

Code branche ECOGE	Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES TECHNIQUES Régime technique – Session 2015	
Épreuve écrite	Branche	Division / Section
Durée de l'épreuve 3h	Economie de gestion	CG / CC
Date de l'épreuve		

Numéro candidat :

Le questionnaire couvre 4 thèmes :

Thème 1 :	Aspects juridiques de la création d'entreprise	23
Thème 2 :	Stratégies d'entreprise et choix mercatiques	29
Thème 3 :	Financement de l'entreprise	44
Thème 4 :	Droit du travail	24
	TOTAL	120

Le total sur 120 points est à diviser par 2 pour obtenir une note sur 60 points.

2. Quelles sont les deux autres conditions fondamentales qui doivent être remplies pour obtenir l'autorisation d'établissement ? (2 points)

3. Sachant que la valeur des parts est fixée à 1.000€, déterminez le nombre des parts et le pourcentage du capital détenus par chaque associé ! (2 points)

4. Quelle est la responsabilité financière des deux associés ? (2 points)

5. Les affaires prospèrent, et l'entreprise dégage déjà lors de la première année des résultats positifs. Marco Goldschmidt propose de distribuer la moitié du bénéfice réalisé sous forme de dividendes. Son frère, plus prudent, préfère porter l'intégralité du bénéfice en réserve.

Est-ce que Guy Goldschmidt pourra empêcher la distribution d'une partie du bénéfice ?
Expliquez ! (4 points)

6. Quel est le traitement fiscal du bénéfice réalisé par l'« Auto-école Goldschmidt S.à r.l. » ? Précisez ensuite le traitement fiscal du bénéfice distribué ! (5 points)

Le chiffre d'affaires de la société ayant augmenté de 60% au cours de la deuxième année, Marco Goldschmidt pense ouvrir une annexe au Sud du pays. Afin de mettre en œuvre ce projet, il propose que chaque associé fasse un apport supplémentaire de 500€ par part sociale. Guy Goldschmidt se prononce en défaveur de cet apport supplémentaire.

7. Quelle sera l'assemblée générale qui statuera ? Guy Goldschmidt pourrait-il empêcher l'augmentation des parts sociales ? Justifiez ! (4 points)

Thème 2	Stratégies d'entreprise et choix mercatiques	29 points
----------------	---	------------------

Desigual, le roi de la provoc... et des soldes !

Il fallait oser... Pour fêter l'ouverture des soldes d'été, Desigual a offert une tenue gratuite aux 100 premières clientes venues faire un demi strip-tease dans sa boutique parisienne, Place de l'Opéra. Ce coup marketing bien huilé est à l'image de la marque : provoc', clivant, mais efficace. (...)



Connaissant les motifs bariolés, voire psychédéliques qui ont fait la réputation de Desigual, on s'attendait, en visitant son siège, à tomber sur un repaire de fiéffés hippies. Erreur : dans ce building en verre de 14 000 mètres carrés, posé sur la plage de Barcelone, les trentenaires qui déambulent ordinateur sous le bras ont l'habit terne, tendance noir-gris-beige. Comme dans n'importe quelle boîte high-tech, les quelque 1 000 employés du site improvisent leurs réunions dans des espaces communs, car ils n'ont pas de bureaux fixes. Rien de baba cool.

Cette rigueur est d'ailleurs raccord avec les ambitions de la marque : « Placer un vêtement dans toutes les armoires du monde », selon Manel Jadraque, son P-DG. Et d'abord en France, qui deviendra cette année son premier marché, juste devant l'Espagne. Encore inconnue chez nous il y a dix ans, la firme textile a dans le viseur ses compatriotes Zara ou Mango. Ses boutiques ont essaimé de Prague à New York, en passant par Clermont-Ferrand. Si bien que l'an dernier, Desigual a totalisé 828 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit dix fois plus qu'en 2007. Surtout, son résultat net a bondi de 76% en un an, à 129 millions d'euros. Alléché par cette rentabilité très élevée, le fonds français Eurazeo a investi en mars dernier 285 millions pour prendre 10% du capital, jusqu'ici détenu par son bienheureux fondateur.

