Changement de stratégie de marque

Ce rapport est légèrement différent, car ici, vous pouvez changer de stratégie de marque. Le bouton sélectionné dans la partie supérieure indique quelle est la stratégie choisie.

- *Marque de société.* Une seule marque couvre tous les produits.
- *Marque de gamme.* Une marque couvre une gamme de produits.
- *Marque unique.* Chaque produit a une marque unique.

Pour passer à une nouvelle stratégie de marque, cliquez sur le bouton correspondant. Vous serez informé que vos produits recevront de nouvelles marques, ce qui ramènera à zéro l'évaluation de la marque pour tous vos produits. Répondez **Oui** pour confirmer, le changement de stratégie sera immédiat.

Décidez de votre stratégie de marque au début du jeu. Un changement de stratégie pour des marques bien établies sur le marché vous fera perdre des points d'évaluation durement gagnés. En changeant de stratégie, vous donnez également l'avantage à vos concurrents, qui concurrenceront vos produits pendant que vous serez occupé à rétablir la notoriété de vos marques.

Le vieux Manuel

### Leadership

Ce rapport présente les résultats en matière de leadership sur le marché, et ce pour plusieurs industries et marchés. La part de marché de la société, et sa position dans chaque industrie et sur chaque marché sont également indiquées.

Vous pouvez contrôler l'affichage en cliquant sur l'un des trois boutons au bas du rapport:

- *Tous.* Affichage de toutes les industries et de tous les marchés.
- *Parts de marché.* Affichage limité aux marchés dans lesquels la société détient des parts de marché.
- *Marchés dominés.* Affichage limité aux marchés où la société est en position dominante.

### Etats financiers

Ce rapport présente des états financiers importants, qui permettent de déterminer si une société gagne ou perd du terrain dans sa lutte incessante pour la rentabilité et la solvabilité. Chaque état financier est expliqué ci-dessous:

- *Valeur patrimoine.* Différence entre le total de l'actif de la société et le total des emprunts.
- *Valeur actuelle.* Valeur actuelle de la société, calculée en multipliant le cours de l'action par le nombre total d'actions en circulation.
- *Liquidités.* Disponibilités en liquide de la société.
- *Revenu annuel.* Revenu total de la société au cours de l'année écoulée.
- *Bénéfices d'exploitation annuels.* Bénéfice d'exploitation total de la société sur l'année écoulée.
- *Bénéfices nets annuels.* Total des bénéfices nets au cours de l'année écoulée.
- *Actif total. Somme des actifs de la société.* Le détail de ces actifs est indiqué dans le bilan de la société.
- *Total emprunts.* Total des emprunts bancaires de la société.
- *Portefeuille Actions.* Valeur totale des actions appartenant à la société.
- *Années d'activité.* Nombre d'années de fonctionnement depuis la création.
- *Nombre d'employés.* Nombre total d'employés dans toutes les entreprises de la société.
- *Classes de produits.* Nombre de classes de produits fabriqués.
- *Types de produits.* Nombre de types de produits fabriqués.
- *Rendement des capitaux investis.* Rendement annuel des capitaux investis par les actionnaires de la société, sous forme de pourcentage. Il est calculé en divisant les bénéfices annuels de la société par ses capitaux propres.
- *Rendement de l'actif total.* C'est le pourcentage calculé en divisant les bénéfices annuels de la société par le total de son actif. Il vous donne une idée de l'efficacité de la société pour utiliser son actifs et générer des bénéfices.
- *Rendement des actions.* Rendement des actions, pourcentage calculé en divisant les dividendes par le cours des actions.
- *Rendement total aux investisseurs.* Rendement total aux investisseurs, pourcentage calculé en divisant le rendement d'une action pendant l'année écoulée par le cours des actions. Le rendement comprend les dividendes reçus et les bénéfices réalisés sur l'augmentation du cours de l'action.

Le vieux Manuel

- *Marge bénéficiaire d'exploitation.* La marge bénéficiaire d'exploitation indique la rentabilité de la fabrication et de la vente des produits. Ce pourcentage est calculé en divisant les bénéfices d'exploitation annuels de la société par son revenu annuel.
- *Marge bénéficiaire nette.* La marge bénéficiaire nette mesure la rentabilité d'une société après le paiement de tous ses frais et coûts. C'est un pourcentage calculé en divisant les bénéfices nets annuels de la société par son revenu annuel.
- *Rotation des stocks.* Rapport entre les ventes annuelles et la valeur des stocks de la société. Cette ligne indique le nombre de "rotations" des stocks, et ce chiffre est calculé en divisant les ventes annuelles de la société par la valeur de ses stocks.
- *Rotation de l'actif.* Rapport entre les ventes annuelles de la société et la valeur totale de ses actifs.
- *Taux Capitaux Propres-Actif.* Le taux entre les capitaux propres et l'actif est une mesure de la force financière de la société. Un taux élevé indique une situation financière saine, car les actifs sont principalement financés par les capitaux de la société, et non par l'emprunt. Ce taux est calculé en divisant les capitaux propres de la société par le total de son actif.

