

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**PRODUCTIQUE TEXTILE**

Option A - FILATURE

Option B - BONNETERIE

Option C - TISSAGE

Option D - ENNOBLISSEMENT

**E5 - GESTION ET ANALYSE DES PRODUITS
ET MATÉRIELS****Sous-épreuve : U 53 - GESTION**

Durée 2 heures

coefficient 2

*Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte : 7 pages numérotées de 1/7 à 7/7.*

CALCULATRICE AUTORISÉE

Sont autorisées toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimantes.

Le candidat n'utilise qu'une seule machine sur la table. Toutefois, si celle-ci vient à connaître une défaillance, il peut la remplacer par une autre.

Afin de prévenir les risques de fraude, sont interdits les échanges de machines entre les candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices.

Economie et gestion

Ce sujet comprend trois parties indépendantes, et trois annexes :

- Economie
- Droit
- Comptabilité générale

Remarque préalable : Le candidat veillera à ce que ses réponses soient rédigées de manière ordonnée et structurée. La qualité de la rédaction sera prise en compte dans la notation.

L'usage des calculatrices est autorisé.

Partie 1 : Economie

La mode enfantine suscite la convoitise des grands de l'habillement

Après Burberry, Timberland ou Kenzo, le géant du sport Nike se lance dans la mode enfantine. L'américain commercialisera sa première collection en septembre : des vêtements à base de matières qui permettent à la peau de respirer, de molletons polaires ou de matériaux issus de la glisse. Dans le secteur du luxe, les créateurs Tom Ford pour Gucci et John Galiano pour Dior rivalisent d'imagination pour habiller les chérubins. Avec succès : Baby Dior, après plus de trente ans d'existence, a vu ses ventes doubler sur les premiers mois de 2002 ; dans la collection Gucci, née à l'automne hiver 2000-2001, il existe une liste d'attente pour les chaussures ou les bonnets et moufles. *"Les parents souhaitent une vie de rêve pour leurs enfants et encore plus en période d'incertitude. Ils plébiscitent les marques, particulièrement aux Etats-Unis, au Japon et au Royaume-Uni. D'une manière générale, les enseignes bas de gamme reculent"*, souligne Valérie Lavocat, responsable de la division enfant de Cacharel. La marque, qui a investi dès 1969 le créneau de l'enfant, a vu ses propres ventes augmenter de 15 % entre le printemps 2001 et 2002.

Avec une hausse des naissances de 5 % en 2000, le marché français fait figure d'eldorado. *"Une Française accouche de son premier enfant à 29,4 ans en moyenne. Les parents ont un pouvoir d'achat plus élevé qu'auparavant quand le bébé*

paraît et ils font attention à la façon de le vêtir, à la qualité des matières et au style", précise Xavier Digeon, directeur du développement France de Jacadi. Les Français consacrent 535 euros par an à l'habillement d'un enfant. Et ils "zappent" selon leurs envies, se fournissant auprès de Z (panier moyen d'une cliente : 15 euros), de Clayeux (75 euros) ou de Baby Dior (228 euros).

RUDE CONCURRENCE

Résultat, sur un marché estimé à 3,28 milliards d'euros pour les 2-14 ans et à 825 millions pour la layette (en progression de 3 % par an depuis 2000), la concurrence est rude. *"Pour un vêtement d'enfant, il faut le même temps de façon que pour un vêtement d'adulte. La différence de coût est faible, même si nous utilisons moins de matière"*, souligne François Sérès, directeur commercial de Zannier.

Le marché de la mode enfantine avait connu une révolution à la fin des années 1980, avec l'intrusion au cœur des villes de la chaîne Du Pareil Au Même (DPAM), qui proposa des prix qui n'existaient pas alors, même dans les supermarchés. Son succès fera des émules : La compagnie des petits, Tout compte fait, Sergent major... Mais c'était compter sans l'arrivée des enseignes familiales, telles le Français Kiabi, l'Américain Gap, le Suédois H & M ou l'Espagnol Zara, bien décidées à vêtir jusqu'au petit dernier.