Le farfêlu à l'origine de Desigual est un Suisse nommé Thomas Meyer. La légende veut qu'il ait lancé la marque en 1984 à Ibiza, avec pour premier modèle une veste patchwork constituée de vieux jeans. Sa vision : créer une marque qui ressuscite le Flower Power, à l'image de son slogan : « La vie est chouette. » Aujourd'hui encore, ce Barcelonais d'adoption se rend tous les jours au siège. « Il donne pour chaque saison des phrases d'inspiration, à partir desquelles on décline les vêtements », indique Rina Porta, la porte-parole. Impossible d'interviewer ce gourou, un grand timide paraît-il, qui préfère laisser parler ses vêtements.

Car le génie de Desigual, c'est d'abord d'avoir inventé un style repérable entre mille. Vingt-cinq créateurs maison y travaillent, au quatrième étage du siège. « C'est une marque qui est en rupture : quand d'autres véhiculent une féminité sophistiquée, elle porte une culture du Sud, très chaude, qui plaît aux femmes pour qui la mode doit se voir, au premier degré », analyse Patricia Romatet, directrice d'études à l'Institut français de la mode. Une logique à contre-courant de ses rivales, qui renouvellent leurs collections chaque mois. « Ce n'est pas une marque de mode qui suit les tendances, affirme même Virginie Morgon, directrice générale d'Eurazeo. On aime ou on n'aime pas : la population cible est plus restreinte, mais le lien avec les clientes plus fort. Desigual vise tout

de même une clientèle assez large de femmes de 25 à 60 ans. Pour cela, elle divise chaque collection en trois lignes, sobrement baptisées Fun, Sex et Love, pour les jeunes, les fêtardes et les femmes mûres. Côté confection, pas de surprise : ces modèles sont fabriqués à 80% en Chine et en Inde, pour le reste au Maghreb, au Portugal et en Espagne. Quant aux prix – en moyenne 100 euros la robe, 60 euros le tee-shirt – ils assurent une jolie marge.

Espace « piscine » dans les magasins

Pour déclencher l'achat, la marque joue aussi l'originalité en boutique. Les vendeurs, formés à la devise maison « Fun and profit » sont motivés. En Espagne, ils touchent une commission en fonction des ventes, qui peut monter à 500 euros en juillet ou en août pour les managers. Le décor des boutiques est théâtralisé : espace « piscine » avec carrelage bleu, murs végétalisés, collages de tapis muraux, milliers de bouteilles vides pendues au plafond, mosaïques de parquets au sol... Eloi, jeune vendeur depuis deux ans au magasin de la Plaça de Catalunya, à Barcelone, explique l'organisation des collections : « Les dix best-sellers de la semaine passée sont placés à l'entrée, immanquables, et même doublés, voire triplés dans la boutique... »

En plus de ses 405 adresses propres, Desigual a installé 2 500 corners dans des grands magasins, mais est aussi présent dans 11 000 points de vente multimarques. « C'est une approche très disruptive, alors qu'aujourd'hui tout le monde assure qu'il faut juste avoir ses propres boutiques », apprécie Virginie Morgon. La marque compte ainsi 17 canaux de vente différents au total, dont Internet n'est pas le moindre : il représente déjà un dixième de son business.

Tollé suite à sa pub pour la fête des mères

Enfin, la griffe barcelonaise sait faire parler d'elle à peu de frais avec ses opérations provoc. Les inaugurations ou les soldes donnent souvent lieu à un étrange ballet, la « semi naked party ». Les 100 premières clientes à se présenter en sous-vêtements (ou nues quand la loi l'autorise) repartent avec une tenue gratuite. Quant aux publicités de Desigual, elles franchissent volontiers la ligne jaune. Pour la dernière fête des Mères en Espagne, on y voyait une femme perçant des préservatifs avec une épingle... Tollé sur les réseaux sociaux, où les internautes ont demandé le retrait de ce spot jugé irresponsable. « Notre communication est transgressive, mais cherche toujours à faire réfléchir, se défend Rina Porta. On ne regrette pas cette campagne, mais on a présenté nos excuses aux personnes choquées. »

Comment réussir à croître et continuer à séduire dans la durée, quand on a un style aussi tranché ? Desigual mise d'abord sur la diversification de ses produits. En plus des chaussures et sacs à main, elle a lancé dernièrement une gamme de linge de maison ou encore des parfums, en vente chez Sephora. Reste à revoir la collection homme : « Elle doit encore être améliorée, ils en sont bien conscients », observe Virginie Morgon, d'Eurazeo. Pas de quoi s'appesantir : le fonds d'investissement compte mettre le paquet sur l'expansion internationale de la marque, comme il l'a fait avec les doudounes Moncler, un autre de ses poulains. Les deux années à venir seront consacrées aux sept pôles d'implantation : São Paulo, Rio de Janeiro, Hong Kong, Singapour, New York, la Floride et le Japon. Et quand il sera temps d'envisager l'introduction en Bourse, les agités de Desigual auront de plus en plus de mal à se faire passer pour des hippies.

