

| | | |
|--|--|---------------------------|
| <i>Code branche</i> ECOGE | Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse EXAMEN DE FIN D'ETUDES SECONDAIRES TECHNIQUES Régime technique - Session 2015/2016 | |
| <i>Épreuve écrite</i> | <i>Branche</i> | <i>Division / Section</i> |
| <i>Durée épreuve</i> 3 heures | ECONOMIE DE GESTION | CG / CC |
| <i>Date épreuve</i> 02 JUIN 2016 | | |

Numéro de candidat :

Le questionnaire comporte 3 parties:

| | | |
|------------|--|------------|
| Partie 1 : | Aspects juridiques de la création d'entreprise et Droit du travail | 48 points |
| Partie 2 : | Stratégies d'entreprises et choix mercatiques | 26 points |
| Partie 3 : | Financement de l'entreprise | 46 points |
| | TOTAL | 120 points |

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

Première partie

Aspects juridiques de la création d'entreprise et aspects du droit du travail (48 points)

Léon Lafitte, Raymond Roth, Claire Rizon et Pierrette Chazal envisagent d'ouvrir, au centre-ville de Luxembourg, une boulangerie spécialisée dans la production et la commercialisation de produits biologiques. Léon Lafitte est détenteur du brevet de maîtrise de boulanger. Claire Rizon possède un DAP dans le même domaine, mais a abandonné sa formation menant au brevet de maîtrise. Elle occupe depuis huit ans un poste de gérante dans une boulangerie située au nord du pays. Les deux autres futurs associés ont décroché, il y a deux ans, leur DAP en tant qu'agent de voyage.

1. Expliquez pourquoi le statut juridique de la SARL est un choix moins risqué que celui d'une société en nom collectif ! (3)

2. Est-ce que chacun des 4 associés remplirait les conditions de qualification pour obtenir l'autorisation d'établissement ? Expliquez ! (3)

3. Pourquoi est-ce que le demandeur de l'autorisation d'établissement doit fournir une déclaration renseignant sur les fonctions de dirigeant qu'il a assumées au cours des trois dernières années ? (2)



Au début du mois de janvier 2014, les 4 associés créent la société « Le four doré SARL ». Léon Lafitte est nommé gérant par les statuts.

4. Remplissez le tableau qui suit, sachant que le capital est divisé en parts sociales d'une valeur nominale de 1.000€ ! (4)

| Nom de l'associé | Apport réalisé (€) | Nombre de parts | % du capital social |
|------------------|--------------------|-----------------|---------------------|
| Lafitte | 50.000 | | |
| Roth | 40.000 | | |
| Rizon | 20.000 | | |
| Chazal | 20.000 | | |
| TOTAL | | | |

Lors de la 1^{ère} assemblée générale, Pierrette Chazal et Léon Lafitte ont proposé d'approuver les comptes annuels tandis Claire Rizon a refusé de donner son accord. Raymond Roth était absent lors de l'assemblée en question.

5. Expliquez quelle décision a finalement été retenue ! (2)

6. Quel aurait été le traitement fiscal si la société avait réalisé un bénéfice intégralement mis en réserve ? (3)

7. Pourquoi est-ce qu'en cas de distribution du bénéfice, les associés d'une SARL ne sont pas pénalisés par rapport aux associés d'une société de personnes et ceci malgré la double imposition? (2)



Léon Lafitte, déçu des faibles performances économiques de la société, envisage de proposer à côté de la vente en magasin, un service de livraisons à domicile. À cet effet, il propose de changer le dénomination sociale de l'entreprise en « Le four doré chez vous SARL ».