"Zara a montré l'importance de la mise en scène : les articles à prix modique sont valorisés dans de vastes magasins lumineux", explique Georges Spitzer, nouveau président du directoire de DPAM. Les marques de mode enfantine de milieu de gamme sont prises en étau entre les bas prix des hypermarchés et l'offensive des marques d'adulte, aux moyens colossaux. "L'installation d'un H & M dans une ville équivaut à l'ouverture de six à dix magasins enfants d'un coup", résume M. Spitzer.

Dix ans plus tard, DPAM, championne de la mode enfantine à bas prix dans les années 1990, tente de renouer avec le succès. Elle a affiché en 2001 des ventes de 154,6 millions d'euros, en retrait de 3,2 % en France, et un bénéfice net en chute de 54,6 %. D'autres spécialistes, eux aussi mis en difficulté, ont changé de mains : Prénatal (cédé à l'italien Artsana), Jacadi (famille Frydman), Petit Bateau (Yves Rocher), Tony Boy (Sergent major), Camaïeu enfant (repris par l'un des fondateurs de Camaïeu en 2000 et baptisé Okaidi).

GRANDE MACHINE LOGISTIQUE

Après avoir aussi frôlé la catastrophe, deux sociétés semblent tirer leur épingle du jeu. Née en 1963, à Saint-Chamond (Loire), la bonneterie Zannier a fondé son essor sur la fourniture d'articles pour la grande distribution et sur sa propre marque de confection Z (185 magasins). De lancement en rachat, ce pionnier de la délocalisation est devenu le leader mondial du vêtement pour enfants (marques Z, Kickers, Floriane, Absorba...). En août 2000, il a fusionné avec son concurrent choletais, Génération Y2K, se saisissant de marques haut de gamme (Catimini, IKKS). *"Nous sommes présents dans tous les segments de marché avec nos 14 marques et dans tous les circuits de distribution : des hypermarchés qui représentent 25 % des ventes en France à nos propres magasins d'usine ou aux détaillants franchisés, comme Kid Cool", explique M. Sérís, de Zannier.*

Si le groupe affiche une santé insolente (un résultat net 2001 en hausse de 16,2 %, à 42,7 millions d'euros, sur un chiffre d'affaires en progression de 21,3 %, à 627,1 millions), c'est qu'il est aussi une grande machine logistique, capable de renouveler son offre tous les quinze jours. Zannier possède sa centrale d'achats, qui achète 20 millions de produits finis et supervise la fabrication de 30 millions de pièces dans 40 pays. L'ambition de Roger Zannier, son PDG, est de s'orienter vers le luxe, *"garant de stabilité, d'une moindre sensibilité aux aléas de la consommation et générateur d'une meilleure marge".*

Le luxe est déjà le terrain de prédilection de l'ancien groupe Albert, autrefois leader européen de la confection pour enfants (jusqu'à 1 200 salariés). Un dépôt de bilan plus tard, l'entreprise des Herbiers, en Vendée, est devenue CWF (Children Worldwide Fashion), propriété depuis 1999 du groupe financier européen Artal Luxembourg (Weight Watchers, les pains Harrys...). Dotée de 850 salariés, elle crée, dessine et fabrique les collections enfant de Kenzo, Elle, Timberland, Burberry et Nike. *"Notre stratégie est d'avoir sous licence les marques les plus prestigieuses, dans un style de vie déterminé : l'outdoor avec Timberland, le sportswear avec Nike, l'urban style avec Donna Karan, l'ethnique avec Kenzo, le luxe avec Burberry", explique Gérard Frieff, président et actionnaire de CWF.*

L'entreprise, qui vient d'ouvrir un "show-room" de plus de 700 m² à Paris, a doublé de taille en trois ans (à 160 millions d'euros) et dégagé 10 % de bénéfices. Pour M. Frieff, sa conversion au service des grands du luxe est promise à un bel avenir. Dès la cour de l'école, les enfants réclament des marques.

