

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL

SESSION 2008

U4 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE

Durée : 2 h – Coefficient : 2

Aucun document autre que le sujet n'est autorisé.

Matériel autorisé

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire. (Cirulaire n°99-186 du 16 novembre 1999 ; BOEN n°42).

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

Le sujet se présente sous la forme de 3 dossiers indépendants :

DOSSIER 1 :	Économie d'entreprise	7 points
DOSSIER 2 :	Droit	6 points
DOSSIER 3 :	Gestion	7 points

Le sujet comporte une annexe :

Annexe 1 : (à rendre avec votre copie)

page 7

CODE ÉPREUVE : 0806ADEC0GE	EXAMEN : BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR	SPÉCIALITÉ : AGENCEMENT DE L'ENVIRONNEMENT ARCHITECTURAL	
SESSION 2008	SUJET	ÉPREUVE : U4 - ÉCONOMIE ET GESTION DE L'ENTREPRISE	Calculatrice autorisée : oui
Durée : 2 h	Coefficient : 2	SUJET N° 19EM08	Page : 1/7

Il vous est demandé d'apporter un soin particulier à la présentation de votre copie.

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE D'ENTREPRISE

La mercatique (le marketing) selon IKEA

Document 1 : Un meilleur quotidien

L'idée des affaires de IKEA est de proposer une vaste gamme d'articles d'ameublement, esthétiques et fonctionnels, à de si bas prix que le plus grand nombre pourra les acheter. Et garder des ressources pour d'autres plaisirs encore !

La plupart du temps, les beaux articles de décoration et d'ameublement sont réservés à une minorité de gens aisés. Dès le départ, IKEA a voulu changer cela en décidant de se ranger du côté du plus grand nombre.

Pour ce faire, nous offrons des produits pour la maison qui répondent aux besoins des gens dans le monde entier. Des gens avec des besoins, des goûts, des rêves et des budgets très divers. Des gens qui désirent vivre mieux au quotidien dans un foyer mieux adapté à leurs besoins.

Rien de plus facile que de fabriquer de beaux meubles chers. Il suffit de dépenser sans compter et de faire payer la facture au client. Fabriquer de beaux meubles résistants à petit prix est un véritable défi qui nécessite une approche différente. Il s'agit de trouver des solutions simples et d'économiser sur tous les tableaux. La seule chose sur laquelle on ne peut pas se permettre de lésiner, ce sont les idées.

Cet objectif, nous ne pouvons pas l'atteindre seuls. Notre idée des affaires repose sur un partenariat avec le consommateur. Nous commençons par faire notre part : nos designers travaillent avec les fabricants afin de trouver des méthodes de production ingénieuses compte tenu des processus de fabrication existants. Puis, nos acheteurs cherchent dans le monde entier les meilleurs fournisseurs possible ayant les matières premières requises. Enfin, nous faisons nos achats en gros, à l'échelle mondiale, pour obtenir les meilleurs prix et proposer à nos clients les prix les plus bas.

Ensuite, vous faites votre part : en consultant le catalogue IKEA et en visitant le magasin, vous faites votre choix seul et vous vous servez en libre-service. La plupart des meubles étant emballés dans des paquets plats, il est facile de les emporter chez soi. À vous ensuite de les assembler. Cela signifie que nous ne facturons pas des services que vous pouvez vous rendre vous-même. Alors ensemble, nous faisons des économies, pour un quotidien meilleur.

Source : site Internet IKEA <http://www.ikea.com>

Document 2 : Analyse des besoins des clients : les situations de vie

Démarche

IKEA s'est fixé pour objectif de proposer dans ses magasins des produits novateurs et créatifs répondant parfaitement aux attentes de ses clients. Les documents de la rubrique « aller plus loin » sont destinés à montrer comment la schématisation des situations de vie des clients permet à une enseigne de proposer des produits adaptés aux besoins des clients.

Actions en magasin

Pour IKEA, les situations de vie des clients permettent de leur proposer des produits adaptés à leurs besoins. En effet, les besoins en termes d'aménagement et d'équipement du foyer varient en fonction des situations de vie des consommateurs : une naissance, l'achat d'une résidence principale ou secondaire engendrent de nouveaux besoins. Mais à chacune de ces situations de vie correspond un mobilier spécifique qui se doit de figurer dans l'assortiment.