8. Est-ce que Claire Rizon et Pierrette Chazal, pourraient s'opposer au changement en question, si Léon Lafitte était soutenu dans son projet par Raymond Roth ? Expliquez en détaillant la procédure ! (5)

9. Après ce premier conflit, Claire Rizon et Pierrette Chazal veulent se retirer de la société. Elles annoncent à Léon Lafitte et Raymond Roth, que s'ils n'étaient pas d'accord de racheter leurs parts, elles les proposeraient à Eugène Legrain, propriétaire unique de la boulangerie « Du pain au chocolat ». Est-ce que Léon Lafitte et Raymond Roth pourraient s'opposer à cette cession? Expliquez ! (3)

Après de longues discussions, Léon Lafitte accepte de racheter les parts de Claire Rizon et Raymond Roth celles de Pierrette Chazal. Suite au départ des deux femmes, Léon Lafitte décide, dans le cadre de la réorganisation l'entreprise, de signer des contrats à durée indéterminée et à plein temps avec le boulanger Jérôme Lejeune et la vendeuse Catia Ferreira. De plus, il signe un contrat à mi-temps avec Antoinette Rousseau qui est censée s'occuper du nettoyage des locaux. Les 3 salariés signent leurs contrats à la date du 1^{er} février 2015 et commencent leur activité le même jour.

10. De quel moyen dispose Léon Lafitte sur le plan contractuel pour tester les capacités professionnelles des salariés avant de les engager définitivement ? Expliquez les deux principaux avantages de la solution proposée ! (3)

Six mois après la signature des contrats de travail, Léon Lafitte décide de confier le nettoyage des locaux à une entreprise spécialisée dans ce domaine et de se séparer d'Antoinette Rousseau. À cet effet, il envoie la lettre recommandée ci-dessous.

Le four doré SARL

14, rue du Carré aux abricots
L-2315 Luxembourg

Luxembourg, 25 juillet 2015

Madame Antoinette Rousseau
5, place du Pain aux céréales
L- 7250 Bereldange

Madame Rousseau,

Par la présente, j'ai le regret de résilier votre contrat de travail conclu en date du 1^{er} février 2015. En fonction de votre ancienneté de service, votre préavis légal prendra cours le 1^{er} août 2015 et expirera le 31 août 2015.

Veuillez agréer, Madame Rousseau, l'assurance de mes considérations distinguées.

Léon Lafitte

L. Lafitte

11. Précisez de quel type de licenciement il s'agit et indiquez l'irrégularité que vous constatez dans la lettre ci-dessus ! Quelle peut en être la conséquence pour l'employeur ? (5)

12. Après avoir reçu la lettre de licenciement, Antoinette Rousseau envisage de demander une indemnité pour licenciement abusif en invoquant qu'elle n'aurait pas été convoquée à un entretien préalable au licenciement. De plus, elle avance que l'employeur aurait dû communiquer les motifs dans la lettre de licenciement. Est-ce que les revendications de la salariée vous semblent justifiées ? Expliquez ! (4)

Au mois d'août, Léon Lafitte se rend compte que depuis un certain temps, le solde de la caisse ne coïncide plus avec le chiffre d'affaires devant résulter de la production vendue. Une enquête montre rapidement que les fonds ont été contournés par la vendeuse Catia Ferreira. Confrontée aux reproches de son employeur, elle avoue immédiatement les faits. Pour se séparer le plus vite possible de sa salariée, Léon Lafitte lui envoie la lettre ci-dessous.

Luxembourg, le 16 août 2015

Le four doré SARL
14, rue du Carré aux abricots
L-2315 Luxembourg

Madame Catia Ferreira
1, rue de la Vieille Prune
L- 8963 Petit-Nobressart

Objet : Résiliation de votre contrat de travail

Madame Ferreira,

Par la présente, j'ai le regret de résilier votre contrat de travail conclu en date du 1^{er} février 2015 avec effet immédiat.

Veuillez agréer, Madame Ferreira, l'assurance de mes considérations distinguées.

