

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.**

AGRO-EQUIPEMENT - CONSEIL ECONOMIQUE BAREME INDICATIF
--

1^{ère} partie : 11 points répartis ainsi :

- . 1.1 4
- . 1.2. 3
- . 1.3. 1
- . 1.4 3

2^{ème} partie : 17 points répartis ainsi :

- . 2.1 2 (exiger 5 réponses au minimum, sinon – ¼ par réponse)
- . 2.2 2
- . 2.3 3
- . 2.4 2 + 2
- . 2.5 6

3^{ème} partie : 12 points répartis ainsi :

- . 3.1 1
- . 3.2 2
- . 3.3 1
- . 3.4 2
- . 3.5 1,5
- . 3.6 2
- . 3.7 2
- . 3.8 0,5

PROPOSITION D'ELEMENTS DE CORRECTION

1^{ère} partie

1.1 En 2004, les ventes sur le marché français se sont élevées à 4,01 milliards d'Euros, dont 32,9 % pour les tracteurs et 67,1 % pour les machines agricoles.

Elles ont progressé de 13,3 % par rapport à 2003, malgré un recul du revenu agricole moyen (- 3,7 %)

La progression du marché en 2004 est due à une anticipation des achats : une hausse des prix est prévue pour 2005 (répercussion de la hausse du prix de l'acier et d'autres matériaux) la nouvelle PAC va être mise en place (nouvelle répartition des aides).

Pour le premier semestre 2005, les distributeurs prévoient une baisse des ventes pour les tracteurs, les ensileuses mais une stabilité ou une hausse pour les autres machines. Il est à prévoir que la chute des ventes risque de toucher plus fortement les régions à dominante viande et vigne puisque la vente de tracteurs y est plus importante.

1.2 Dans une région à dominante viande et vigne, il est primordial d'étendre ses activités si l'on ne veut pas voir les ventes chuter. CRA peut profiter du développement de l'entretien des dépendances vertes pour booster ses ventes. CRA peut le faire pour 3 raisons :

- l'entreprise est déjà largement présente sur ce segment : 250 tracteurs vendus dans le secteur entretien ces dernières années. Le réseau routier et autoroutier est très important dans le secteur.
- CRA a un SAV agriculture tout à fait adapté à l'évolution du marché
- la nouvelle PAC favorise l'entretien de l'environnement.

1.3 CRA a choisi une stratégie de diversification : il s'agit ici d'une stratégie de croissance qui consiste développer ses compétences sur de nouveaux marchés.

Accepter : stratégie de développement des marchés –

1.4 CRA doit étendre son domaine d'activité car le domaine actuel est en perte de vitesse dans la région (vigne et élevage surtout), et l'entreprise doit au minimum préserver son chiffre d'affaires : elle doit choisir un domaine susceptible de combler la chute des ventes.

Renault, dont l'entreprise distribue les produits, participe avec d'autres grands constructeurs, à l'élaboration du cahier des charges d'engins spécifiques pour ce domaine. Or CRA distribue les produits Renault.

L'entreprise ne prend pas de risques, car il n'existe pas une très forte concurrence de spécialiste sur ce secteur (3 grands constructeurs spécialisés, parmi eux Renault dont CRA distribue les produits), et il s'agit du même métier (SAV commun à celui de l'agriculture). La structure actuelle de CRA est parfaitement adaptée, l'entreprise possède les compétences nécessaires.

2^{ème} partie

2.1 Les clients visés par le marché sont :

- les sociétés d'autoroutes,
- les DDE,
- les municipalités, les communautés de communes, et les sivo, les conseils généraux,
- la SNCF,
- les personnels chargés de l'entretien des voies navigables, l'ONF,
- les entrepreneurs de travaux qui sous-traitent pour des maîtres d'ouvrage.

