



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

| | | | |
|----------------|---|-----------------------|----------------------|
| DANS CE CADRE | Académie : | Session : | Modèle E.N. |
| | Examen : | Série : | |
| | Spécialité/option : | Repère de l'épreuve : | |
| | Epreuve/sous épreuve : | | |
| | NOM | | |
| | <small>(en majuscule, suivi s'il y a lieu, du nom d'épouse)</small> | | |
| | Prénoms : | n° du candidat | <input type="text"/> |
| | Né(e) le : | | |
| | | | |
| | <small>(le numéro est celui qui figure sur la convocation ou liste d'appel)</small> | | |
| NE RIEN ÉCRIRE | | | |

Situation :

Apprenti(e) en Brevet Professionnel, vous travaillez dans le salon « Bel' Hair » situé au 6, rue du Marché 77170 Brie Comte Robert.

En vue d'une éventuelle embauche en Contrat à Durée Indéterminée en cas d'obtention du diplôme que vous préparez, votre employeur souhaite vous évaluer sur vos connaissances en management et vous confie différentes tâches.

Dossier 1 : Le statut juridique (10 points)

Dossier 2 : Ouvrir un deuxième salon (10 points)

Dossier 3 : La rentabilité du salon (10 points)

Dossier 4 : Communication (10 points)

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Dossier 1 : Le statut juridique

Actuellement votre employeur est sous le statut de l'entreprise individuelle. Après avoir consulté différentes sources, il envisage de changer de statut juridique.

A partir de vos connaissances personnelles et du document 1, répondez aux questions en annexe 1.

Document 1. L' EIRL

Entreprendre sans risque ?

Séparer son patrimoine personnel des biens affectés à son activité professionnelle ? Une belle idée, qui deviendra possible en France, si le projet de loi créant l'entreprise individuelle à responsabilité limitée (EIRL) est adopté ;

Est-ce la fin d'une époque ? Celle où un entrepreneur mettait son propre argent sur la table, au risque de se retrouver sur la paille du jour au lendemain, si les clients désertaient son salon ou payaient avec des chèques en bois. Car, jusqu'à maintenant, tous les biens, y compris personnels, des chefs d'entreprise qui avaient choisi de s'installer en nom propre, c'est-à-dire sous le statut d'entreprise individuelle, étaient saisissables. Une aberration française, qui pourrait bien tomber si le projet de loi créant l'Entreprise individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL), présenté au conseil des ministres le 27 janvier par Hervé Novelli, ministre des PME, et discuté au Parlement le 17 février est adopté. « C'est une nouvelle barrière à l'envie d'entreprendre qui tombe, s'est enthousiasmée Christine Lagarde, ministre de l'économie. Ce projet de loi est destiné à encourager la prise de risque par le cantonnement du risque, justement.

Il faut dire que l'enjeu est de taille et que la mesure devrait, une fois adoptée, faire boule de neige. En attendant, elle est saluée haut et fort par la *FNC, le Cnec, l'UPA et l'Assemblée permanente des Chambres de Métiers (APCM), qui bataillaient depuis des années dans ce sens. A condition cependant, soulignent-ils, que les banques jouent le jeu et ne continuent pas à demander des cautions personnelles. « C'est bien que cette possibilité soit instaurée, souligne Anne Delanoy, vice-présidente de la Fédération nationale de la coiffure (FNC). Mais tant que les entreprises françaises seront sous capitalisées, cela sera difficile à faire passer. »

Une Procédure Simplifiée

Pourtant, pas moins de 100 000 entreprises devraient, d'après le gouvernement, adopter ce nouveau statut dès 2011 (2/3 de nouvelles créations, 1/3 de transformations de statut), d'autant que la procédure sera simplifiée à l'extrême : une simple déclaration d'affectation au Répertoire des métiers pour les artisans ou au Registre du commerce et des sociétés pour les commerçants. Le tout devrait coûter entre 50 et 100 millions d'euros par an à l'Etat.

* Fédération Nationale de la Coiffure

Source : *Coiffure de Paris – Mars 2010*

| | | | |
|--|---------------------|-----------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 | Page :2/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Annexe 1.

1. Citez 3 caractéristiques de l'entreprise individuelle (EI).
-
-
-
2. En quoi l'entreprise individuelle à responsabilité limitée (EIRL) peut - elle être une solution avantageuse pour les entrepreneurs installés en nom propre ?
3. Quel peut-être, néanmoins, le frein au développement de ce nouveau statut ?

Votre employeur pourrait également modifier le statut de son entreprise en Société à Responsabilité Limitée (SARL). Après lui en avoir donné 3 caractéristiques de ce statut, en annexe 2, indiquez-lui les formalités à effectuer pour pouvoir effectuer ce changement

Annexe 2

1. Citez 3 caractéristiques de la SARL
-
-
2. Indiquer deux formalités à effectuer pour changer l'entreprise en SARL.
-
-

| | | |
|--|---------------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 |
| | | Page :3/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Dossier 2 : Ouvrir un deuxième salon (10 points)

Votre employeur envisage, dans un futur très proche, d'ouvrir un deuxième salon.
A partir du document 2 et de vos connaissances personnelles, répondez aux questions en annexe 3.

