

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

CORRIGE

QUESTION N° 1.

1.1. Pourquoi selon vous les entreprises textiles liées à la mode commandent-elles actuellement des petites séries et non plus des grandes ?

- Les entreprises de confection vendent de toutes petites séries car les durées des collections sont de plus en plus réduites. On cherche à inciter les clients à acheter, on incite à l'achat d'impulsion.
- Les entreprises renouvellent très souvent leurs collections.

1.2. Quel est l'intérêt de l'innovation du système de Malhia Kent ?

L'intérêt de ce système réside dans le raccourcissement des délais de conception / fabrication.

- Les entreprises peuvent réagir très rapidement à une commande des clients.
- On optimise le temps de production des machines, il n'est plus nécessaire d'immobiliser un métier pour échantillonner, on affecte les métiers à la production.

1.3. Quel est le point commun stratégique entre les deux entreprises ? A l'aide de vos connaissances, justifiez vos réponses.

- Ces entreprises cherchent à réduire la durée des cycles de production.
- Elles réduisent le BFR
- Elles sont plus flexibles, elles cherchent à s'adapter aux besoins industriels des clients, produire en petites séries tout en pratiquant des prix industriels.
- Elles cherchent à réduire le temps de production.
- Elles cherchent à être plus compétitives.

1.4. Il n'y aurait plus alors entre le fabricant et l'acheteur que les gammes de fils, les créateurs textile, et le métier à tisser. "Une révolution, quoi !" Pourquoi est ce une révolution ? Expliquez.

- Révolution car on supprime des étapes du cycle de production. Le secteur du textile est un secteur très concurrentiel où il est très important de faire baisser les coûts de production. Les industriels délocalisent très souvent dans des pays où le coût de la main d'œuvre est très faible. C'est une révolution aussi car il devient désormais possible de livrer des produits en un temps très rapide et probablement sur des toutes petites séries. Le processus de production peut répondre aux demandes de la clientèle c'est-à-dire changer très souvent de produit sur une année. On peut se défaire des rythmes classiques du secteur c'est-à-dire une collection automne hiver et une collection printemps été.

QUESTION N° 2 - FISCALITE - TVA

2.1. Calculer, à l'aide des documents en annexe, la TVA à collecter, à déduire, à décaisser.

ETAT DES FACTURATIONS DU MOIS.				
Facture	Montant HT	Montant TTC	TVA COLLECTE E	TVA A DEDUIRE
FACTURE N°1 TAUX TVA 19,60 %	3 226	3 865 ,54		632,34
FACTURE N°2 TAUX TVA 19,60 %	59 116	70 709,74		11586,74
FACTURE N°3 TAUX TVA 19,60 %	12 254	14 655,78	2401,78	
FACTURE N°4 TAUX TVA 19,60 %	55 888,40	66 842,53	10 954,13	
FACTURE N°5 TAUX TVA 19,60 %	160 558, 80	192 035,52	31 469,52	

TVA REVERSEE	44 825,3 – 12 219,08
32 606,22	

2.2. A quoi correspondent les trois taux de TVA ?

Les trois taux de TVA correspondent aux éléments suivants :

Les taux de TVA sont en fonction de la nature des biens et services.

TAUX	BIENS ET SERVICES CONCERNES
Taux normal de 19,6 %	La plupart des produits manufacturés La plupart des services Matériel audiovisuel, vidéo
Taux réduit de 5,5 %	Eau La plupart des produits alimentaires agricoles Livres, presse, certains spectacles Réfection de logements anciens
Taux spécial de 2,10 %	Médicaments remboursables par la sécurité sociale.

2.3 Qui, d'une part, est collecteur de TVA et qui d'autre part en supporte réellement la charge ?

Ce sont les entreprises qui sont collectrices de l'impôt. A la différence des impôts directs où c'est un service d'Etat qui assure la collecte des impôts.

En conséquence les entreprises ne supportent pas la TVA, elles la **collectent**.

C'est le consommateur final qui s'acquitte de la TVA et lui seul. C'est la personne qui consomme le produit fini.

2.4 Citez trois autres impôts auxquels l'entreprise est assujettie ?

Les entreprises sont assujetties à d'autres impôts que la TVA. On peut distinguer les impôts directs et les impôts indirects. Les impôts d'Etat et les impôts locaux.

