



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.

Campagne 2010

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**PRODUCTIQUE TEXTILE**

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 : 3 pages numérotées de 1/3 à 3/3.*

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.

Tout autre matériel interdit

La société Lener Cordier, société anonyme implantée à Hazebrouck (département du Nord) est un fabricant français de pièces à manches (trench-coats, duffle-coats, cabans, blazers, manteaux, vestes..). D'ordinaire, cette entreprise met son outil industriel au service de ses différents clients, mais, cette année, elle s'apprête à commercialiser de nouvelles pièces à base de textile dit « biologique ou écologique » sous sa propre marque : « Lener ».

PARTIE I – ECONOMIE

A l'aide de l'annexe 1 et de vos connaissances, vous répondrez aux questions suivantes :

- 1.1 – Expliquer les termes soulignés en caractères gras dans le texte.
- 1.2 – Quelle évolution a connue l'industrie de l'habillement du Nord depuis une trentaine d'années ? Pourquoi ?
- 1.3 – Retrouver les différentes stratégies mises en œuvre par les confectionneurs nordistes pour maintenir leur activité. Vous illustrerez votre propos à l'aide d'exemples.
- 1.4 – Quelle distinction faites-vous entre sous-traitance et co-traitance ?

PARTIE II – DROIT

Quitte à produire ses propres collections, pourquoi ne pas lancer sa propre marque ? C'est donc ce que s'est dit Frédéric Lener, le dirigeant de cette société.

- 2.1 – Répertorier les différentes conditions nécessaires à la protection d'une marque.
- 2.2 – Quels sont les principaux droits accordés au titulaire d'une marque ?
- 2.3 – Dans quelle mesure une marque peut-elle être source de revenus pour son propriétaire ?

PARTIE III – GESTION

Sous sa propre marque, l'entreprise Lener Cordier choisit donc de produire pour la collection hiver 2010/2011, un nouveau modèle de veste « bio », réservée à la grande distribution. Des études de marché montrent que les ventes peuvent s'établir à 7 000 unités.

Les coûts variables comprennent :

- le coût de production unitaire (coût matières + coût main d'œuvre) de 15 € ;
- les coûts variables de logistique de 1,50 € par unité comprenant les opérations de stockage avant expédition aux magasins ;
- les dépenses variables d'emballage, d'expédition et de transport estimées à 0,90 € par unité.

Les coûts fixes totaux comprenant les frais des personnels administratifs et les loyers des locaux d'exploitation s'élèvent à 15 400 €.

Le responsable commercial précise que le prix de vente hors taxes en boutique pourrait s'établir par application d'un coefficient de 2,2 sur le coût de revient global.

3.1 – Déterminer le prix de vente hors taxes de cette veste « bio ».

3.2 – Calculer pour une production vendue de 7 000 pièces :

- la marge sur coût variable,
- le taux de marge sur coût variable,
- le résultat.

3.3 – Déterminer le seuil de rentabilité et indiquer sa signification.

La société Lener envisagerait par la suite de doper les ventes par une politique publicitaire accrue dont le coût s'élèverait à 4 000 € hors taxes. Ces frais sont considérés comme des coûts fixes.

3.4 – Préciser l'augmentation des ventes de vestes « bio » pour maintenir un résultat identique à la situation antérieure qui ne comprenait pas de dépenses publicitaires et donner vos conclusions.

N.B. : Vous ferez apparaître sur votre copie le détail de vos calculs et arrondirez vos résultats à 2 chiffres après la virgule.

PARTIE IV – MERCATIQUE

L'entreprise Lener décide donc en proposant cette veste « bio » à la grande distribution de s'inscrire dans la mouvance « éco-responsable » (coton biologique, matières obtenues à partir de matériaux recyclés, etc....)

4.1 – Rechercher des moyens d'action commerciale, à mettre en œuvre en partenariat avec les distributeurs, pour informer la clientèle de cette démarche.

4.2 – Quels autres modes de distribution une entreprise peut-elle adopter ? Expliquer.

ANNEXE 1

L'habillement nordiste fait de la résistance

Continuer à confectionner de l'habillement dans le Nord-Pas-de-Calais est devenu une sacrée paire de manches ! Un pari un peu fou que persistent pourtant à faire une poignée d'entrepreneurs locaux...

