

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

dont 15 minutes pour la lecture du sujet

*Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte : 8 pages numérotées de 1/8 à 8/8.*

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.

SUJET

Vous avez décidé de créer une structure de conseil stratégique textile pour les entreprises de tissage, bonneterie et ennoblissement. Votre travail consiste à orienter les entreprises vers les nouvelles méthodes qui mettent en avant le facteur commercial sans pour autant négliger l'épine dorsale : la technique textile. Vous avez dernièrement conseillé l'entreprise Griffon (voir annexe 1 page 5).

PARTIE I - ÉCONOMIE.

- 1.1 Définissez les termes soulignés dans l'annexe.
- 1.2 « *En revanche 80 % de la production ont été délocalisés en Tunisie pour le chaîne et trame (70 % de l'offre) et au Maroc pour la maille* ». Pour quelles raisons, selon vous, l'entreprise choisit-elle de faire fabriquer pour partie en France et pour partie à l'étranger ?
- 1.3 Depuis le 1^{er} janvier 2005 la Chine, membre de l'O.M.C (organisation mondiale du commerce), n'est plus tributaire des accords multifibres et de ses quotas. Pouvez-vous dire quelles sont les conséquences attendues de cette décision dans les économies occidentales ?

PARTIE II - MARKETING.

« *Nous sommes maintenant passés d'une culture industrielle à une culture de commerce* » l'affirmation de M Griffon traduit une évolution de notre industrie en général et de l'industrie textile en particulier.

2.1 A partir du texte, donné en annexe 1, déterminez les éléments de la stratégie d'entreprise, constitutifs d'un plan de marchéage.

2.2 « *Nous disposons pour cela d'un magasin de 300 m² sur deux niveaux, au cœur du Sentier parisien, où nos clients peuvent venir s'approvisionner en séries courtes* ».

- Définissez la notion de séries courtes.
- Pourquoi, selon vous, les productions réalisées en France sont-elles destinées aux séries courtes et en quoi les productions réalisées à l'étranger sont-elles destinées aux séries longues ?

2.3 Donnez une définition des termes suivants :

- Franchise
- Magasin multimarques
- Segment masculin

PARTIE III - DROIT DU TRAVAIL.

« La création et le modélisme sont toujours réalisés en interne, soutenus par une styliste free-lance ». Dans cette entreprise deux types de collaborateurs sont présents, des salariés (création, modélisme) et une indépendante (free lance) pour la création.

- 3.1 Les choix de conception et techniques reposent sur une option juridique, faire collaborer au sein d'une même entité une styliste indépendante et un designer et une modéliste salariés. Comparez les deux systèmes dans le tableau donné en annexe 2.

PARTIE IV - GESTION COMPTABLE.

On vous donne les chiffres prévisionnels pour la création d'un magasin qui constituera le futur réseau commercial.

Acquisition d'un local	55 000 €
Acquisition du matériel	
• Caisse enregistreuse	18 000 €
• Portail de sécurité	6 000 €
• Téléphonie	750 €
• Vidéo surveillance	2 500 €
Acquisition du mobilier	
• Rayonnage	25 000 €
• Banque présentoir	10 000 €
• Bacs à vêtements	7 000 €
• Fauteuils	3 750 €
• Agencements divers	35 000 €
Acquisition du matériel de bureau	
• Ordinateur	5 000 €
• Imprimante	2 000 €
• Scanner	2 000 €
• Armoire bureau	3 000 €
• Bureau	4 000 €
Matériel de transport	10 500 €

Stocks	
• Pulls	6 000 €
• Robes	10 000 €
• Vestes	8 000 €
• Sacs clients	2 000 €
• Cintres	2 000 €
• Divers	3 000 €
Dépôt sur le compte en banque	9 000 €
Dépôt dans la caisse	500 €

- 4.1 Établir le bilan prévisionnel du magasin à partir des données de l'énoncé, sachant que les associés n'ont pas prévu de faire appel à des financements externes.
- 4.2 Pourquoi l'élaboration de ce bilan prévisionnel est-elle indispensable pour les créateurs de l'entreprise ?
- 4.3 Quels moyens de financement sont à la disposition de cette entreprise en phase de création ?