Listons quelques impôts : les correcteurs choisiront parmi cette liste.

Les impôts locaux avec la taxe professionnelle,

Les impôts d'Etat l'IS (impôts sur les sociétés).
Les BIC (bénéfices industriels et commerciaux).
Les BNC (bénéfices non commerciaux).

Les droits de timbre, la taxe d'apprentissage.

QUESTION N°3 – LA MERCATIQUE

3.1. Pourquoi les entreprises ont-elles besoins de connaître les différentes tribus de consommateurs ?

Les entreprises ont besoin de connaître les diverses tribus pour mieux maîtriser leur marché. Le vêtement pour jeunes est une notion trop hétérogène pour être rentable; il faut donc mettre en évidence des sous ensembles commerciaux homogènes et par conséquent rentables.

La méthode des socio-styles permet de déterminer des comportements identiques de certains groupes. On peut donc mieux orienter les stratégies commerciales lorsque l'on connaît mieux les attitudes de consommation. On peut ainsi créer des produits conformes aux attentes de consommateurs. Un socio-style est un ensemble de comportements communs pour une catégorie de personnes. Ces groupes bien identifiés auront des attitudes communes. Ils sont en général répertoriés sur des axes de comportement.

3.2. La méthode des socio-styles est -elle la seule méthode mercatique pour déterminer les principales composantes d'un marché ? Expliquez.

On peut aussi diviser le marché en segments c'est-à-dire utiliser une méthode qui consiste à diviser le marché global hétérogène en une succession de sous-ensembles homogènes et rentables. Cette division va s'appuyer sur des critères divers comme l'âge, le sexe, le niveau de revenu, la situation géographique, le cycle de vie marital ou autres. L'entreprise va choisir de porter son action commerciale sur l'un ou plusieurs de ces segments on dira que l'entreprise cible sa clientèle.

QUESTION N° 4 LA PROPRIETE INDUSTRIELLE

4.1. L'article sur la société YKK (annexe 2) évoque les fermetures à glissière alors que le commun des consommateurs parle de la fermeture éclair. La différence est plus que sémantique pour les gestionnaires. Pouvez - vous expliquer pourquoi le journaliste de Fashion Daily utilise un terme plutôt que l'autre ?

Le terme de fermeture à glissière est un terme générique qui définit un procédé technique. Le terme de fermeture éclair est un terme qui définit une marque. La marque est la représentation d'une stratégie commerciale qui est assise sur le dépôt d'un droit auprès de l'INPI (institut national de la propriété industrielle). L'entreprise qui a déposé une marque en devient propriétaire. En conséquence ce droit possède l'ensemble des attributs du droit de propriété c'est-à-dire l'usus, le fructus et l'abusus.

- L'entreprise peut utiliser la marque
- L'entreprise peut en percevoir les fruits
- L'entreprise peut s'en défaire (vente, donation...).

Ce droit peut être démembré par son propriétaire, accord de licence exclusive ou non, vente de la marque.

Cette marque est un élément déterminant de la stratégie de l'entreprise, puisqu'elle va lui permettre de se démarquer sur le marché des concurrents.

4.2 Quel serait le risque pour une entreprise d'utiliser le terme fermeture éclair indûment ? Justifiez votre réponse.

Dans les stratégies commerciales des entreprises, il est très important de pouvoir distinguer son produit de celui des concurrents. La différenciation peut prendre plusieurs formes. Celle qui nous retient dans l'exemple actuel est le droit de propriété industrielle relatif à la marque.

Lorsque l'on est propriétaire d'une marque on est en capacité de défendre ce droit. La société propriétaire doit vérifier les titres de propriété des utilisateurs (licence).

Si la marque est utilisée indûment le propriétaire est en droit d'entamer une procédure judiciaire devant le tribunal de commerce. Cette action est désignée par le terme **d'action en contrefaçon**.

Si le tribunal de commerce estime qu'il y a eu contrefaçon les conséquences seront les suivantes :

- Faire cesser le trouble,
- Destruction des objets contrefaits,
- Versement de dommages et intérêts en contrepartie du préjudice subit,

L'entreprise peut aussi faire une demande de saisie des objets contrefaits par les services de la douane, si cette dernière constate l'infraction lors de son activité de contrôle.