

DROIT – GESTION – MERCATIQUE APPLIQUÉE

Calculatrice autorisée

PACKAGING CONCEPT

Vous travaillez pour la société PACKAGING CONCEPT SARL, spécialisée dans la conception d'emballages et de conditionnements. Ses clients sont principalement les industriels de l'agro-alimentaire.

1. MERCATIQUE : Les enjeux du cybercommerce

Les responsables de Packaging Concept s'intéressent aux évolutions de la grande distribution alimentaire (supermarchés et hypermarchés). En effet, dans ces magasins est vendu l'essentiel des produits alimentaires consommés par la population. Il va de soi que toute évolution dans ce domaine a des conséquences à terme sur les projets développés dans le domaine de l'emballage (packaging).

En annexe 1 figure un article paru dans la revue CB NEWS, concernant le développement des « cybermarchés », c'est à dire des grandes surfaces virtuelles où le consommateur fait ses achats par l'internet.

Travail à faire : après avoir étudié ce document, vous indiquerez dans un compte-rendu destiné aux responsables de PACKAGING CONCEPT, quelles évolutions le cybercommerce peut entraîner dans le domaine du conditionnement des produits alimentaires.

2. DROIT

La société PACKAGING CONCEPT relève d'une convention collective dont des extraits figurent en annexe 2. En vous aidant de ce document, répondez aux questions suivantes.

a) Marie Lavelle, titulaire d'un BTS, a été recrutée à l'essai en tant qu'assistante-conceptrice. Elle relève de la catégorie « ETAM » (techniciens et agents de maîtrise).

La direction demande à Marie, employée dans l'entreprise depuis deux ans, de changer de poste : elle deviendrait « chargée de clientèle » et assurerait donc une fonction commerciale. On lui propose une augmentation de salaire de 500 F par mois. Ce nouveau poste ne l'attire pas. Peut-elle refuser ? Que se passera-t-il dans ce cas ?

b) À la suite de difficultés économiques, Denis Gramont, dessinateur industriel (catégorie ETAM), va être licencié. La direction souhaite qu'il quitte l'entreprise le 1^{er} juillet 2001. Il a été embauché le 1^{er} janvier 1989. Son salaire brut mensuel est de 12 000 F.

- Quelles formalités devra effectuer l'entreprise pour licencier ce salarié ? (préciser le délai à respecter)
- Calculer le montant de l'indemnité de licenciement à laquelle D. Gramont aura droit (il n'y a ni primes ni heures supplémentaires).
- D. Gramont dispose-t-il de possibilités de recherche d'emploi en attendant son départ de l'entreprise ? (expliquer).

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
AEEF1	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT – GESTION – MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 1/6

3. GESTION : Étude de bilan

Un important fabricant de produits laitiers, AGROBIZ, souhaite confier à PACKAGING CONCEPT l'étude et la réalisation des emballages d'une nouvelle gamme de produits. L'acceptation de ce marché entraînera d'importants investissements pour PACKAGING CONCEPT et les dirigeants de la société souhaitent s'assurer de la solidité financière de ce nouveau partenaire.

Vous disposez en annexe 3 du dernier bilan d'AGROBIZ.

Travail à faire :

- a) Présenter le bilan fonctionnel condensé.
- b) Calculez le fonds de roulement et quelques ratios de structure du bilan (annexe 4).
- c) Commentez.

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
AEEF1	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT – GESTION – MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 2/6

Annexe 1

Extraits d'un article d'Anne Lavaud, paru dans CB News n°621 du 26 juin 2000

Faites vos courses, pas la guerre !

Fini l'enfer des chariots, des allées centrales et des têtes de gondole, bienvenue dans l'ère du service et des livraisons à l'heure : le cybercommerce changera-t-il la corvée du ravitaillement ?

Si l'on en croit les prévisions établies à l'occasion de l'étude sur la distribution alimentaire en l'an 2000, le chiffre d'affaires de l'ensemble des cybermarchés français ne devrait pas dépasser celui d'un hypermarché moyen. Une estimation peu glorieuse qui, cependant, ne parvient pas à saper le moral des pionniers de ce marché naissant. « *Aujourd'hui, tout le monde apprend sur le commerce électronique, et le fait de multiplier les expériences nous permet d'avancer plus vite.* » Une petite phrase lancée par Pierre Bouchut, directeur général du groupe Casino, lors de la conférence de presse annonçant le rapprochement de Casino et de Monoprix (donc, par voie de conséquence, celui de télémarket.fr, monoprix.fr et c-mescourses.com) qui en dit long sur l'état d'esprit conquérant des premiers acteurs de ce nouveau marché.

La grande distribution a pourtant beaucoup à apprendre. Elle doit tout à la fois revoir sa ligne logistique, ses relations avec ses fournisseurs comme avec sa clientèle... bref, oublier le réel et ne plus penser qu'en virtuel. Reste à savoir si cette métamorphose est possible, alors que son client final demeure, lui, le plus souvent, les deux pieds scotchés à la réalité. Un des changements majeurs de l'e-commerce dans le domaine de la grande distribution est l'inversion de la charge du transport. Si, depuis le début des années 60, le consommateur a pris l'habitude de se déplacer vers son magasin, le troisième millénaire le lui apporte à domicile. Voilà donc enfin réalisé le rêve commun mettant fin au cauchemar du samedi après-midi passé aux commandes d'un chariot récalcitrant !