## Rapport personnel

Le Rapport personnel contient des informations sur toutes les personnes actives dans le jeu. Parmi elles, certaines vous font directement concurrence, d'autres sont des investisseurs ou des spéculateurs, et qui sont plus intéressés par les opérations boursières que par la mise en place d'une entreprise.

Vous verrez deux barres de sélection dans la partie supérieure du rapport. Celle de gauche vous permet de sélectionner le nom de la personne sur laquelle vous voulez des informations. Celle de droite est un sélecteur de sujets qui vous permet de sélectionner le type d'informations qui seront affichées dans le rapport. Les sujets proposés sont les suivants:

- *Résumé.* Résumé sur chaque personnage.
- *Carrière & Fortune.* Etat de sa carrière et de sa fortune personne.
- *Personnalité.* Sa personnalité.
- *Compétence.* Affiche la compétence de cette personne.
- *Score.* Affiche son score dans le jeu.

### Résumé

Ce rapport contient un résumé des informations sur un personnage. Les informations affichées sont les suivantes:

- *Caractère.* Le caractère détermine la manière dont quelqu'un gère ses activités. Les caractères disponibles sont les suivants: conservateur, modéré, agressif ou très agressif.
- *Fonction.* La fonction indique les titres obtenus en dirigeant ou en achetant des sociétés. DG correspond à Directeur Général.
- *Société.* Société dirigée par le personnage sélectionné.
- *Liquidités.* Total des liquidités en sa possession.
- *Actions.* Total des actions en sa possession.
- *Fortune totale.* Fortune totale, calculée en ajoutant la valeur des liquidités à celle des actions.

Le vieux Manuel

## Fortune

Les informations indiquées dans cette rubrique couvrent les domaines suivants:

### Fortune personnelle

- *Liquidités.* Total des liquidités en sa possession.
- *Actions.* Valeur totale des actions en sa possession.
- *Fortune totale.* Fortune totale, calculée en ajoutant la valeur des liquidités à celle des actions.

### *Actions détenues*

- *Société.* Nom de la société dont la personne détient des actions.
- *Cours.* Cours actuel des actions.
- *Qté détenue.* Quantité d'actions.
- *% détenu.* Ce pourcentage est calculé en divisant la quantité d'actions détenues par le nombre total d'actions en circulation.
- *Valeur du portefeuille.* Valeur totale des actions.
- *Position. Position dans la société.* (DG = Directeur Général; PDG = Président Directeur Général)

## Carrière

- *Société.* Société dirigée par le personnage sélectionné.
- *Titre.* Titre atteint en dirigeant ou en achetant des sociétés. DG correspond à Directeur Général.
- *Années de service.* Nombre d'années passées dans la société.

### Rapport de carrière

Le rapport affiche également des informations sur l'embauche. (Voir Chapitre 9, "Gestion du Personnel", pour de plus amples informations).

## Personnalité

Dans le jeu, les joueurs contrôlés par l'ordinateur ont chacun une personnalité bien définie (voir le chapitre 9 "Gestion du Personnel" pour de plus amples informations).

## Compétence

Si vous choisissez un niveau de compétence "prédéfini" dans le menu des paramètres d'une nouvelle partie, certains joueurs contrôlés par l'ordinateur seront des experts en la matière. Ce rapport indique la compétence des joueurs contrôlés par l'ordinateur. Consultez le chapitre 9, "Gestion du Personnel", pour de plus amples informations.

## Score du jeu

Le score d'un joueur est déterminé par les critères suivants:

- La fortune personnelle.
- La valeur marchande des sociétés contrôlées.

Le vieux Manuel

- Nombre d'industries dans lesquelles les sociétés occupent une position dominante.
- Nombre de produits leaders des sociétés.
- Niveau de difficulté du jeu.
- Dans les scénarios, si le joueur a réalisé tous les objectifs, il reçoit des points en prime.
- Dans un jeu normal, si le joueur est resté en jeu pendant plus de 50 ans, le score du jeu diminue en conséquence. Cette règle empêche le joueur d'obtenir un score élevé en accumulant simplement des bénéfices au fur et à mesure que le temps passe.