[...] *«J'ai des confrères, mais on ne fait pas tous le même métier; il y a des stratégies profondément différentes parmi les divers acteurs de la région»*, résume ainsi Frédéric Lener, le patron de *Lener Cordier*, spécialisé dans la conception et la fabrication de pièces à manches.

Pendant longtemps, l'habillement local a été porté par la croissance de la grande distribution et des enseignes spécialisées. Nées pour la plupart dans le Nord, ces dernières ont largement contribué au développement de vastes ateliers d'habillement dans la région. [...]. En 1981, l'industrie de l'habillement du Nord comptait ainsi 25.000 salariés, sur un total de 237.000 au plan national. Quinze ans plus tard, lorsque les distributeurs ont commencé à privilégier massivement le grand import, les effectifs ont fondu comme neige au soleil. En 2005, on dénombrait seulement 3.000 emplois dans l'habillement nordiste, sur un total de 55.000 en France. Aujourd'hui, l'effectif a été ramené à 2.500 personnes. *«Le secteur de l'habillement n'investit plus en France, hormis les industriels bien positionnés et ayant mis en place une structure de production mondiale, sachant utiliser à bon escient les délocalisations. Des délocalisations de proximité vers la Tunisie, le Maroc ou la Pologne réalisées par quelques entreprises ont préservé l'emploi de centaines de personnes en Nord-Pas-de-Calais»*, soulignait dès 2005 le rapport sectoriel de la Direction régionale de l'industrie, de la recherche et de l'environnement.

[...] Paradoxe ? Non, parce que les confectionneurs nordistes ont participé à ce mouvement de délocalisation en raison de leur proximité avec les donneurs d'ordres. *«Dans le Nord-Pas-de-Calais, c'est la grande distribution elle-même qui incitait les confectionneurs à délocaliser»*, rappelle Eric Mézin. Pour maintenir leur activité, la plupart des acteurs se sont donc engagés dans de profondes mutations pour répondre aux exigences d'une clientèle qui réclame à la fois des prix, des délais et de la création. Déplaçant leur **valeur ajoutée** de la production au **marketing**, certains se sont même différenciés en lançant leur propre **marque**.

A l'origine, les commandes de la grande distribution et de la distribution spécialisée ont cantonné les confectionneurs nordistes dans un simple rôle de sous-traitant. *Artex*, par exemple, continue à fonctionner selon ce schéma originel. Née de la reprise de l'ex-groupe *Belleteste*, la société d'Arques est le dernier confectionneur «industriel» de la région, avec 180 personnes. Mais la baisse d'activité l'a conduite à développer d'autres activités complémentaires, comme la production délocalisée en Pologne (*Défi*) ou des prestations de remise aux normes, par rapport au cahier des charges initial, de vêtements en provenance du grand import (*Habits Conformés*).

En marge de ce dernier gros façonnier subsistent encore de «petits» ateliers positionnés sur des marchés haut de gamme. C'est le cas d'*Isastyle*, fondé en 1997 à Noeux-les-Mines par d'anciennes couturières d'*Artois Confection* à Béthune. [...] Aujourd'hui, l'entreprise compte 28 employées et collabore principalement avec des créateurs parisiens de prêt-à-porter haut de gamme. [...]

Pour continuer à traiter avec la grande distribution, la plupart des confectionneurs ont investi en amont, dans la mise au point des produits. C'est notamment la démarche adoptée par *Ruko-Creadec*, l'entreprise familiale de la famille Massé, spécialisée dans la co-traitance. Disposant d'un bureau d'étude à la Bassée, l'entreprise fait fabriquer sa production par des ateliers implantés en Europe de l'Est, dont la Pologne.

Même s'ils disposent d'un véritable savoir-faire technique et d'outils performants pour la création de patronnage, la gradation et la mise au point des dossiers techniques, ces confectionneurs d'un genre nouveau souffrent de plus en plus du diktat des enseignes en termes de prix, malgré la délocalisation de la production. Pour contourner le débat, d'autres confectionneurs ont pris le chemin de la création. C'est la voie empruntée par *PH Diffusion*. De pur façonnier français (60 mécaniciennes), l'entreprise de Harnes s'est peu à peu muée en façonnier délocalisé, puis en cotraitant, pour devenir aujourd'hui une véritable force de proposition. La société n'emploie plus que 18 salariés, dont deux stylistes chargées de créer une collection «maison» proposée aux clients de la distribution spécialisée, entièrement fabriquée au Maroc.[...]

Thierry Butzbak (Journal du textile n°2001, 8 septembre 2009)