Pour cette raison, IKEA a déterminé 11 situations de vie générant des besoins homogènes. Ces catégories générales, si elles ne concernent pas tous les consommateurs, sont suffisamment larges pour être adaptées aux conditions de vie spécifiques des consommateurs.

Objectifs marketing

- Proposer un assortiment adapté aux besoins des clients
- Capturer la clientèle la plus large possible (du jeune enfant au senior)
- Se positionner comme spécialiste pour l'ensemble des étapes de la vie d'un foyer afin de fidéliser les consommateurs.

Pour information : Les 11 situations de vie selon IKEA

- Premier équipement
- S'installer ensemble
- Premier enfant
- Entrer à l'école
- L'adolescence
- Une nouvelle maison / une nouvelle situation familiale
- Une résidence secondaire
- Faire la navette
- Travailler à la maison
- Vivre dans peu d'espace
- Seniors

Source : site Internet IKEA <http://www.ikea.com>

Travail à faire	
1.1	Définir la notion de mercatique (le marketing).
1.2	Quelles sont les cibles d'IKEA ?
1.3	Comment IKEA procède-t-elle pour déterminer les besoins des consommateurs ? Cette façon de faire est-elle courante ? (<i>Justifiez votre réponse</i>)
1.4	Pour les quatre éléments du plan de marchéage, indiquer la stratégie d'IKEA.

Licenciement économique : le douloureux problème du choix

Identifier la personne à licencier en cas de suppression d'un poste n'est pas chose facile, l'employeur ne pouvant écarter aucun des critères légaux.

On le sait depuis longtemps, quand une entreprise décide de supprimer ne serait-ce qu'un seul poste, elle ne peut se contenter de licencier la personne qui occupe ce poste : elle doit bâtir ce que l'on appelle l'ordre des licenciements et se séparer du salarié qui aura été désigné par ce moyen (C. trav., art. L 321-1-1).

L'ordre des licenciements s'établit en utilisant tout un jeu de critères fixés par la convention collective ou, à défaut, par la loi. L'employeur n'a pas le droit de faire un tri dans ces critères, il doit tous les prendre en compte (Cass. Soc., 15 mai 1991 ; 3 déc. 1992) mais il peut en rajouter après consultation des représentants du personnel, et en privilégier certains par un système de pondération (Cass. Soc., 3 avr. 2002 ; 9 déc. 2003). Rares sont les entreprises qui se risquent à rajouter des critères, de peur de se faire accuser de discrimination. En revanche, il est assez fréquent qu'elles déterminent le mode de départage lorsque l'application des coefficients met plusieurs salariés à égalité, comme c'était le cas dans l'affaire de la société Métallerie bayeusienne.

Cette entreprise, confrontée à la nécessité de procéder à un licenciement économique, a établi un barème prenant en compte l'ancienneté, l'âge, la qualification, les diplômes (avec une préférence selon que le diplôme est, ou non, un diplôme de métallerie) et les charges de famille. Chacun de ces critères est affecté d'un nombre de points, le « jeu » consistant à choisir celui qui en a le moins. À égalité de points, il est prévu de licencier en priorité ceux qui auront la situation la plus favorable du point de vue du chômage et la plus faible ancienneté.

Nous sommes en 2001. À l'époque, la liste légale, ni limitative, ni hiérarchisée, était la suivante : charges de famille, difficultés de réinsertion (notamment par l'âge ou le handicap), ancienneté, qualités professionnelles. La société applique donc son barème et se retrouve avec cinq tôleurs totalisant 21 points. Elle a deux postes à supprimer et choisit deux salariés, François, qui est en mesure de percevoir les allocations chômage jusqu'à sa retraite, et Michel, qui combine le fait d'avoir peu d'ancienneté et de bénéficier, en raison de son âge, d'une couverture chômage plus longue que les autres.