## 100 Milliardaires

Ce rapport contient la liste des 100 plus grosses fortunes du monde, avec des portraits à tomber par terre. Je comprends les gens. Si votre fortune est suffisante pour vous permettre de figurer dans ce tableau, votre nom sera affiché à côté des **milliardaires célèbres**. Cette réussite honorable mérite d'être signalée.
Si vous voulez uniquement voir les milliardaires du jeu, sélectionnez l'option Milliardaires Locaux dans le coin supérieur droit du rapport.

## Rapport financier

Si votre entreprise perd de l'argent, vous voudrez certainement savoir pourquoi. Vous pouvez dans ce cas examiner le Rapport Financier, qui affiche les états financiers suivants pour l'entreprise sélectionnée:

- Bilan de la société
- Compte de résultat de la société
- Compte de résultat de l'entreprise

Pour obtenir de l'aide sur les termes financiers utilisés dans ces états, voir les paragraphes "Bilan", page 12-15, et "Compte de résultat" page 12-16.

Si aucune entreprise n'est sélectionnée, ou si vous ne pouvez pas examiner les informations financières de l'entreprise sélectionnée, le Rapport Financier sera vide.

## Rapport d'objectifs

Ce rapport vous indique les objectifs que vous devez atteindre, ainsi que votre progression.

### Jeu normal

Dans un jeu normal, le but est de dominer toutes les industries. La colonne Objectif contient la liste des industries, et la colonne Atteint indique si vous avez ou non le leadership dans une industrie.

### Jeu avec Scénario

Dans les scénarios, le Rapport d'objectifs indique le nombre d'années dont vous disposez et le nombre d'années écoulées depuis le début du jeu. La différence entre les deux représente les années qui vous restent pour atteindre les objectifs du jeu. Vous perdez si vous ne réussissez pas à atteindre tous les objectifs dans la limite de temps allouée.

Le vieux Manuel

Vous pouvez avoir un ou plusieurs objectifs à réaliser. Leur liste est indiquée dans le Rapport d'objectifs. La colonne **Objectif** indique l'objectif à atteindre, la colonne **Actuelle la situation** actuelle, et la colonne **Réalisé** signale les objectifs atteints.

Par exemple, supposez que vous voyez dans la colonne des objectifs "Bénéfices d'exploitation annuels de votre société", dans la colonne Objectif "$100 millions", et dans la colonne Valeur actuelle "$16 millions". Ces chiffres indiquent que les bénéfices d'exploitation annuels de votre société doivent atteindre $100 millions pour gagner le jeu et qu'ils ne sont pour l'instant que de $16 millions. Vous pouvez en déduire le chemin qui vous reste à parcourir pour atteindre cet objectif.

Le Vieux Manuel

# A Touches de raccourci

| Touche | Action |
|---|---|
| 1 | Rapport de synthèse du produit |
| 2 | Rapport détaillé sur le produit |
| 3 | Rapport d'entreprise |
| 4 | Rapport de synthèse de la société |
| 5 | Rapport détaillé sur la société |
| 6 | Rapport personnel |
| 7 | Rapport des 100 Milliardaires |
| 8 | Rapport Financier |
| 9 | Rapport d'objectifs |
| 0 | Bulletin |
| F1 | Guide du fabricant |
| F2 | Guide de l'agriculteur |
| F3 | Guide du dirigeant |
| F4 | Bibliothèque des plans d'implantation |
| F5 | Entreprise précédente |
| F6 | Entreprise suivante |
| F7 | Bourse |
| F8 | Action financière |
| Q | Pause |
| W | Vitesse minimum |
| E | Vitesse lente |
| R | Vitesse normale |

Le vieux Manuel

| | |
|---|---|
| T | Vitesse rapide |
| Y | Vitesse maximum |
| N | Option d'affichage Journaux |
| M | Sélection des options d'affichage Journaux |
| A | Sélection de l'application automatique des recherches |
| I | Sélection du paramétrage par défaut de vente interne |
| C | Sélection de l'option de considération des offres |
| D | Paramètres du Jeu |
| Z | Zoom avant et arrière sur la carte régionale |
| L | Chargement sauvegarde |
| S | Sauvegarde |
| Echap | Abandon |
| Alt-Q | Quitter et retour au DOS |

Le Vieux Manuel

# B Bibliographie

## Placements en bourse

*Beating the Street.* Peter Lynch et John Rothchild. Fireside.
*How to Buy Stocks.* Louis Engel et Brendan Boyd. Bantam Books.
*One Up On Wall Street.* Peter Lynch et John Rothchild. Penguin Book.
*Trader Vic - Methods of a Wall Street Master.* Victor Sperandeo et T. Sullivan Brown. Wiley.
*Understanding Wall Street.* Jeffrey B. Little et Lucien Rhodes. McGraw-Hill.