Ce changement entraîne de nouveaux comportements et pourra générer d'autres formes de produits ou de promotion... mais, dans un premier temps, il se pose là en casse-tête logistique. Entrepôt, préparation de commandes, logistique: les premiers mots des spécialistes du cybercommerce sont indéniablement bien ancrés dans la réalité. Et pour cause, depuis l'ouverture de leurs sites, leur seul combat est d'offrir une fiabilité optimale, alors que les sources d'erreur sont multiples. Ainsi, lorsque chacun d'entre nous fait ses courses, il sait qu'il retrouvera chez lui ce qu'il pose dans son chariot. Ici, cet item de base est déjà un problème. En effet, dès le clic final de l'internaute - qui, par ce geste, se débarrasse en toute confiance de sa corvée hebdomadaire - le distributeur, devenu par la grâce du Net un prestataire de services, se doit d'assurer en toutes circonstances, histoire de ne pas décevoir. La

seule réponse à cette promesse réside dans une logistique parfaite et un service de livraison sans faille. « *Le respect des horaires de livraison est primordial, car c'est là notre premier point de contact concret avec nos consommateurs* », estime François Barraud de Ooshop. « *Ils attendent de nous un tel service que nous devons viser d'office l'excellence.* »

Un changement de mentalité qui pourrait bien, à terme, modifier également l'approche consumériste des produits, le consommateur pouvant même faire évoluer les emballages dans leur format et leur design. « *Quatre-vingt-dix pour cent de nos clients commandent de l'eau, un constat qui nous conduit à nous poser des questions sur la pertinence du classique pack de six bouteilles, parfaitement adapté aux hypermarchés classiques, mais qui ne trouve aucune justification dans un système de livraison à domicile*, considère Pierre Bourriez, directeur général de Houra. *Nous n'excluons donc pas, dans ce contexte, de commercialiser une eau à notre marque dans un conditionnement plus pertinent.* » A quand les fontaines à eau Houra ?

Chez Ooshop, on se pose bien évidemment les mêmes questions, mais en trois dimensions puisque ce cybermarché propose des produits aux trois températures (ambiante, frais et surgelé). Et, rapidement, le transport des oeufs s'impose comme une réalité ! « *Nous n'avons pas les mêmes problématiques que celles rencontrées dans un rayon classique, où l'emballage doit faire fonction de publicité sur le lieu de vente et contraint le packaging à faciliter la préhension par les consommateurs* », admet François Barraud.

Une nouvelle donne qui pourrait être l'occasion de développement de marques de distributeurs spécifique à l'Internet, ou encore de gammes dédiées réalisées par les industriels. Ne peut-on pas imaginer des packagings au design très épuré, laissant à la notice explicative du site la charge de délivrer toutes les informations à destination du consommateur ? Ou encore la fin des coûteux suremballages d'exposition (fortement taxés par Eco Emballages), judicieusement remplacés par de sobres suremballages de protection ? Tout semble aujourd'hui possible, même si certains rappellent qu'il ne faut pas perdre de vue que le produit a toujours vocation à finir sur la table du consommateur !

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
.EEF1	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT - GESTION - MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 3/6

Annexe 2 : EXTRAITS DE LA CONVENTION COLLECTIVE

Article Huit - Modification du contrat en cours

- a) Toute modification apportée à une clause substantielle du contrat en cours d'un salarié doit faire l'objet d'une notification écrite de la part de l'employeur.
- b) Si cette modification n'est pas acceptée par l'intéressé, elle équivaut à un licenciement du fait de l'employeur et doit être réglée comme tel.
- c) Par contre, si par suite de circonstances particulières résultant de la situation du travail dans l'entreprise, un salarié se trouve amené à assumer temporairement, dans des conditions de durée précisées à l'avance par écrit, n'excédant pas six mois, et sans diminution de sa classification ni diminution de ses appointements, une fonction inférieure à celle qu'il assume habituellement, le refus de l'intéressé d'accepter cette fonction temporaire équivaut à une démission de sa part.

Article Treize - Dénonciation du contrat de travail

Toute résiliation du contrat de travail implique de part et d'autre un préavis, sauf cas de faute lourde, de faute grave ou de force majeure.

La résiliation du contrat de travail par l'une ou l'autre des parties est notifiée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception dont la date de première présentation constitue la date de notification de la dénonciation du contrat. Si nécessaire, cette disposition devra être adaptée dans le cas particulier des salariés à l'étranger.

Tout salarié licencié, quels que soient son ancienneté, la taille de l'entreprise et le motif du licenciement, sera convoqué par l'employeur à un entretien préalable.

La convocation à cet entretien sera effectuée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou par lettre remise en main propre contre décharge indiquant l'objet de la convocation et rappelant que le salarié peut se faire assister par une personne extérieure inscrite sur une liste établie par le Préfet quand il n'y a pas de représentant du personnel dans l'entreprise.