Véronique Lorelle in *Le Monde* 11/05/02

QUESTIONS

- 1 Au cours des années 80, quelles conséquences l'intensification de la concurrence a-t-elle engendrées d'un point de vue économique, et comment les entreprises ont-elles résisté ?
- 2 Présenter les différents canaux de distribution du vêtement d'enfant.
- 3 Rappeler l'importance de la logistique dans ce secteur.
- 4 Résumer les différents arguments qui permettent de considérer le secteur comme porteur à moyen terme.

Partie 2 : Droit

Statuts

Les soussignés : M. Faure ; M. Berliez
ont établi ainsi qu'il suit les statuts de la société à responsabilité limitée devant exister entre eux et toute autre personne
qui viendrait ultérieurement à acquérir la qualité d'associé.

Article 1 - Forme

Il est formé entre les propriétaires des parts sociales ci-après créées et de celles qui pourraient l'être ultérieurement, une
société à responsabilité limitée qui sera régie par les lois en vigueur et notamment le code du commerce.

Article 2 - Objet

La société a pour objet la création, la conception, et la fabrication de tous articles textile.

Article 3 - Dénomination sociale

La société prend la dénomination sociale suivante : Textile même.

Article 4 - Siège social

Son siège est fixé à 12 rue du Héron 10000 TROYES

Article 5 - Durée

La durée de la société est fixée à 99 années à compter de la date d'immatriculation de la société au Registre du
Commerce et des Sociétés.

Article 6 - Apports

Les soussignés suivants effectuent les apports en numéraire indiqués ci-dessous

- M. Faure : 30000€
- M. Berliez : 20000€

Article 7 - Capital social

Le capital social est fixé à la somme de 50000 €.

Il est divisé en 5000 parts sociales égales dont la valeur nominale est de 10 € chacune.

Article 8 - Modifications du capital social

La collectivité des associés, par décision extraordinaire, peut apporter toutes les modifications admises par la loi et
l'usage au capital social et à sa division en parts sociales, en respectant les prescriptions des articles 61 à 63 de la loi du
24 juillet 1966.

Article 9 - Droits et obligations attachés aux parts sociales

I - DROIT SUR LES BENEFICES, LES RESERVES, ET LE BONI DE LIQUIDATION

Chaque part de capital donne un droit égal dans la répartition des bénéfices. Les bénéfices réalisés par la société,
constatés et approuvés à la clôture de chaque exercice, dans les conditions prévues par la loi, sont répartis entre les
associés dans la proportion de leurs apports.

II - DROIT DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DES ASSOCIÉS

Tout associé a le droit de prendre à toute époque, par lui-même et au siège social, connaissance des documents suivants
concernant les trois derniers exercices : - comptes annuels, rapports soumis aux assemblées.

III - DROIT D'INTERVENTION DANS LA VIE SOCIALE

Chaque associé a droit de participer aux décisions et dispose d'un nombre de voix égal à celui des parts sociales qu'il
possède.

IV - DROIT DE CONTROLE

Tout associé non gérant peut, deux fois par exercice, poser par écrit des questions au gérant sur tout fait de nature à
compromettre la continuité de l'exploitation.

V - RESPONSABILITÉ LIMITÉE DES ASSOCIÉS

Les associés ne sont tenus à l'égard des tiers qu'à concurrence du montant de leur apport.

Article 10 - Nomination des gérants

Les associés nomment en qualité de gérant : M. FAURE ;

Article 11 - Révocation, décès, remplacement des gérants

Le ou les gérants sont révocables par décision dûment motivée des associés représentant plus de la moitié des parts
sociales, lors des assemblées générales.

Article 12 - Pouvoirs des gérants

Le ou les gérants ont seuls la signature sociale. La gérance peut faire tous actes de gestion dans l'intérêt de la société.

Fait à, le

Monsieur Faure est conscient du développement du secteur de l'habillement enfant, et après avoir noué quelques contacts commerciaux, il souhaite créer une entreprise de bonneterie, qui réalisera du travail à façon pour de grandes marques.

Monsieur Faure a quelques interrogations, et vous les soumet.

