

B.T.S AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL

EPREUVE D'ECONOMIE ET GESTION D'ENTREPRISE

Le sujet se présente sous la forme de trois dossiers indépendants :

- DOSSIER 1 : Economie d'entreprise 6 points
- DOSSIER 2 : Droit 7 points
- DOSSIER 3 : Gestion 7 points

Le sujet comporte trois annexes :

- Annexe 1 : " Fly meuble les jeunes et leurs parents"
- Annexe 2 : " Les prud'hommes brestois sont les plus rapides de la région"
- Annexe 3 : Fiche de stock **(à rendre avec la copie)**

La calculatrice est autorisée dans les conditions réglementaires. (Circulaire du 16 novembre 1999)

| | | | | |
|----------------------------------|-----------------|---|--|------------|
| CODE EPREUVE : ADECOGE | | EXAMEN : B.T.S | SPECIALITE : AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL | |
| SESSION 2001 | SUJET | EPREUVE : E4-U4 ECONOMIE ET GESTION D'ENTREPRISE | | |
| Durée : 2h00 | Coefficient : 2 | | Code sujet : 10YD01 | Page : 1/8 |

DOSSIER 1 : Economie d'entreprise

TRAVAIL A FAIRE :

A partir de l'annexe 1 et de vos connaissances, vous répondrez aux questions suivantes :

1. Définissez les quatre termes soulignés.
2. Citez les différentes catégories de distributeurs du meuble que vous connaissez. Illustrez vos réponses par des exemples.
3. A quelles cibles s'adresse FLY ?
4. Expliquez par quels moyens FLY compte renforcer sa position par rapport à la concurrence.

ANNEXE 1 Economie d'Entreprise

Fly meuble les jeunes et leurs parents

Le challenger d'Ikea peaufine son nouveau positionnement dans la banlieue de Strasbourg. Objectif : **gagner en qualité et créativité** pour fidéliser sa clientèle d'origine, qui a vieilli et s'est enrichie, sans faire fuir ceux qui s'équipent pour la première fois.

La Boîte à meubles, ainsi que se qualifie l'enseigne Fly, ne mériterait-elle plus son nom ? Lorsque le visiteur pénètre dans le magasin de Vendenheim, situé à une dizaine de kilomètres au nord de Strasbourg, il pourrait le croire. Clair, spacieux, ce « Fly laboratoire », dont les travaux ont duré plus de six mois, a changé de dimension — sa superficie a doublé pour passer de 2000 à 4000 m² — et de standing. Que ce test soit effectué près de la métropole alsacienne n'est pas un hasard. D'abord, parce que l'Alsace est le fief de la famille Rapp, qui possède le groupe Mobilier européen auquel est adossée l'enseigne. Et ensuite, parce qu'Ikea, concurrent direct de Fly, a ouvert en automne son dixième magasin en France à quelques encablures de là...

Mais Fly ne se positionne pas seulement par rapport au géant suédois. Dotée d'une identité propre, l'enseigne familiale avait besoin d'évoluer car elle se situe sur un marché très convoité : celui du jeune habitat. Les hypermarchés, les grandes surfaces de bricolage, la vente par correspondance comme La Redoute, avec AMPM, ou la Camif, avec Par-ci, par-là !, tous les circuits s'engouffrent sur ce créneau porteur. Le PDG du numéro quatre du meuble en France avec 2.1 milliards de francs de chiffre d'affaires en 1999, Marc Bisch, fondateur de l'enseigne en 1978, sait qu' "il faut à la fois chouchouter les étudiants qui s'équipent pour la première fois, mais aussi suivre les clients d'origine Fly, devenus parents et plus exigeants". Autrement dit, Fly tente d'élargir son offre aux achats de renouvellement sans pour autant délaisser les juniors, qui représentent encore la moitié de sa clientèle et 60 % du chiffre d'affaires.

Un agencement en trois univers

Pour répondre à cet impératif, le magasin de Vendenheim s'articule autour de trois univers baptisés Junior, Authentique et Contemporain. Pour chacun, que l'on retrouve à la fois pour les meubles (2400 m²) et pour la décoration (1500 m²), l'enseigne a soigné la présentation. Fini l'aspect entrepôt où les articles étaient quasiment entassés ! L'assortiment a également gagné en qualité. « Un tiers de nos collections est renouvelé chaque année, précise Hervé Meyer, le directeur du magasin de Vendenheim. Avec l'Authentique et le Contemporain, nous avons pour but d'améliorer la qualité de nos produits. » Pour ce faire, la production reste pour l'essentiel européenne (70 % de l'assortiment) et exclusive.

