

PREMIERE PARTIE : ECONOMIE

A l'aide de l'annexe 1 :

1. Définir les termes suivants :
 - Marché
 - Chiffre d'affaires
 - Gamme
 - Sous-traitance
2. Quel est le rôle
 - du bureau d'études
 - du bureau des méthodes
 - du bureau d'ordonnancement.
3. Pourquoi ces entreprises ont-elles choisi de salarier des designers ?

DEUXIEME PARTIE : LEGISLATION

A l'embauche, ces entreprises doivent établir un contrat de travail.

1. Quels types de contrat de travail connaissez-vous ?
2. Quelles sont les caractéristiques essentielles de chacun d'eux ?

Pour éviter la contrefaçon, l'entreprise devra effectuer certaines démarches pour protéger ses brevets et modèles.

1. A quel organisme devra-t-elle s'adresser ?
2. Définir brevet et modèle.
3. Quelle est la durée de protection relative à chacun d'eux ?

TROISIEME PARTIE : GESTION

Après avoir rappelé la hiérarchie des coûts, calculer le coût complet de la fabrication d'une table à plateau bois et piétement métallique.

- Les données sont les suivantes :
- Prix d'achat du bois : 1 800 F le m³
 - Prix d'achat du métal : 5 F le kg
 - Coût de la main d'œuvre : atelier de menuiserie : 130 F/h
 atelier de montage : 120 F/h
 atelier d'emballage : 90 F/h
 - Prix de vente d'une table : 990 F

La fabrication de chaque table nécessite : 0,25 m³ de bois
 4 kg de métal
 MOD = Main d'œuvre Directe 35 heures de MOD pour l'atelier de menuiserie
 42 heures de MOD pour l'atelier de montage
 9 heures de MOD pour l'atelier d'emballage

Calculer le coût de revient pour une commande de 90 tables.

Le tableau de répartition des charges indirectes pour le mois de juin est le suivant :

Unité d'œuvre	Approvisionnement pour 100 F d'achat	Menuiserie pour un plateau	Montage pour un piétement	Emballage	Distribution pour 100 F de vente
Coût unité d'œuvre	9 F	80 F	82 F	12 F	6 F

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2000
CODE : AEEF1	DUREE : 2 H	COEFFICIENT : 1
EPREUVE : DROIT -GESTION - MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 1/2

ASCOM MONETEL

Pour renforcer l'identité visuelle de l'entreprise

900 salariés,
CA 1998 : 1 Mf (152,4 M€)

La fonction design a été créée chez Ascom Monetel à l'occasion d'une réorganisation stratégique de la conception. En 1997, les trois bureaux d'études (publicités, terminaux de paiement, distributeurs de tickets de transport) ont été regroupés. Et Fabien Demange, qui était alors ingénieur designer dans l'un d'eux, est devenu responsable du design de l'entreprise : « Auparavant, explique-t-il, le design était sous-traité à quatre ou cinq cabinets extérieurs, et le suivi industriel était assuré par un chef de projet ou un ingénieur en mécanique de l'entreprise. La solution actuelle vise à donner une meilleure cohérence aux différents types de produits et à renforcer ain-

si l'identité visuelle de l'entreprise. » Cette organisation s'est révélée efficace. Et, en janvier dernier, deux jeunes designers (l'un sortait de l'Ensaama, l'autre, issu de l'IED de Toulon, avait trois ans d'expérience dans un cabinet parisien) ont renforcé la cellule interne. Avoir placé à

sa tête un homme ayant la double formation ingénieur et designer (UTC de Compiègne) n'est pas un choix anodin dans une entreprise de culture technologique. Cela confère une crédibilité à la fonction et permet d'assurer la pérennité de la création par sa faisabilité technique.

« Une agence extérieure n'a pas le même poids. Lorsqu'un problème de faisabilité technique ou de coût se présente en phase d'industrialisation, le design est souvent sacrifié. En interne, nous assurons le suivi, négocions les compromis avec le bureau d'études, et cherchons également des solutions alternatives à moindres frais. » L'idéal étant qu'ingénieurs, designers et spécialistes de l'analyse de coûts travaillent ensemble très en amont des projets. Fabien Demange s'y emploie aujourd'hui.



En interne, le designer peut négocier des compromis avec le bureau d'études.

CÉBÉ

Pour accroître la notoriété de la marque

200 salariés,
CA non communiqué

Chez Cébé, qui possède deux sites de production, à Morez et à Frasné, le design est intégré depuis vingt-cinq ans ! « En 1997, explique Arnel Cahierre, le PDG, nous avons renforcé notre équipe (qui comptait déjà un designer en chef et un maquettiste) avec un designer produit et un graphiste.

Ce dernier travaille sur les emballages, les notices, la PLV, les codes visuels, etc. Quatre designers pour une entreprise de 200 salariés, cela peut paraître beaucoup. Mais plus ils sont nombreux, plus on a la possibilité de sélectionner leurs créations... » Cébé en abandonne aujourd'hui environ 30 %.

« Le design intégré garantit une homogénéité des produits, un "coup de patte" spécifique que l'on peut

conserver quatre à cinq ans. Une marque qui possède une identité forte peut se permettre de travailler avec plusieurs cabinets extérieurs et même d'en changer régulièrement. Mais, pour une marque comme la nôtre, qui doit encore accroître sa notoriété, le design intégré est indispensable. En outre, même si ce choix ne revient pas moins cher, il nous assure en quelque sorte la "paix de l'esprit" : on est sûr que le

projet va aller dans la bonne direction, on peut le vérifier chaque jour. Et si ce n'est pas le cas, les dérives sont très vite maîtrisables. » D'où un gain de temps... et donc de coûts de développement.

SHINE

Un design intégré dès la création de l'entreprise

7 salariés, CA non significatif
Entreprise en démarrage

C'est à partir d'un brevet lié au système de maintien du casque que Denis Lahache a créé son entreprise de casques de vélo, en octobre 1997. Il a embauché trois designers dès l'origine (sur un effectif comptant alors six personnes).

L'un avait de l'expérience dans le domaine du sport, les deux autres sortaient de l'école. « En tant qu'ancien directeur d'un centre régional d'innovations et de transfert de technologies, explique Denis Lahache, je connais bien la gestion de projets. Je tenais à travailler avec des personnes ayant la même conception méthodique du développement de

produits. Par ailleurs, un designer intégré devient meilleur à chaque intervention, il discute avec les commerciaux, avec les utilisateurs ; il s'imprègne du marché, des besoins précis des utilisateurs. Notre fabrication est confiée à des sous-traitants. Notre designer a des contacts quasi quotidiens avec eux. Avec une agence extérieure, il aurait fallu

organiser des rencontres formelles à des dates précises, chose très compliquée. Le designer interne raccourcit les délais. De plus, il participe à la documentation, au packaging, à la publicité, il établit des cahiers de tendances, etc. » Au bout d'un an, une fois la gamme créée, Denis Lahache a conservé un designer, définitivement.

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2000
CODE : AEEF1	DUREE : 2 H	COEFFICIENT : 1
EPREUVE : DROIT -GESTION - MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 2/2