ANNEXE 1

Griffon va s'investir plus dans la distribution.

« Les espèces disparues sont celles qui ont raté leur mutation » telle est la devise favorite, empruntée à Jean Rostand, de Raoul Griffon, PDG de la société de prêt à porter féminin et de maille pour homme Griffon SA, créée en 1928 et implantée à Roanne. Troisième du nom à présider aux destinées de l'entreprise, celui-ci vient d'être rejoint par son fils Guillaume, au service création et communication.

L'entreprise qui a réalisée en 2003 un **chiffre d'affaires** de 13 millions d'euros a fait appel à un bureau de conseil afin de redéfinir sa stratégie de développement. Aujourd'hui, elle appuie celui-ci sur trois pôles principaux : création, communication image de marque et commercialisation, tout en ayant gardé en interne tous les stades de la fabrication maille (tricotage rectiligne, coupe et confection) pour les petites séries, la conception et le réassort.

En revanche 80 % de la production ont été **délocalisés** en Tunisie pour le chaîne et trame (70 % de l'offre) et au Maroc pour la maille [...]

La création et le modélisme sont toujours réalisés en interne, soutenus par une styliste free-lance. « *Nous sommes maintenant passés d'une culture industrielle à une culture de commerce* » explique Raoul Griffon. Avec onze commerciaux, l'entreprise propose ses deux collections annuelles pour « *la femme active, dynamique et élégante* », à mille deux cents **détailants multimarques** en France [...]

Les hommes existent aussi chez Griffon avec une collection de pulls pour l'hiver, mais ils ne pèsent que 7 ou 8 % du chiffre d'affaires. L'un des objectifs de Guillaume Griffon est d'ailleurs de redynamiser ces collections, afin de développer ce **segment masculin**. Mais l'entreprise roannaise tire également sa force de l'actualisation : « *Nous disposons pour cela d'un magasin de 300 m² sur deux niveaux, au cœur du Sentier parisien, où nos clients peuvent venir s'approvisionner en séries courtes* » commente Raoul Griffon. Un site Internet marchand présentant l'actualité de ce magasin est par ailleurs en cours d'élaboration.

Griffon veut aller plus loin dans la distribution et développer lui aussi un partenariat avec ses clients détaillants : un concept de boutique pour des surfaces de 60 à 100 m² de vente, avec du mobilier spécifique (cloison démontable, tables de présentation...), a été mis au point : « *Nous ne souhaitons pas travailler en franchise* » précise Raoul Griffon. « *En revanche, nous proposons à nos clients différents niveaux de coopération, de la mise en place d'une enseigne Griffon, l'aménagement intérieur du magasin, la mise en place des corners* » Deux boutiques en partenariat ont été ainsi installées, l'une à

Nevers et l'autre dans l'agglomération marseillaise. Parallèlement, la marque, qui dispose de deux magasins propres, l'un à Issoire, près de Clermont-Ferrand, et l'autre à Vélizy, dans la région parisienne, souhaite développer ce réseau propre en ouvrant dans les cinq ans à venir onze boutiques, représentant chacune un **investissement** de 230 000 €.

A nouvelle politique, nouveau logo et même un nouveau nom : Griffon frères est devenu Griffon SA. Une signature manuscrite en noir et une silhouette féminine en blanc se détachant sur un fond rouge vif constituent le nouveau logo. Le nouveau PDG mise cette année sur un **chiffre d'affaires** stable avec un **résultat net** de l'ordre de 2 ou 3 %

Catherine Payen.

Le journal du textile – 25 août 2004 – N°1799.

ANNEXE 2

LES STRUCTURES JURIDIQUES DU TRAVAIL	
INDÉPENDANT	SALARIE

ANNEXE 3

ACTIF		PASSIF	
<u>Actif immobilisé</u>		<u>Capitaux propres</u>	
<u>Actif circulant</u>		<u>Dettes</u>	
TOTAL		TOTAL	