2.2 Les 4 principaux critères de choix du matériel sont les suivants : (accepter d'autres critères pertinents)

- Stabilité du matériel : surtout celui qui travaille sur les pentes
- Excellente visibilité : pour une meilleure sécurité des usagers des voies de circulation
- Confort pour le conducteur de l'engin : limitation de sa fatigue
- Parfois polyvalence pour une partie de la cible, parfois spécialisation : c'est fonction des chantiers

2.3 Points forts : (Accepter d'autres propositions logiques)

- son organisation en ce qui concerne la vente : en fonction des spécialités : ex. vigne, ou espaces verts
- Etendue de la gamme proposée à la clientèle : différentes marques adaptées à chaque utilisation, avec un choix de produits complémentaires
- SAV performant : bonne expérience dans l'agriculture, magasin itinérant, personnels spécialisés et expérimentés, intervention sur site (camions ateliers), prêt de matériel

2.4 Les moyens de communication utilisés par CRA sont les suivants : démonstration, présentation de nouveautés, appel au constructeur pour l'organisation de visites d'entreprises, présentation de la gamme (hall d'exposition) : ces moyens sont parfaitement adaptés à la cible, car il est important dans le métier « entretien des accotements routiers » de toucher le matériel proposé, de l'essayer ou le voir en fonctionnement. L'investissement étant important, les visites d'entreprises apportent un gage de qualité des produits

On peut compléter ces moyens par la participation à des salons locaux bien que chaque constructeur participe déjà à des salons nationaux et internationaux. La prise de contact avec la clientèle professionnelle est assurée dans ce type de manifestations, et l'on peut mieux mesurer la place de la concurrence locale sur le secteur. Autre proposition : Organisation de portes ouvertes : Occasion pour les clients de prendre contact avec les techniciens et les commerciaux, d'être au courant des innovations et des achats de leurs concurrents. ...

2.5 Lettre : Toute proposition est acceptée, si elle respecte la structure de la lettre. (Rappel : Dans un publipostage, l'objet n'est pas obligatoirement en l'introduction).

Exemple de rédaction : Cher client,

Connaissez-vous la nouvelle gamme Ergos de Renault ?

Nous avons le plaisir de vous inviter, dès aujourd'hui, à nous rendre visite dans nos locaux pour vous présenter cette nouveauté.

Lors de votre passage, vous pourrez apprécier la qualité des produits de la gamme, la sécurité et le confort des matériels, ainsi que leurs performances qui pourraient contribuer activement à améliorer vos coûts d'exploitation et assurer la qualité de vos travaux.

A cette occasion l'un de nos commerciaux ou de nos techniciens répondra à vos interrogations, et vous fournira la documentation que vous désirez. Vous pourrez évidemment prendre rendez-vous pour une démonstration.

Nous sommes sûrs que vous nous rendrez visite pour découvrir les derniers nés de la gamme Ergos. Veuillez agréer, Cher Client, l'expression de nos sentiments dévoués.

3^{ème} partie :

3.1 L'employeur peut sanctionner les salariés, car dans le cadre du contrat de travail, il dispose du pouvoir disciplinaire.

3.2 Le contrat de travail crée un lien de subordination entre l'employeur et le salarié. Le travail s'exerce sous la direction de l'employeur qui peut donc donner des instructions. Un manquement dans l'exécution des instructions constitue une faute susceptible de sanction.

3.3 La sanction appliquée, ici la mise à pied, doit obligatoirement être prévue dans l'échelle des sanctions du règlement intérieur.

3.4 La mise à pied est une suspension temporaire du contrat de travail imposée par l'employeur : sans salaire. Autres sanctions envisageables (à condition qu'elles soient prévues dans le règlement intérieur de l'entreprise : Avertissement, blâme, mutation, rétrogradation, licenciement pour faute.

3.5 Règles : - L'employeur a le droit de surveiller l'utilisation de l'outil informatique, il peut interdire l'usage à des fins personnelles, il peut regarder les destinataires des e-mails, mais le contenu du courrier est protégé par le code pénal (secret de la correspondance)
- Il doit prévenir les salariés de la mise en place du système de surveillance.

3.6 Les règles ont été respectées : Léo Forin était informé par note de service de l'interdiction d'utiliser les e-mails à des fins personnelles. De plus, l'employeur n'a fait que prendre connaissance des destinataires.

3.7 Une sanction pouvait être prononcée contre Léo Forin car lié par un contrat de travail, il était tenu par une obligation de loyauté (discrétion) et ne pouvait divulguer des informations. De plus, c'est lui qui a fourni à l'employeur la preuve de son manquement, devant témoin : l'employeur n'a pas lu les messages.

3.8 Le Conseil des Prud'hommes est le tribunal compétent pour juger des litiges opposant un salarié et son employeur.