

PARTIE I : DROIT ET MERCATIQUE APPLIQUÉE

- I. *Vous envisagez de créer votre propre entreprise. Vous envisagez soit de vous installer seul(e), soit de vous installer avec plusieurs associés.*

TRAVAIL À FAIRE

1. Caractériser les formes juridiques à votre disposition, si vous décidez au final de créer seul(e) votre entreprise : comparer l'entreprise individuelle et l'EURL (capital minimum, responsabilité des associés, avantages et inconvénients).
2. Vous décidez au final de vous installer avec un autre associé : caractériser la SARL (capital minimum, nombre d'associés, responsabilité des associés, mode de gestion, avantages et inconvénients).

- II. *A partir de l'annexe 1 et de vos connaissances, vous traiterez les questions ci-dessous.*

TRAVAIL À FAIRE

1. Quel est le problème rencontré par Marie Daage ?
2. Quelle solution va-t-elle adopter ? Cette solution vous semble-t-elle judicieuse ?
3. Définir les droits de propriété industrielle que vous connaissez et préciser leur mode de protection juridique.

- III. *A l'aide de vos connaissances et du document fourni en annexe 2, vous traiterez les questions ci-dessous.*

1. Définir les termes suivants soulignés dans le texte :
 - chiffre d'affaires
 - gamme
 - sous-traitance
2. Définir la démarche mercatique et les actions lui étant rattachées.
3. Qu'appelle-t-on la théorie du cycle de vie d'un produit ? Comment peut-on la rattacher à la stratégie suivie par Dessanges (stratégie commerciale et de croissance) ? Quels sont ses objectifs en termes de trésorerie et de financement de cette stratégie ?

BTS ASSISTANT EN CRÉATION INDUSTRIELLE		
Droit gestion et mercatique appliquée	Durée : 2 h	Session 2002
AEEF1	Coef. : 1	Page 1/4

PARTIE II : GESTION

L'entreprise MERRY est une entreprise de Menuiserie /Ebénisterie. Elle fabrique un modèle de table (référence A1) à partir d'une seule matière première, du pin.

Vous étudierez le coût complet concernant la référence A1 au cours du mois de mars 2002, en vous appuyant sur les informations comptables ci-dessous.

Informations comptables

Achats de pin : 199 m³ à 150 Euro le m³

Pas de stockage du pin.

Consommations de pin : 0,2 m³ par table de référence A1

Coût de la main d'oeuvre :

- atelier sciage : 20 Euro / heure
- atelier montage : 19 Euro / heure
- atelier finition : 18 Euro / heure

La fabrication d'une table de référence A1 nécessite :

- 2 heures de MOD pour l'atelier de sciage
- 2 heures de MOD pour l'atelier de montage
- 1 heure pour l'atelier de finition

Production et ventes de tables durant le mois de mars 2002 : 995 tables référence A1.

Les charges indirectes font l'objet d'une répartition par centre : sciage, montage, finition et distribution :

Charges indirectes	Approvisionnement	Sciage	Montage	Finition	Distribution
<i>Nature de l'unité d'œuvre</i>	<i>100 Euros de prix d'achat total de pin pour le mois de mars 2002</i>	<i>MOD*</i>	<i>MOD</i>	<i>Nombre d'unités fabriquées</i>	<i>100 Euros du coût de production des tables vendues</i>
Coût de l'unité d'œuvre	1,3 Euro	5 Euros	4 Euros	2 Euros	1,1 Euro

*MOD = Main d'oeuvre Directe

TRAVAIL À FAIRE

1. Calculer le coût d'achat du pin.
2. Calculer le coût de production global et unitaire des tables de référence A1.
3. Calculer le coût de revient global et unitaire des tables de référence A1.
4. Calculer le résultat global et unitaire pour cette même commande, sachant que le prix de vente unitaire d'une table de référence A1 est de 160 Euros.

BTS ASSISTANT EN CRÉATION INDUSTRIELLE		
Droit gestion et mercatique appliquée	Durée : 2 h	Session 2002
AEEF1	Coef. : 1	Page 2/4



La créatrice (à gauche) et son avocate passent à l'attaque contre les imitateurs.

MARIE DAAGE « Plus question de me laisser faire »

J'ai longtemps pensé qu'être copiée était la rançon du succès », reconnaît Marie Daage, créatrice d'une société spécialisée dans la porcelaine peinte à la main. « Quand je me suis mise à peindre des rayures sur des tasses, j'ai été beaucoup imitée, y compris par une grande marque. » Après en avoir longtemps pris son parti, Marie Daage refuse désormais de se laisser faire. « A New York, j'avais accordé l'exclusivité de mes produits à une seule boutique, explique-t-elle. Laquelle n'a pas apprécié de retrouver dans un point de vente concurrent des tasses à motifs papillon similaires à un modèle que j'avais dessiné. » Vérification faite, il s'agit bien de copies.

Celles-ci proviennent de France, d'un atelier que Marie Daage connaît d'autant mieux qu'il n'est pas très éloigné du sien.

- **15 000 francs (2 287 €) pour endiguer les imitations.** « Avec un huissier nommé par le tribunal de commerce, nous avons effectué un constat



- **ACTIVITE : arts de la table**
- **LOCALISATION : Paris**
- **EFFECTIFS : 2 salariés**
- **CA : 1,8 million de francs (274 390 €)**

dans les ateliers de la société que nous supposons être à l'origine des copies », explique Florence de Beughem, avocate chez Chaintrier & Associés. L'objectif n'était pas de saisir toutes les tasses copiées, mais de faire constater que la société soupçonnée fabriquait les tasses contrefaites, et de déterminer les quantités produites, le volume vendu et les prix pratiqués. Cette procédure, qui a coûté moins de 15000 francs (2 287 €), permettra peut-être d'enrayer le flux des imitations. Faute d'un arrangement à l'amiable, l'avocate de Marie Daage n'exclut pas d'assigner le copieur en contrefaçon devant le tribunal de commerce.