## Gestion Publicité & Marque

*Handbook of Brand Management.* David Arnold. Addison-Wesley.
*Introduction to Advertising and Promotion.* George E. Belch et Michael A. Belch. Irwin.
*Managing Brand Equity.* David A. Aaker. Free Press.
*Strategic Media Planning.* Kent M. Lancaster et Helen E. Katz. NTC Business Books.

## Gestion stratégique

*Cases in Competitive Strategy.* Michael E. Porter. Free Press.
*Competitive Advantage.* Michael E. Porter. Free Press.
*Competitive Strategy.* Michael E. Porter. Free Press.
*Strategic Management.* Fred R. David. Macmillan.
*Strategic Management Text and Cases.* James M. Higgins et Julian W. Vzince. Dryden Press.

## Gestion financière

*Financial Management.* Eugene F. Brigham et Louis C. Gapenski. Dryden Press.
*Investments-Analysis and Management.* Jack Clark Francis. McGraw-Hill.

## Comptabilité

*Accounting: The Basis or Busines Decisions.* Meigs & Meigs. McGraw-Hill.
*How to Understand and Use Company Accounts.* Roy Warren. Hutchinson Business Books.

Le vieux Manuel

## Management

*Management*. Don Hellriegel et John W. Slocum, Jr. Addison-Wesley.
*Manager's Handbook*. Arthur Young. Sphere Reference.
*Small Business Management*. Hal B. Pickle & Royce L. Abrahamson. Wiley.

## Sciences économiques

*Economics*. Michael Parkin. Addison-Wesley.

## Marketing

*Marketing Management*. Harper W. Boyd, Jr. et Irwin Orville C. Walker, Jr.
*Portable MBA in Marketing*. Alexander Hiam et Charles Schewe. Wiley Marketing.

## Divers

*Book of Business, Money and Power*. Michael Kidron et Ronald Segal. Pan Books.
*Competitive Product Development*. Rudolph G. Boznak et Audrey K. Decker. ASQC Quality Press.
*Control Your Destiny or Someone Else Will*. Noel M. Tichy et Stratford Sherman. HarperBusiness.
*Iacocca An Autobiography*. Lee Iacocca et William Novak. Bantam Books.
*Liberation Management*. Tom Peters. Knopf.
*Portable MBA Desk Reference*. Paul A. Argenti. John Wiley.
*Sam Walton - Founder of Wal-Mart*. Vance H. Trimble. Penguin.
*Thinking Strategically*. Avinash K. Dixit et Barry J. Nalebuf. W.W. Norton & Company.

Le vieux Manuel

# C REMERCIEMENTS

| | |
|---|---|
| Idée originale | Trevor Chan |
| Conception du produit | Trevor Chan |
| Programmation | Trevor Chan |
| Graphismes | Chris Whitehouse |
| Assistante conception | Fiona Hau |
| Documentation et Texte du Jeu | Trevor Chan |
| Edition | Kevin Twa, Chris Peterson, Daniel Hoffman |
| Conception du manuel et édition | Sarah O Keefe and Alan Pringle of Scriptorium Publishing Services, Inc. |
| Texte audio | Don Blair |
| Production | Trevor Chan, Joe Rutledge |
| Responsable Qualité | David Green |
| Conversion Windows 95 | Eddie Davis |
| Testeurs Beta internes | Ismini Boinodiris, Shane Brewer, Brian Davis, Joe Myers, MikePearson, Becky Starling, Skip Stealey, Adam Turner, Ted Wagoner |
| Testeurs Beta externes | John D. Allen, Zsolt Arkossy, Fritz Effenberger, Marc Ehnes, John Elrod, Ursula Elrod, David Fine, Bernard Finel, Damien Guiny, Steve Haryono, Leonard Hemsen, John Hoffman, Patric Joerges, Sven Johansson, Johan Larsson, Mikko Kangasoja, Waldo Kaiser, Bill Kukowski, Rick Sun Lam, Leonard Law, William Leung, Crist Jan Mannien, Daniel Molnar, Les Nowak, Dan Osterlund, Daniel Overholt, Gregory Parker, Jim Pedicord, Gaspard Peixoto, Edy M. Prawono, Dean Robb, Lars T. Ronnevig, |

Le vieux Manuel

Mike Subelka, Steve Szymanski, Marcus Tortorelli, Thomas Wagner

| | |
|---|---|
| Contribution spéciale | Nina Rutledge, Ray Rutledge, Stephen Cheung |
| Image source | PhotoDisc, Inc.,Cyprus Online, et Enrico Talin, Tradenet Italy. |


Le Vieux Manuel