Parallèlement, le choix s'est étoffé : on trouve davantage de canapés, de mobilier informatique et d'articles de rangement. Le catalogue a gagné 24 pages. Mieux, Fly se veut un dénicheur des tendances. Place donc à l'acier laqué ou au verre sablé, matériaux qui prennent le relais du fer forgé et du teck, ou aux canapés contemporains noir et blanc. Cible visée : les quadragénaires... plus argentés. (...)

L'enseigne s'est convertie à la fidélisation

Le distributeur, dont la clientèle se distingue de celle de l'enseigne suédoise essentiellement par la proximité du magasin, s'est, en revanche, converti à la fidélisation. Depuis avril, l'enseigne teste dans onze de ses magasins une carte qui donne droit à des remises proportionnelles au montant des achats. Elle sera étendue à tous les points de vente d'ici à la fin de l'année.

Reste à savoir à quel rythme Fly réussira à dupliquer sa nouvelle formule. Après le premier jet strasbourgeois, le concept définitif sera implanté sur 4000 m² à Rennes en septembre. Puis Marc Bisch a pour objectif d'agrandir 50 à 70 magasins sur un total de 126 d'ici à trois ans. La formule de 1800 m² n'est plus suffisante pour décliner le "nouveau" Fly. Un plan ambitieux : la difficulté consistera à obtenir les autorisations d'agrandissements et les emplacements pour cette superficie.

LES PLUS :

- Une ambiance chaleureuse qui donne envie d'acheter
- Des prix modérés

LES MOINS :

- Le plan de circulation ne facilite pas le parcours du client
- La montée en gamme n'est pas toujours visible, notamment pour le meuble

Article extrait de l'hebdomadaire « L.S.A. » (février 2000)

DOSSIER 2 : DROIT

TRAVAIL A FAIRE :

A partir de l'annexe 2 et de vos connaissances, vous répondrez aux questions suivantes :

1. Quelles sont les caractéristiques essentielles du Conseil des Prud'hommes ? Quelle est sa compétence ?
2. Quelles sont les différentes phases de la procédure prud'homale ?
3. Pour quelle raison doit-on s'adresser à un juge départiteur ? Qui assume cette fonction ?
4. Les litiges les plus fréquemment jugés par les prud'hommes concernent la rupture du contrat de travail. Citez les différents cas de rupture.

ANNEXE 2 DROIT

« Les prud'hommes brestois sont les plus rapides de la région »

Concilier pour encore raccourcir les délais

Peut mieux faire. C'est le constat que l'on peut tirer à l'écoute des discours prononcés lors de l'audience solennelle du conseil de prud'hommes. Bien que les délais de traitement des dossiers soient les plus courts de la Cour d'appel, il faut travailler à les réduire encore. Pour cela, une piste est évoquée avec insistance : la conciliation.

Conciliation : « phase obligatoire de l'instance prud'homale qui précède la procédure devant le bureau de jugement, pendant laquelle deux juges tentent de mettre les parties d'accord » nous apprend le lexique des termes juridiques. Un moyen efficace pour parvenir rapidement à une solution acceptée par l'employeur et le salarié en cas de conflit. Mais l'année dernière, par rapport à l'année 1998, le succès de la conciliation est en baisse : 59 cas contre 76, soit une chute de 22.5 %.

Un phénomène qui inquiète tant Sébastien Louboutin, président sortant du conseil de prud'hommes, que son successeur, Rolland Le Moullec. « Si j'avais un souhait à formuler pour cette année 2000, c'est que la conciliation reprenne toute la place qui lui revient dans la procédure. Pour cela, il est nécessaire que les parties soient présentes car cela permet la compréhension du dossier et surtout le rapprochement des parties » a rapporté Sébastien Louboutin.

Pourquoi un tel appel à la conciliation ? Parce qu'elle a une influence directe sur la durée des dossiers. Une durée moyenne de six mois et demi — ce qui situe Brest à la meilleure place en Bretagne — qui pourrait être améliorée, selon Sébastien Louboutin, « en donnant son véritable sens à la conciliation » .