1 Outre la dimension commerciale, citez d'autres aspects à prendre en compte dans une démarche de création d'entreprise.

2 On a dit à M. FAURE, qu'il devrait pour commencer s'adresser au « CFE », et qu'il devrait obtenir un « numéro au RCS ». Rappeler la signification de ces sigles, puis l'utilité du CFE et du numéro RCS.

3 M. FAURE ne comprend pas qu'on lui parle de son « entreprise » ou parfois de sa « société ». Distinguer la notion d'entreprise de la notion de société. Rappelez ensuite les différentes formes juridiques que peut choisir M. FAURE pour son entreprise

Compte tenu de ses projets, M. FAURE a fait rédiger des statuts de société.

4 Quelle est la forme juridique de la présente société ? Rappeler les conditions légales permettant la création d'une telle société ; rappeler la signification de la notion d'« objet » en ce qui concerne les sociétés, et celle de capital.

5 La société a réalisé 3 000 € de bénéfices la première année ; les associés doivent décider s'ils laissent la somme dans la société ou s'ils la partagent. A quelles conditions la décision de distribuer peut-elle être prise ? Les associés décident d'affecter 1 000 € au compte "Réserves", comment sera répartie la différence et suivant quelle quotité ?

Partie 3 : Comptabilité générale

M. FAURE désire créer son entreprise. Il s'avère nécessaire qu'il réalise une prévision de son activité. Cette prévision va notamment consister à réaliser un bilan et un compte de résultat prévisionnels.

Réaliser le bilan et le compte de résultat prévisionnels pour l'année 2004 à partir des données ci-dessous. Vous utiliserez l'annexe 1.

Le chiffre d'affaires prévu pour la première année est de 380 000€. La production sera entièrement vendue.

Il sera nécessaire d'acheter des matières premières pour 270 000€. Le niveau des stocks prévisible correspondra à 10% des achats réalisés.

Les charges de personnel seront de 60 000€ dont 45% de charges sociales.

Les achats de service (transport, réception assurance...) devraient s'élever à 45 750€

Les machines nécessaires ont une valeur de 200 000€. Elles seront amorties sur dix ans en mode linéaire.

En plus du capital de 50 000€, la société (pour se financer) a souscrit un emprunt au 1/1/2004 pour huit années de 200 000€ ; il est remboursable de manière constante et le taux d'intérêt est de 5%.

Il n'est pas prévu d'opérations exceptionnelles.

Pour ne pas avoir de problème, la société devra avoir une trésorerie disponible de 19 250 €.

La société ne paiera pas d'impôt sur les bénéfices pour sa première année d'existence.

Annexe 1 A RENDRE AVEC LA COPIE.

Charges		Compte de résultat du 1/1/2004 au 31/12/2004		Produits	
Charges d'exploitation		Produits d'exploitation			
Achats stockés		Ventes de marchandises			
Variation des stocks		Production vendue			
Autres achats et charges externes		Subventions d'exploitation			
Impôts, taxes		Autres produits			
Charges de personnel					
Dotations aux amortissements					
<i>Total des charges d'exploitation</i>		<i>Total des produits d'exploitation</i>			
Charges financières		Produits financiers			
Intérêts versés		Intérêts reçus			
<i>Total des charges financières</i>		<i>Total des produits financiers</i>			
Charges exceptionnelles		Produits exceptionnels			
Sur opérations de gestion		Sur opérations de gestion			
Sur opérations en capital		Sur opérations en capital			
<i>Total des charges exceptionnelles</i>		<i>Total des produits exceptionnels</i>			
Impôts sur les bénéfices					
Résultat					
Total				Total	

Actif	Bilan au 31/12/2004			Passif
	Brut	Amort Prov	Net	
Actif immobilisé				Capitaux propres
Immobilisations incorporelles				Capital
Immobilisations corporelles				Réserves
Immobilisations financières				Résultat
Total (I)				Total (I)
Actif circulant				Provisions pour risques et charges
Stock				Dettes
Clients				Emprunt
Disponibilités				Fournisseurs
				Autres dettes (Etat, Sécu, salariés)
Total (II)				Total (II)
TOTAL GENERAL (I + II)				TOTAL GENERAL (I + II)