Léon Lafitte

L. Lafitte

13. Est-ce que ce que cette lettre de licenciement est conforme à la loi ? Expliquez ! (3)

14. Expliquez le rôle des différentes institutions juridiques nationales pouvant intervenir en cas de conflit entre un salarié et son employeur. (4)

15. Quelle est la principale différence, sur le plan contractuel, entre un contrat à durée déterminée et le travail intérimaire (2)



Deuxième partie

Stratégies d'entreprises et choix mercatiques (26 points)

Sujet 1 : Analyse de texte

Le Coq sportif : un cadror revient dans l'arène



Un bâtiment en ruine, des murs décrépis, de la végétation qui s'insinue partout, des ronces¹ qui bouchent l'entrée. Voilà ce qu'ont trouvé les équipes du Coq sportif en 2009 lorsque la marque a décidé de revenir en France, dans un de ses sites historiques, à Romilly-sur-Seine (Aube). «Pour entrer, il fallait se frayer un chemin à la machette, se souvient David Pécard, le directeur textile de la marque. On a reconstruit le bâtiment à l'identique, avec les matériaux d'époque. Mais on a complètement modernisé l'intérieur et on a posé de grands plafonds en verre pour faire entrer la lumière.» Aujourd'hui, 40 salariés s'affairent derrière les machines. Sérigraphistes, modélistes, prototypistes développent et produisent ici quelque 35.000 pièces textiles par an : polos, shorts, chemises... Une production made in France qui a représenté en 2014 à peine 7% des ventes de textile de la marque plus que centenaire, mais qui est appelée à croître ces prochaines années. « Le Coq sportif a une stratégie coûteuse et néanmoins pérenne², estime Frédéric Tain, le responsable de la revue *Sport Guide* spécialisée dans l'économie du sport.

La marque reprend aujourd'hui l'ascension. Après une descente aux enfers dans les années 1990-2000, Le Coq sportif a été racheté en 2005 par le fonds suisse Airesis. Et a, depuis, multiplié son chiffre d'affaires par quatre, à plus de 100 millions d'euros. On arrive même à un total de 192 millions d'euros en tenant compte des ventes de produits Le Coq sportif réalisées en 2014 par les nombreux licenciés qui exploitent encore la marque dans le monde. Les chaussures fabriquées en Asie et au Portugal (4 millions de paires vendues par an) représentent à elles seules les trois quarts du chiffre d'affaires du Coq.

Le premier "survêt", c'est lui. En 1920 Emile Camuset reprend la société de textile créée de son père. En 1929, il lance la marque Le Coq sportif, choisissant cet emblème de la France afin de se distinguer des produits britanniques d'alors. En 1948, une tête de coq fait son apparition sur l'étiquette, mais il faudra attendre 1950 et la renaissance de la marque après la fermeture imposée par les nazis durant la guerre pour que le logo prenne la forme d'un gallinacé dans un triangle (lequel représente la famille Camuset). En attendant, Le Coq se fait peu à peu un nom grâce à ses innovations. Parmi elles, le premier survêtement de l'histoire, conçu en 1939 (et baptisé à l'époque «costume du dimanche»). Ou encore le premier maillot en jersey pour les cyclistes, une nouveauté qui séduira les organisateurs du Tour de France. En 1951, Le Coq est intronisé³ fournisseur officiel des maillots du Tour. C'est le début de son rayonnement à l'international.

La marque des champions. Pour asseoir sa réputation, Le Coq sportif va chercher à être présent sur tous les grands théâtres sportifs mondiaux. Et, si possible, en habillant les vainqueurs. Il devient la marque des champions. Le Coq sportif triomphe partout, gagne des Tours de France, des Coupes du monde de football, des Tournois des Cinq Nations, des Internationaux de tennis, des médailles

¹ plantes

² durable

³ établi

olympiques. Au début des années 1970, il a même remporté une victoire médiatique en étant la première marque sportive à faire de la publicité à la télévision !