Source : Benoît Berthelot, www.capital.fr, 25 juin 2014.

1. Toute entreprise qui veut réussir sur le marché essaie de se procurer un avantage concurrentiel durable.

a. Expliquez les 2 grands types d'avantages concurrentiels ! (4 points)

b. De quelle catégorie relève l'avantage concurrentiel de Desigual ? Justifiez ! (2 points)

2. Définissez la notion de « ciblage » ! (2 points)

3. Déterminez la cible de Desigual ! (1 point)

4. Quelle est la stratégie de distribution de Desigual ! Justifiez ! (3 points)

5. Présentez les deux alternatives en matière de positionnement dont dispose une entreprise ! (4 points)

6. Quel est le choix de positionnement retenu par Desigual ? Justifiez ! (2 points)

7. Définissez la « politique de produit » ! (3 points)

8. Présentez la politique de produit de Desigual ! (2 points)

9. Comment Desigual compte adapter sa politique de produit pour réussir dans la durée ? (2 points)

10. Le taux de notoriété et l'image de marque jouent un rôle central dans la politique de communication de Desigual. Définissez ces deux concepts et donnez pour chacun un exemple concret issu de la politique commerciale de Desigual ! (4 points)

Thème 3	Financement de l'entreprise	44 points
----------------	------------------------------------	------------------

Remarque: Présentez vos calculs et arrondissez-les à deux décimales! Pour les taux d'intérêt, prenez toutefois les valeurs exactes!

Rosa Lombardi et Marguerite Kemmer ont décidé de créer la S.à r.l. « RoMa Fleurs », ayant comme objet la vente de fleurs et d'arrangements. Elles proposent également des articles de décoration intérieure et extérieure pour la maison (caches pot, vases...).

Leur concept commercial prévoit de réaliser lors de la première année un chiffre d'affaires hors taxes de 200.000€ avec des produits fabriqués dans leur atelier et de 80.000€ avec la vente d'articles de décoration.

Elles estiment leurs besoins en immobilisations comme suit :

	Coût estimé	Durée d'amortissement
Frais d'établissement	2.100€	3 ans
Constructions	120.000€	20 ans
Matériel de transport	25.000€	5 ans
Installations diverses	32.000€	10 ans
Matériel de bureau	3.000€	3 ans
Outillage	3.000€	3 ans

Les deux associées se basent, par ailleurs, sur les prévisions suivantes:

- Marge commerciale sur les articles de décoration : 60 % du chiffre d'affaires HTVA ;
- Consommation et achats de matières premières (*On fait l'hypothèse que les matières premières achetées sont entièrement consommées au cours de l'exercice*) : 75.000€ HTVA
- Achat de marchandises de l'exercice HTVA 15 % : 50.000€ ;
- Délai moyen de paiement des clients : 70 % des clients paient au comptant, 20% des clients paient dans les 30 jours et 10% des clients paient dans les 45 jours ;
- Délai moyen de règlement des fournisseurs : 10 % des fournisseurs sont payés au comptant, 70 % dans 30 jours et le reste dans 45 jours ;
- Durée moyenne de stockage : Matières premières 5 jours et articles de décoration 60 jours.

2. Présentez les deux premières et la dernière ligne du tableau d'amortissement de l'emprunt auprès de la banque Raiffeisen. (6 points)

3. A l'aide des informations disponibles, dressez un premier plan de financement ! (*Tous les montants sont à arrondir à l'unité*) (5 points)

TABLEAU DE FINANCEMENT 1

4. Commentez brièvement la situation financière en vous basant sur le ratio d'indépendance financière! (3 points)

Thème 4	Droit du travail	24 points
----------------	-------------------------	------------------

Cas 1

Suite à un accident de travail, Régine Houdremont est en congé de maladie pour une durée de 6 mois. Pour remplacer la salariée, la société A a conclu un contrat à durée déterminée avec Geraldine Geimer avec comme date d'entrée le 1^{er} janvier 2015. Le contrat de travail prévoit une clause à l'essai de 2 mois.