BTS ASSISTANT EN CRÉATION INDUSTRIELLE		
Droit gestion et mercatique appliquée	Durée : 2 h	Session 2002
AEEF1	Coef. : 1	Page 3/4

Dessanges industrialise son pôle beauté

La célèbre chaîne de coiffure de haut de gamme renforce son pôle cosmétiques.

SES prochains chantiers :
Doublement des capacités industrielles et ouverture de la parfumerie sélective.

Au début, un petit salon de coiffure en Sologne... Aujourd'hui, une société internationale qui pèse quelque 4,2 milliards de francs (640 243 602 €). Si Jacques Dessanges tire la majorité de son chiffre d'affaires de ses salons répartis dans trente-huit pays, le groupe ne vend plus seulement que du service. Et même, la société s'est peu à peu diversifiée pour venir aussi un véritable industriel. Son objectif : rééquilibrer son chiffre d'affaires entre les Salons Dessanges et Camille Albane (50 %), les cabinets esthétiques (30 %) et son pôle beauté (20 %). C'est sur ce dernier secteur que la société investit aujourd'hui.

Dès septembre, le groupe veut doubler les capacités de son usine bretonne Solorian (Guidel, Morbihan), dans laquelle l'entreprise a prévu d'investir 10 millions de francs.

« A terme, nous rapatrierons une partie de la fabrication de notre ligne de maquillage Jacques Dessanges ainsi que notre ligne de soin », précise Benjamin Dessanges, directeur général du groupe

et fils du fondateur. Cette gestion en interne ressemble plus à un tremplin vers des projets encore plus ambitieux. « Nous comptons prochainement sous-traiter la fabrication pour d'autres marques de cosmétiques », ajoute le dirigeant. Aujourd'hui, l'usine est dédiée aux produits Dessanges (« Phytodess », ligne capillaire vendue dans les salons Dessanges, tout comme celle de Camille Albane, vendue selon le même principe). A ces activités s'ajoutent la création et la logistique de la ligne maquillage Camille Albane. Au total, 25 millions de francs (3 810 976 €) sortent des murs de l'usine.

Gérer de A à Z le concept de la gamme

Le virage de la diversification est pris, et le groupe a bien su gérer son évolution vers la beauté. Pour preuve, ce pôle est passé, en deux ans, de 12 millions de francs à 40 millions. Pour arriver à ce résultat, Dessanges a repris les choses en main. La société a décidé de gérer de A à Z le concept de la gamme naguère fabriquée par Sanofi.

« Pour finir, nous avons remodelé toute la ligne », explique Benjamin Dessanges. Recrutement d'une équipe interne, modification des formulations et des emballages... Résultat : la société est prête aujourd'hui à attaquer la parfumerie sélective. En plus des salons, premier lieu de vente

LE GROUPE EN CHIFFRES*

• Chiffre d'affaires :
4,2 milliards de francs
(640 243 902 €), dont
1,2 milliard (182 926 829 €) pour
la vente des produits cosmétiques.

• Nombre de salons dans le
monde : 730, dont 430 en France.

• Effectif :
6 350 dans le monde.

• prévisions 2001



Conditionnement de la gamme capillaire « Phytodess », à l'usine bretonne Solorian, à Guidel.

pour ce type de produit, Jacques Dessanges espère en effet, d'ici à deux ans, passer des contrats de commercialisation avec une centaine de parfumeries sélectives. Elles sont au nombre de quinze, et toutes indépendantes. « Nous ne nous intéressons pas pour l'instant aux grandes chaînes telles que Marionnaud, Sephora... », confie le directeur. Le droit d'entrée reste en effet cher pour ce type de distribution,

notamment du point de vue promotionnel. Pour le moment, le groupe arrive à voler de ses propres ailes. La promotion des produits se fait via les salons et les instituts de beauté créés par la société.

« Le développement de notre pôle « beauté » se fera notamment par l'export, affirme Benjamin Dessanges. Ce système nous évite d'investir dans d'énormes campagnes promotionnelles. » En Corée, la société distribue déjà ses produits dans une centaine de points de vente sélectifs, ainsi qu'à Moscou, où le groupe a créé des boutiques Dessanges.

Une entrée sur le second marché pour 2002

Cette réussite, l'entreprise la doit à son nom célèbre et reconnu. L'exemple des produits Dessanges « mass market » est d'ailleurs révélateur. L'Oréal, en 1992, ne regrette pas d'avoir acheté la licence Dessanges pour l'associer à une ligne de soins capillaires. Aujourd'hui, cette gamme est dans le « top 3 » français des shampoings ! Le schéma pourrait se répéter sur le sélectif, par le biais du maquillage, à moins grande échelle, bien sûr. Coup de pouce... La société prépare son entrée en Bourse sur le second marché, certainement l'année prochaine. « Cette opération permettra de rendre notre société plus visible et d'activer notre développement à l'international », conclut Benjamin Dessanges. • Virginie GUÉRIN

BTS ASSISTANT EN CRÉATION INDUSTRIELLE

Droit gestion et mercatique appliquée
AEEF1

Durée : 2 h

Session 2002

Coef. : 1

Page 4/4