Sous la bannière à trois bandes. Au début des années 1970, bien qu'aussi puissante que son grand rival Adidas, la marque est à l'agonie⁴ sur le plan financier. La faute à un gros emprunt contracté à la fin des années 1960 pour fusionner toutes ses usines sur un seul site, immense, à Romilly. Un mauvais choix stratégique, à une époque où les autres marques commencent à délocaliser massivement. Pour rester dans la course, Le Coq doit rogner ses marges. Fragilisé économiquement, il est pris à la gorge lorsque le choc pétrolier vient enchérir le coût des matières premières. En 1974, le Coq devient allemand en passant sous la bannière Adidas. Horst Dassler, le patron de la marque aux trois bandes, qui a débuté dans la filiale française du groupe, a toujours admiré la qualité des textiles du Coq. Or c'est justement le point faible d'Adidas, alors plus fort dans la chaussure. Les premières années du mariage franco-allemand feront merveille. Grâce à l'appui d'Adidas, le petit écusson⁵ triangulaire du Coq orne les maillots des plus grands sportifs et équipes du monde : celui de Yannick Noah à Roland-Garros en 1983 ou ceux des footballeurs italiens et argentins, champions du monde en 1982 et 1986. «Surtout, explique David Pécard, la marque était très populaire, car elle équipait à la fois les plus grandes vedettes et les petits clubs amateurs. Et elle consacrait autant d'attention au maillot de l'équipe de foot d'Avignon qu'à celui de Maradona.» Mais la romance entre les deux marques ne survivra pas à la brutale disparition de Horst Dassler en 1987. «Elles ont pris de plein fouet le développement de Nike en Europe qui, à la différence d'Adidas et du Coq sportif, avait déjà délocalisé sa production en Asie», analyse Frédéric Tain.

Le décrochage d'Adidas est violent et Le Coq sportif n'est plus une priorité pour le groupe. Le site de Romilly ferme ses portes en 1988, laissant Le Coq déplumé. Adidas cède les droits d'exploitation par continent à divers investisseurs, qui se contentent le plus souvent de coller le logo triangle sur des tee-shirts produits à bas coût en Asie. Au début des années 2000, l'entreprise tente bien de se relancer en jouant la carte vintage.

Un fonds d'investissement inconnu (Airesis) et un businessman célèbre (Robert Louis-Dreyfus) font le pari de relancer la marque. «Il existait un fort déséquilibre entre sa notoriété et son chiffre d'affaires», explique Christophe Morize, le patron d'Airesis. Première étape : redonner du lustre à un nom qui, malgré une forte notoriété, n'est plus visible nulle part. D'anciennes gloires sont appelées à la rescousse pour jouer les ambassadeurs (Yannick Noah, le rugbyman Jean-Pierre Rives...), ainsi que les stars montantes de l'époque, Sébastien Lœb et Frédéric Michalak. À l'image de son site, qui consacre de nombreuses pages à sa glorieuse histoire, la marque veut capitaliser sur son passé et s'en inspirer pour rebondir. Ce sera donc la réinstallation en grande pompe à Romilly en 2010, le come-back sur le Tour en 2012, pour lequel elle fournit à nouveau les maillots des vainqueurs, et un retour dans le foot avec le sponsoring du club de Saint-Étienne et ses mythiques maillots verts. «Ils jouent la carte populaire et ont une vraie stratégie d'entrepreneur, à la différence d'autres légendes des années 1970 comme Fila et Tacchini», explique Frédéric Tain. À plus de 130 ans, Le Coq a au moins déjà retrouvé de la voix.

Le 100% made in France, une utopie ?

Le Coq sportif a lancé en début d'année la réédition des mythiques Arthur Ashe à Romans-sur-Isère, l'ex-capitale de la chaussure. À 220 euros la paire, elles ne seront pourtant vendues que dans quelques boutiques de luxe, comme Colette, à Paris. La marque va acheter une bonne partie de ses tissus chez un sous-traitant à Troyes et se fournit majoritairement en France. Certes, les vêtements fabriqués dans l'Hexagone ne représentent encore que 5 à 7% de ses ventes, mais la marque proposera dès la collection printemps 2016 une série de tee-shirts made in France accessibles au plus grand nombre.