1. Énoncez la condition légale qui autorise une entreprise à engager un salarié pour une durée déterminée ! Donnez un exemple concret ! (2 points)

2. Géraldine Geimer tombe malade le 20 janvier 2015. Elle remet un certificat médical indiquant son incapacité de travail jusqu'au 25 janvier 2015. A son retour, son employeur l'informe que sa période d'essai sera prolongée de deux semaines.

Est-ce que le principe d'une prolongation de la période d'essai est licite dans ce cas concret ? Motivez votre réponse ! (2 points)

3. L'article 5 du contrat de travail stipule que « *Le traitement mensuel brut du salarié correspond au travail fourni, soit 40 heures/semaine en moyenne, est fixé à 415,20 euros, indice 100 au 01/01/1948. Le salaire est payé à la fin du mois.* »

Calculez le salaire mensuel touché par Geraldine Geimer, sachant que l'indice applicable au 1^{er} janvier 2015 était de 775,17 points ! (2 points)

Cas 2

C'est partant à bon droit que les premiers juges, après avoir constaté que le contrat de travail a été signé postérieurement à l'entrée en service effective, ont déclaré nulle la clause d'essai contenue dans le contrat (C.S.J. du 22.02.1996 n°17497 Intralux transport c/ Kieffer).

A défaut d'écrit le contrat sera réputé conclu à durée indéterminée (et il est impossible de prouver une période d'essai par témoins). (C.S.J. du 15.10.1987 Sa Quincaillerie de Mondervange c/ Dinis).

1. En vous référant aux deux jurisprudences ci-dessus, quelles sont les obligations formelles requises pour constater une période d'essai ? (2 points)

2. Quelles sont les conséquences juridiques du fait qu'un contrat de travail n'a pas été constaté par écrit ? (2 points)

Cas 3

Les faits

Engagée suivant contrat de travail à durée indéterminée du 29 septembre 2004 par la société F en qualité de « Transfer Agent », A a été licenciée, par lettre recommandée du 5 mars 2010 avec un préavis de 4 mois, l'employeur la dispensant de toute prestation de travail pendant la durée du préavis.

La salariée A a fait convoquer son ancien employeur devant le tribunal du travail d'une part pour voir déclarer abusif le licenciement et obtenir dédommagement du préjudice subi, d'autre part pour voir constater qu'elle a été victime d'actes de harcèlement moral et obtenir une indemnisation de ce chef.

Jugement de 1ère instance

Le tribunal du travail a analysé les motifs du licenciement. Parmi les motifs invoqués le fait d'avoir abusé du téléphone professionnel mis à disposition par l'employeur pour passer

des communications privées ainsi que d'avoir abusé de son téléphone portable à son lieu de travail a été retenu comme établi et considéré à lui seul comme constituant une faute suffisamment grave de nature à justifier un licenciement avec préavis, ceci surtout au vu du fait que l'employeur avait à plusieurs reprises demandé à A de ne plus utiliser la ligne téléphonique professionnelle pour passer des appels privés.

Le licenciement a partant été déclaré régulier.

Par ailleurs, le tribunal a toutefois retenu que A avait fait l'objet d'actes de harcèlement moral de la part de son employeur et a condamné celui-ci à lui payer 10.000 € à titre de réparation du préjudice subi de ce chef.

La société F a interjeté appel contre ce volet du jugement.

Mme A n'ayant pas interjeté appel contre le volet de la décision qui a qualifié le licenciement régulier, ce volet est définitif.

Source : CSL, Infosjuridiques n°9/2014, octobre 2014.

1. Enoncez les motifs qui peuvent être invoqués par un employeur pour justifier un licenciement avec préavis ! Expliquez ! (4 points)

2. Dans le cas décrit plus haut dans le condensé de la jurisprudence, quel est le motif qui a été invoqué par la société F. ? Justifiez ! (2 points)

3. Quels sont les critères sur lesquels le tribunal de travail s'est basé pour évaluer la régularité du licenciement dans le cas présent ? Expliquez ! (2 points)

4. Enoncez en détail la procédure de licenciement avec préavis ! (6 points)
