

GAZIFÈRE INC.
SOMMAIRE DES CHARGES D'EXPLOITATION
ANALYSE DES ÉCARTS - VENTES ET COMMUNICATION
CAUSE TARIFAIRE 2016

Prévision 2015 vs Réel 2014

1 SALAIRES

La variation de la charge salariale s'explique par les augmentations annuelles variant de 2% à 2.5% par an, selon les catégories d'employés, ainsi que par 2 postes de supervision laissés temporairement vacants en 2014. 72.8

2 AUTRES CHARGES

Augmentation de frais professionnels liés à la traduction française: charges d'exploitation encourues pour respecter notre programme de francisation, augmentation par rapport à 2014. 20

Augmentation de frais professionnels liés à la modification de notre site web, notamment pour prendre une part plus importante dans les médias sociaux ainsi que modification du graphisme du site. 5

Augmentation du budget de promotion suite à la volonté de promouvoir la conversion d'appareils et le développement de notre marché. 24

Augmentation des coûts de matériel publicitaire et d'impression. Par exemple, les encarts de grille de tarifs joints à nos factures se sont étoffés pour y inclure des explication concernant le marché carbone en 2015. 5

Augmentation du budget commandites 9.5

Inflation et variations d'autres dépenses ponctuelles -6.6 56.9

Cause 2016 vs Prévision 2015

3 SALAIRES

La variation de la charge salariale s'explique par les augmentations annuelles variant de 2% à 2.5% par an, selon les catégories d'employés, ainsi que par l'ajout d'un poste d'agent de communication. Ce nouveau poste, en plus de venir en soutien à l'employée présentement en fonction, aura comme tâche de développer l'animation des communautés virtuelles pour le compte de Gazifère (réseaux sociaux) en favorisant l'interaction et l'échange avec les internautes, ainsi que la tâche de développer les communications corporatives. 77.9

4 AUTRES CHARGES

Augmentation des budgets de promotion et commandites de manière à revenir à un budget similaire au budget 2012. En effet, des coupures internes ont été portées à ces dépenses entre 2012 et 2014. Le tableau ci-dessous récapitule les variations (dollars courants).

	Réel 2011	Réel 2012	Réel 2013	Réel 2014	(4+8) 2015	C2016
Promotion et relations publiques	105.1	140.9	116.8	102.2	126.0	150.0
Commandites	101.3	100.9	97.9	65.3	76.1	109.0
Total	206.4	241.9	214.7	167.5	202.1	259.0
<i>Variation 1 an</i>		35.5	-27.1	-47.2	34.6	56.9
<i>Variation 2 ans</i>				-74.4		

A noter qu'en considérant une inflation moyenne de 2% l'an, la dépense 2012 atteindrait 261 000\$ en2016. 56.9

Amortissements des programmes commerciaux 9.8

Variation des budgets de frais de déplacement afin de développer de nouveaux projets, de nouveaux partenariats et les connaissances de l'équipe afin d'assurer une meilleure position concurrentielle. 12.5

Inflation et autres dépenses ponctuelles 12.5 91.7