Source : www.capital.fr du 02/07/2015

⁴ déclin

⁵ emblème



1. Quel a été le choix, en matière de positionnement, de l'entreprise « Le Coq sportif » au début de sa création ? Illustrez vos propos en vous basant sur un extrait tiré du texte ! (3)

2. Expliquez comment la forme de communication de « Le Coq sportif » a évolué au fil des années? Illustrez vos propos en vous basant sur au moins 3 extraits tirés du texte ! (6)

3. Indiquez les avantages résultant du partenariat conclu entre « Adidas » et « Le Coq sportif » en 1974! (3)



4. Décrivez la stratégie en matière de politique de prix, pratiquée par l'entreprise « Le Coq sportif » pour la réédition des chaussures de Arthur Ashe ! (2)

5. Comment caractériseriez-vous la politique de distribution de l'entreprise « Le Coq sportif » à l'heure actuelle pour la réédition des chaussures de Arthur Ashe! Illustrez vos propos en vous basant sur un extrait tiré du texte ! (2)



Sujet 2 : Détermination du prix de vente psychologique optimal

Une entreprise commercialisant des produits multimédia, souhaite lancer un nouveau « smartphone » sur le marché. Produit d'après des critères écologiques très sévères, le téléphone se différencierait des produits concurrents par le fait que le consommateur pourrait remplacer lui-même des composantes défectueuses ou obsolètes. Cette solution, en plus d'être économique pour le consommateur final, présenterait des avantages sur le plan de la protection de l'environnement grâce à une réduction de déchets toxiques.

Pour connaître le prix de vente optimal, l'entreprise a réalisé une enquête auprès de 500 consommateurs potentiels.

Deux questions ont été posées :

- Au-dessus de quel prix n'achèteriez-vous pas ce téléphone (prix excessif) ?
- En dessous de quel prix ce téléphone vous paraît-il de qualité insuffisante ?

Les résultats de cette étude ont été reportés dans le tableau ci-dessous :

| Prix de vente TTC | Prix excessif | Qualité insuffisante |
|-------------------|---------------|----------------------|
| 250 | 0 | 215 |
| 300 | 0 | 160 |
| 350 | 46 | 79 |
| 400 | 68 | 46 |
| 450 | 102 | 0 |
| 500 | 210 | 0 |
| 550 | 74 | 0 |
| Totaux | 500 | 500 |

1. Déterminez le prix d'acceptabilité du téléphone mobile! (5)

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

2. Déterminez le coût de revient maximal du téléphone portable, d'après la méthode de fixation par l'aval ! (5)

- Le prix de vente ciblé pour le consommateur final est de 449,99 € TTC
- Le producteur prélève une marge bénéficiaire de 25% du coût de revient ;
- le détaillant exige une marge de 15% du prix de vente HTVA au consommateur ;
- le taux de TVA applicable est 17%.

Troisième partie

Financement de l'entreprise (46 points)

Sujet 1 : Financement de l'entreprise (36 points)

Georges SCHMIT et Carla FONTAINE envisagent d'ouvrir un magasin d'articles de sport dans un centre commercial situé au Kirchberg, sous la forme juridique d'une société à responsabilité limitée. Leur stratégie commerciale consiste à cibler simultanément deux segments de marché. Un tiers du chiffre d'affaires proviendrait des ventes de matériel et de tenues de sport proposés à des clubs sportifs tandis que deux tiers seraient réalisés avec la vente d'articles de sport à une clientèle privée haut de gamme.