Une opinion partagée par Rolland Le Moullec qui a donc placé son année de présidence sous ce signe, en lançant un appel aux bonnes volontés. « Doit-on se satisfaire des six mois et demi de temps moyen ? Pour ma part, je ne me satisfais pas d'être le « moins mauvais » alors que nous avons connu des délais bien inférieurs dans les années précédentes. La solution dépend en grande partie des conseillers. Le rôle de conciliateur devrait être un rôle primordial chez un conseiller prud'homme. Peut-être pourrait-on confier ce rôle aux plus « performants » d'entre nous dans ce domaine car s'il est vrai que l'on peut, avec le temps, devenir un bon conciliateur, encore faut-il le vouloir . »

Formés par le juge départiteur

Néanmoins, la baisse de succès de la conciliation n'est pas le seul facteur de l'allongement des procédures prud'homales. En effet, en 1999, à 43 reprises contre 32 en 1998 (soit une hausse de 34 %), les conseillers prud'homaux n'ont pu se mettre d'accord sur l'issue d'un litige. Lors d'une seconde audience, c'est donc Nathalie Le Meilleur, magistrat du tribunal de grande instance, qui doit intervenir. Ce qui ne se fait jamais moins d'un mois après la première audience de jugement. Et lors de ce genre d'audience, le jugement final est toujours mis en délibéré à un mois.

Deux mois supplémentaires de procédure qui font dire à Sébastien Louboutin que « si le recours au juge départiteur est normal, les conseillers prud'hommes que nous sommes ne doivent pas fuir leurs responsabilités. » Néanmoins, son successeur a trouvé une explication — et un avantage — à ce recours plus fréquent aux compétences d'un magistrat professionnel. « Notre conseil a vu arriver un nombre important de nouveaux conseillers depuis deux ans et le recours au juge départiteur a permis d'accélérer leur formation. »

Le chantier du raccourcissement des délais de jugement sera donc celui de l'an 2000 et de son succès dépendra la fin des « attaques insidieuses des partisans de l'échevinage (1) qui voudraient nous voir disparaître ».

(1) L'échevinage est l'association de magistrats de carrière et de personnes issues de certaines catégories socioprofessionnelles.

Article publié dans « Ouest-France » du 14 janvier 2000

DOSSIER 3 : GESTION

Le comptable étant absent, le directeur de l'entreprise profite de votre présence dans l'entreprise pour vous demander de l'aide. il vous expose les éléments suivants :

L'entreprise fabrique et commercialise depuis un an des commodes faisant partie de la gamme NOVAJEUN destinée à des jeunes ménages. Le travail est presque entièrement réalisé à la main. Dans l'atelier de découpe, on prépare les planchettes de bois et la moelle de rotin tressée. Dans l'atelier de fabrication, on procède au montage et à la finition.

Pour fabriquer ces commodes l'entreprise a réalisé les opérations suivantes :

Achat du mois :

- 40 m³ de pin à 3000 F le m³
- moelle de rotin tressée : 100 Kg à 150 Francs le Kg
- poignées de cuir à 15 francs l'unité : 1200 unités.

Stock début de mois

- aucun stock de matières premières et fournitures
- 50 commodes à 1 053 francs l'une.

Production réalisée au cours du mois :

-180 commodes

chaque commode nécessite :

- 0,2 m³ de pin,
- 500 g de moelle de rotin tressée
- 6 poignées
- 2 heures de main d'œuvre dans l'atelier découpe à 70 francs l'heure (charges sociales comprises)
- 3 heures de main d'œuvre dans l'atelier fabrication à 80 francs l'heure (charges sociales comprises)
- Les frais de distribution s'élèvent à 250 francs l'unité

Ventes du mois

200 commodes à 2 300 francs.

TRAVAIL A FAIRE :

1. Calculez le coût de production d'une commode
2. Complétez la fiche de stock de cette commode selon la méthode du coût unitaire moyen pondéré fin de période - annexe 3 –**A RENDRE AVEC LA COPIE**
3. Calculez le coût de revient unitaire et total des commodes vendues.
4. Déterminez le résultat analytique.

A RENDRE AVEC LA COPIE

ANNEXE 3 GESTION

FICHE DE STOCK "Commode"

| Entrées | | | | Sorties | | | |
|------------------|-----------------|--------------------------|----------------|----------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| Libellé | Quantité | Coût Unitaire | Montant | Libellé | Quantité | Coût Unitaire | Montant |
| Stock Initial | | | | Sorties | | | |
| Entrées | | | | Stock Final | | | |
| TOTAL | | | | TOTAL | | | |