Difficultés de réinsertion

Les deux salariés désignés forment un recours contre la décision patronale. Ils gagneront tous les deux en cour d'appel mais la Cour de cassation leur fait un sort différent. Elle a, en effet, remarqué que la société avait omis d'inclure les difficultés de réinsertion dans sa liste de critères. Or, il apparaît que Michel est handicapé. Cette caractéristique est, de toute évidence, de nature à rendre sa réinsertion plus difficile. Sans entrer plus avant dans les arguments de l'entreprise, la Cour de cassation considère que Michel peut prétendre à des dommages et intérêts pour réparer le préjudice subi, sachant, comme cela a déjà été souligné, qu'aucun des critères légaux ne doit être écarté (Cass. Soc., 11 oct. 2006, n° 04-47.168).

Mais le cas de François est différent. Lui n'est pas handicapé. La cour d'appel a condamné l'entreprise au motif que celle-ci ne fournissait aucune explication sur le départage opéré entre les salariés gardés et les salariés licenciés, ce qui est faux. La société, en effet, a bel et bien précisé les conditions, ancienneté et situation vis-à-vis du chômage, qui avaient présidé à son choix. Compte tenu de son âge, François était assuré d'un revenu de remplacement jusqu'à ce que la retraite prenne le relais. Les explications avaient donc bien été données et le critère était objectif.

L'affaire est renvoyée devant la cour d'appel de Rouen (Cass. Soc., 11 oct. 200, n° 04-47.167). Celle-ci aura la lourde tâche de répondre à la question : le critère de durée de couverture chômage est-il pertinent pour départager deux salariés à égalité face à l'ordre des licenciements ? La réponse est loin d'être évidente. [...]

Les Echos, 14 novembre 2006, Marie Hautefort (Editions Lamy)

Travail à faire	
2.1	Définir la notion de licenciement pour motif économique.
2.2	Indiquer comment une entreprise doit procéder pour établir l'ordre des licenciements dans le cas de licenciements pour motif économique.
2.3	Indiquer ce que l'entreprise doit faire lorsque plusieurs salariés se retrouvent avec un barème de points identique.
2.4	Indiquer la réponse de la Cour de cassation et les motifs de sa décision dans les cas de Michel et de François.

DOSSIER 3 : GESTION

Toute information calculée devra être justifiée.

Les soldes des comptes de charges et de produits de l'entreprise DUVERNE se présentent comme suit fin décembre 2007 :

Comptes de charges et de produits	Soldes
Achats de marchandises	125 000
Ventes de marchandises	185 000
Pénalités et amendes fiscales	700
Revenus des valeurs mobilières de placement	2 000
Rémunération du personnel	38 000
Charges de sécurité sociale	19 000
Achats de matières premières	145 000
Ventes de produits finis	220 000
Taxe professionnelle	15 000
Intérêts des emprunts	14 000
Frais postaux et télécommunications	5 000
Charges exceptionnelles diverses	1 800
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	600

Travail à faire

3.1	Compléter le compte de résultat figurant en annexe (<i>annexe 1 à rendre avec votre copie</i>) en utilisant les données ci-dessus.
3.2	L'objectif de l'entreprise est de réaliser un bénéfice. Pourquoi est-ce important que ce bénéfice soit le plus élevé possible et quelles peuvent être les conséquences si les pertes s'accumulent ?
3.3	Quel est l'intérêt de distinguer dans le compte de résultat ce qui relève de l'exploitation, du financier et de l'exceptionnel ?

ANNEXE 1 (à rendre avec votre copie)

Compte de résultat 2007

CHARGES	MONTANT	PRODUITS	MONTANT
<u>CHARGES D'EXPLOITATION</u>		<u>PRODUITS D'EXPLOITATION</u>	
<i>I - Total des charges d'exploitation</i>		<i>I - Total des produits d'exploitation</i>	
<u>CHARGES FINANCIÈRES</u>		<u>PRODUITS FINANCIERS</u>	
<i>II - Total des charges financières</i>		<i>II - Total des produits financiers</i>	
<u>CHARGES EXCEPTIONNELLES</u>		<u>PRODUITS EXCEPTIONNELS</u>	
<i>III - Total des charges exceptionnelles</i>		<i>III - Total des produits exceptionnels</i>	
TOTAL DES CHARGES I + II + III		TOTAL DES PRODUITS I + II + III	
RÉSULTAT		RÉSULTAT	
TOTAL GÉNÉRAL		TOTAL GÉNÉRAL	