Le volet financier de leur Business plan est basé sur les prévisions suivantes :

- M. SCHMIT réaliserait un apport en numéraire de 30.000 €, tandis que Mme FONTAINE apporterait 40.000 €. Le capital de la société serait entièrement libéré au moment de la constitution.
- Les frais d'aménagement du local de commerce se chiffrent en tout à 40.000 € amortissables sur une durée de 10 ans.
- Ils devraient acquérir un véhicule de livraison d'une valeur d'origine de 36.000 €, amortissable sur 6 ans.
- Les frais de constitution sont estimés à 15.000 € et pourraient être répartis sur 5 exercices.
- Le chiffre d'affaires hors TVA devrait atteindre 750.000 € au cours de la 1^{ère} année.
- Le bénéfice net d'impôts est évalué à 50.000 € pour la première année.
- Leur banquier serait disposé à accorder un crédit d'investissement d'un ordre de grandeur de 70.000 €. Le remboursement se ferait sur une durée de 5 ans par des trimestrialités constantes au taux annuel de 3,6%.
- Autres prévisions

| | |
|---|---|
| Marge commerciale : | 40% du chiffre d'affaires HTVA |
| Achats de la 1 ^{ère} année : | 400.000 € HTVA |
| Délai de règlement moyen des clients: | Les clubs sportifs devraient régler les factures endéans 30 jours, tandis que les clients privés règlent au comptant. |
| Délai de règlement moyen des fournisseurs: | 40% des fournisseurs sont réglés endéans 10 jours, 30% endéans 30 jours et le reste endéans 45 jours. |
| Durée moyenne de stockage des marchandises: | 60 jours |
| Taux de TVA applicable: | 17 % |

3. Présentez le tableau de financement au début de la première année ! (4) *(Tous les montants sont à arrondir à l'unité la plus proche.)*

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

4. Commentez brièvement la situation financière en vous basant sur le ratio d'indépendance financière ! (2)

5. Citez quatre avantages et deux inconvénients du crédit-bail ! (6)

6. Présentez les quatre premières et les deux dernières lignes du tableau d'amortissement de l'emprunt ! (6)
(Calculs avec 2 décimales. Pour les taux d'intérêt, on prend toutefois les valeurs exactes.)

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

7. Calculez la capacité d'autofinancement pour la 1^{ère} année ! (2)

8. Présentez le tableau de financement (à la fin de la première année) en intégrant toutes les informations précédentes ! (4) (*Tous les montants sont à arrondir à l'unité la plus proche.*)

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

9. Quel serait dans une telle situation le montant maximal des crédits que les banquiers seraient normalement prêts à accorder ? Faites la distinction entre une hypothèse normale et une hypothèse favorable ! (2)

Sujet 2 : Rentabilité des investissements (10 points)

L'entreprise « Sungarden SA », leader du marché dans la commercialisation de meubles de terrasse pour cafés et restaurants dans la grande région, a chargé le cabinet d'études « Customquest » avec une analyse de marché ayant pour objectif de faire ressortir les intentions d'achat de ses clients actuels et potentiels. Une des conclusions de l'enquête en question fut celle, que plus ou moins un quart de la clientèle serait intéressé à louer les meubles au lieu de les acheter. Les auteurs de l'étude avancent que la location présenterait l'avantage de réduire les investissements en immobilisations et faciliterait le remplacement du mobilier lors des travaux de rénovation.

Sur base des données présentées par « Customquest », le directeur financier de « Sungarden SA » fait une analyse prévisionnelle de la rentabilité du projet en partant des estimations suivantes :

- Acquisition du mobilier donné en location : 500.000 €
- Recettes annuelles résultantes de l'encaissement des loyers: 90.000 €
- Durée d'amortissement : 8 ans
- Prix de vente probable à la fin du contrat de location : 20% du prix d'achat
- Charges annuelles résultant de la réparation et de l'entretien des meubles donnés en location :
 - 10.000€ pour les deux premières années
 - 12.000€ pour les années 3 et 4
 - 16.000€ pour les années 5 à 8

Calculez la valeur actuelle nette de l'investissement, en tenant compte d'un taux d'imposition de 30% et d'un taux d'actualisation de 5% ! Que pouvez-vous en conclure ? (10)

(Calculs avec 2 décimales.)