Seuls seront exclus du champ d'application de l'entretien préalable, les salariés inclus dans un projet de licenciement économique concernant dix salariés et plus dans la même période de 30 jours, ce licenciement faisant l'objet d'une consultation des représentants du personnel.

Le licenciement du salarié est notifié selon les modalités prévues au second alinéa du présent article.

Article Quinze E.T.A.M. - Préavis en dehors de la période d'essai

La durée du préavis, dite aussi « délai-congé », est de un mois, quelle que soit la partie qui dénonce le contrat, sauf accord entre les parties prévoyant une durée supérieure.

Après deux ans d'ancienneté, la durée du préavis ne doit pas être inférieure à deux mois.

Le préavis n'est pas dû en cas de faute grave ou lourde du salarié.

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
AEEF1	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT – GESTION – MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 4/6

Article Seize - Absence pour recherche d'emploi pendant la période de préavis

- a) Pendant la période d'essai, la durée des absences autorisées pour la recherche d'emploi doit être calculée sur la base de deux heures pour chaque jour ouvré compté entre la date de démission ou de licenciement, d'une part, et la fin de l'activité du salarié dans l'entreprise, d'autre part.
- b) En dehors de la période d'essai, pendant la durée conventionnelle ou contractuelle du préavis, les salariés ont le droit de s'absenter pour recherche d'emploi pendant six jours ouvrés par mois, pris chaque mois en une ou plusieurs fois, en principe par demi-journée. Les heures d'absence seront fixées au gré de l'employeur et moitié au gré du salarié moyennant avis réciproque. Une attention particulière sera portée aux salariés licenciés pour raison économique.
- c) ETAM
Dans les deux cas, il est spécifié que ses absences ne donnent pas lieu à réduction de rémunération pour les salariés licenciés. En revanche, les heures d'absences pour recherche d'emploi des salariés démissionnaires ne donnent pas lieu à rémunération. En outre, aucune indemnité particulière n'est due au salarié licencié qui n'utilise pas ces heures d'absences pour recherche d'emploi.

Article Dix-Huit - Indemnité de licenciement - conditions d'attribution

Il est attribué à tout salarié licencié, justifiant d'au moins deux années d'ancienneté, une indemnité de licenciement distincte de l'indemnité éventuelle de préavis.
Cette indemnité de licenciement n'est pas due dans le cas où le licenciement est intervenu pour faute grave ou lourde.

Article Dix-Neuf E.T.A.M. - Montant de l'indemnité de licenciement

L'indemnité de licenciement se calcule en mois de rémunération sur les bases suivantes :

- pour une ancienneté acquise entre deux ans et vingt ans : 0,25 de mois par année de présence ;
- à partir de vingt ans d'ancienneté : 0,30 de mois par année de présence, sans pouvoir excéder un plafond de dix mois.

Le mois de rémunération s'entend dans le cas particulier comme le douzième de la rémunération des douze derniers mois précédant la notification de la rupture du contrat de travail, cette rémunération incluant les primes prévues par les contrats de travail individuels et excluant les majorations pour heures supplémentaires au-delà de l'horaire normal de l'entreprise et les majorations de salaire ou indemnités liées à un déplacement ou un détachement. Pour les années incomplètes, l'indemnité de licenciement est calculée proportionnellement au nombre de mois de présence.

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
AEEF1	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT - GESTION - MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 5/6

Annexe 3 : Bilan de la société AGROBIZ

BILAN au 31 décembre 2000 (en milliers de F)					
ACTIF	Montants bruts	Amortis- sements	Montants nets	PASSIF	Montants
ACTIF IMMOBILISE				CAPITAUX PROPRES	
Installations, matériel, outillage	120 000	90 000	30 000	Capital	5 000
				Réserves	6 000
				Résultat de l'exercice	-4 000
Total 1	120 000	90 000	30 000	Total 1	7 000
ACTIF CIRCULANT				DETTES	
Stocks (matières et produits finis)	12 000		12 000	Emprunts et dettes bancaires (1)	11 000
Créances clients	18 000	2 000	16 000	Dettes fournisseurs	35 520
Disponibilités	20		20	Dettes fiscales et sociales	4 500
Total 2	30 020	2 000	28 020	Total 2	51 020
TOTAL GENERAL	150 020	92 000	58 020	TOTAL GENERAL	58 020

(1) Dont dettes à plus d'un an : 11 000

Annexe 4 : Ratios

Ratio d'autonomie financière :	$\frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Dettes financières}}$
Ratio de liquidité :	$\frac{\text{Actif circulant hors stock}}{\text{Passif circulant}}$
Taux de vieillissement des immobilisations :	$\frac{\text{Amortissements cumulés}}{\text{Brut}}$

BTS ASSISTANT EN CREATION INDUSTRIELLE		SESSION 2001
AEEFI	DUREE : 2 H	COEF. : 1
DROIT - GESTION - MERCATIQUE APPLIQUEE		PAGE 6/6