



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Campagne 2010

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL

SESSION 2010

U4 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE

Durée : 2 h – Coefficient : 2

Aucun document autre que le sujet n'est autorisé.

Matériel autorisé

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire. (Circulaire n°99-186 du 16 novembre 1999 ; BOEN n°42).

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet comporte 4 pages, numérotées de 1/4 à 4/4.

Le sujet se présente sous la forme de 3 dossiers indépendants :

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

CODE ÉPREUVE : ADECOGE	EXAMEN : BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR		SPÉCIALITÉ : AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL
SESSION 2010	SUJET	ÉPREUVE : U4 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE	Calculatrice autorisée : oui
Durée : 2 h	Coefficient : 2	SUJET N°20ED10	Page : 1/4

Il vous est demandé d'apporter un soin particulier à la présentation de votre copie.

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE D'ENTREPRISE

L'essor des concepts stores

Extrait de Visite Déco n°16 mars 2008

Tandis que le consommateur devient de plus en plus averti et exigeant, les marques s'adaptent : elles créent des univers en adéquation avec leur clientèle. C'est toujours du marketing, mais cela met en jeu bien plus d'éléments que dans les années « conso à tout va ».

La valeur ajoutée est présente dans l'ensemble du lieu de vente. Le produit n'est plus seul vecteur de l'image. Au-delà du produit, du service qu'ils achètent, les consommateurs revendiquent leurs idées, leur tribu sociale ou leur vision du monde. Pour ce faire, une kyrielle de designers, architectes d'intérieur, concepteurs mettent leur talent au service des marques, des lieux de vente que ce soit dans le luxe ou pour les hypermarchés. Cela donne à voir, à sentir, à faire rêver. Cela donne aussi un sentiment d'appartenance et au niveau des services périphériques qui sont souvent proposés, cela offre une plus grande cohérence, un peu plus de perspective.

Bienvenue au royaume des marques, embarquement immédiat pour des univers très étudiés, au-delà de la boutique, vive le Concept store...

Qu'est ce qu'un concept store ?

Aujourd'hui vendre un produit ne suffit pas : au-delà du produit, la marque propose un décor, une philosophie... François Le marchand fondateur des « concepts stores » Nature et Découvertes a parfaitement saisi l'évolution de la société.

Après avoir créé, développé et brillamment revendu la chaîne des magasins Pier Import, ce chef d'entreprise en parfaite osmose avec son temps, imagine et fonde la marque Nature et Découvertes... Dans les réalisations tout concourt à partager avec les clients une réelle expérience et la découverte de la nature. Diffusion d'odeurs naturelles, musique douce, rayons en bois scandinave, espace pour de petites expositions ou des ateliers pour enfants... tout est fait pour éveiller les sens du client. De même, il n'y a pas de vendeur mais des guides, formés dans le centre de l'entreprise « La Source ».

Quel est le lien entre un appeau pour enfant, la lunette astronomique, le savon aux huiles essentielles, le kit de jardinage « balcons », l'encens japonais : une génération marquée par les ravages de Tchernobyl, le dérèglement climatique et les pics de pollution qui décide de se prendre en main, remettre au goût du jour des valeurs de protection de la terre, un art de vivre citadin mais tourné vers des produits naturels...

Dès 1991, des animations pédagogiques sur le thème de la nature sont organisées. Quatre ans plus tard la Fondation Nature et Découvertes voit le jour sous l'égide de la Fondation de France.

Dix ans plus tard, avec le magasin en ligne est associé un site naturaliste. Enfin la première nuit de l'été pour découvrir et observer les étoiles...

Travail à faire	
1.1	Définir les termes de marque, marketing, valeur ajoutée, magasin en ligne.
1.2	Préciser la notion de Concept store.
1.3	Présenter les facteurs externes susceptibles d'influencer les activités de Nature et Découvertes. Indiquer comment ils sont pris en compte par l'enseigne.
1.4	Indiquer les deux modes de distribution utilisés par Nature et Découvertes et préciser comment peut être appliquée la notion de Concept store aux autres modes de distribution.

DOSSIER 2 : DROIT

La menuiserie DESCAMPS fabrique depuis 60 ans des meubles en bois noble. Mais devant les difficultés à écouler sa production auprès des magasins traditionnels de vente de mobilier, elle s'est également lancée dans la fabrication de meubles en kit à destination des grandes enseignes du secteur « habitat jeune ».

Monsieur Bernard a été embauché en 2005 en contrat à durée indéterminée comme comptable de la menuiserie DESCAMPS. Depuis quelques mois en désaccord avec le directeur administratif et financier, il accumule les retards quotidiens de 15 à 20 minutes. D'autre part, chargé de la paie, il a commis des négligences entraînant des retards de paiement auprès de l'URSSAF.

Monsieur Descamps, Gérant souhaite embaucher un nouveau technicien pour le bureau d'études en CDI, il envisage de mettre une période d'essai de 5 mois renouvelable.

Travail à faire	
2.1	Sur quel motif Monsieur Descamps peut-il envisager le licenciement de Monsieur Bernard ?
2.2	Quelles actions doivent être mises en place par Monsieur Descamps pour licencier Monsieur Bernard ?
2.3	Dans quels cas, devra-t-il respecter un préavis ? Devra-t-il verser une indemnité de licenciement à Monsieur Bernard ?
2.4	La durée de la période d'essai se justifie-t-elle pour l'embauche d'un nouveau technicien ? Expliquer.
2.5	Qu'appelle-t-on délai de prévenance ?

DOSSIER 3 : GESTION

Toute information calculée devra être justifiée.

Parmi les productions de la menuiserie DESCAMPS, il reste un produit prisé par les magasins traditionnels : la bibliothèque en chêne.

La menuiserie vend cette bibliothèque 1 037 euros au réseau Crozatier.

La production **d'une bibliothèque** consomme :

- chêne de 54 mm d'épaisseur	0,02 m ³ à 595 € le m ³
- chêne de 27 mm d'épaisseur	0,08 m ³ à 274 € le m ³
- fournitures quincaillerie	30 €
- électricité	80 €
- temps de travail ouvrier	31 Heures payées 8,82 €/heure auxquelles il faut ajouter 46 % de charges sociales.

L'amortissement annuel des machines à bois de l'atelier s'élève à 5 336 €. Les salaires du personnel administratif totalisent 2 900 € par mois (plus 46 % de charges sociales). D'autres charges de structure représentent 22 700 € par an.

Travail à faire	
3.1	Calculer le coût variable d'une bibliothèque.
3.2	Calculer la marge sur coût variable d'une bibliothèque.
3.3	Déterminer le montant des charges fixes annuelles.
3.4	Calculer le résultat de l'exercice pour une production annuelle de 200 bibliothèques.