Document 2 Ouvrir un deuxième salon.

Un vrai Business

Mûrement réfléchi ou déclenché par une opportunité, l'ouverture d'un second salon ne ressemble pas tout à fait à celle du premier : de l'emplacement au statut juridique, en passant par le financement, les données du problème sont différentes.

S'installer juste à côté ou plus loin ? Créer ou reprendre ? Emprunter à sa banque ou ailleurs ? Opter pour une structure juridique identique ou différente ? Les problématiques liées à l'ouverture d'un salon supplémentaire amènent à se poser les questions classiques – où, quand, comment ? – mais dans un registre différent de celui de la première expérience. En grande partie, parce que la réponse à la dernière question de base – pourquoi ? – prend, en général, d'autres accents.

« Après 20 ans d'activité, l'horizon de mon salon rural me semblait limité. J'ai hésité à le vendre pour m'installer ailleurs », par exemple sur la Côte. Et puis finalement, après avoir bien analysé la situation, j'ai décidé que mon avenir passait par l'ouverture d'un deuxième salon dans une commune proche, mais un peu plus grande » ; indique Marinette Batard, qui a installé, en 2007, son second salon « Marine B » à Saint Pierre Montlimart (Maine et Loire), soit à 8 km du premier, implanté en 1986 au Fuiet.

Les raisons peuvent aussi être plus personnelles, avec l'objectif de donner, à chacun des membres du couple ou de la famille, l'opportunité d'exercer des responsabilités, que ce soit en coiffant ou en gérant. Ainsi, Philippe Tapprest a créé, en 1998, son deuxième salon à Troyes, sept ans après le premier, dans un esprit familial : « Ma femme avait des compétences administratives, dit-il. Et le fait d'avoir deux sites lui permettait d'avoir une vraie fonction. »

Une opportunité à saisir

Parfois, cependant, c'est simplement « l'occasion qui fait le larron », comme une opportunité à saisir : « Je n'y avais pas pensé, mais quand j'ai appris que l'hypermarché voisin allait réaménager sa galerie, j'ai tout de suite réagi et pris rendez-vous avec le directeur pour postuler », relate Gildas Renouard, propriétaire à Loudéac (22) de Gildas Coiffure (en centre ville depuis 1995) et GR Coiffure (dans le centre commercial depuis 2008). Dans ce cas là, le local est tout trouvé. Mais, ce n'est pas forcément une « bonne affaire », au sens qu'en donnent les études de marché. Ainsi, celle menée pour lui par un cabinet partenaire de la FNC avait conclu qu'il ne devrait pas ajouter un 11^{ème} coiffeur sur cette commune de 10 000 habitants. Et qu'à choisir, il était préférable de fermer le centre-ville et de travailler uniquement sur le site de périphérie. « Mais je ne les ai pas écoutés, commente-t-il, car j'ai pensé que leur calcul de rentabilité n'était pas le seul paramètre à prendre en compte. D'abord, parce que, si ce n'était pas moi, un autre s'installerait. Ensuite, parce que, dans mon optique, il s'agissait aussi d'un investissement à plus ou moins long terme, avec l'idée que, peut être, un de mes deux enfants serait intéressé par la reprise de l'affaire. »

Reprendre ou créer, le débat est ouvert. Pour Anne Delanoy, directeur général adjoint de la Fédération Nationale de la Coiffure (FNC), « la reprise d'un fonds est plus sécurisante qu'une création pure et présente de nombreux avantages, à savoir une implantation bien choisie, une clientèle déjà existante, une équipe de collaborateurs opérationnelle, des aménagements réalisés, le transfert du droit au bail, explique-t-elle. Néanmoins, il est important d'aller acheter le fonds au juste prix et de faire réaliser une correcte évaluation ».

| | | | |
|--|---------------------|-----------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 | Page :4/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Document 2. (suite)

Cependant, dans les faits, au-delà de la théorie, les pratiques sont diverses, avec tous les cas de figure possibles. « *Mon premier salon était une création, facilitée par le fait qu'à l'époque, il n'y avait quasiment pas de concurrence. Mais, pour le second, j'ai préféré une reprise, car ce n'est pas évident de gagner une clientèle.* », explique Marinette Batard. Une fois son objectif défini, elle en parle à ses fournisseurs et le bouche à oreille fonctionne : la responsable d'un salon d'une commune voisine la contacte directement. « *L'étude de marché a été rapide, car je connaissais cette commune, où j'avais fait mon apprentissage, dit-elle. On a étudié le bilan, puis établi un prévisionnel, en intégrant le coût du relooking que je voulais faire.* »

Philippe Tapprest a, lui, suivi le chemin inverse à Troyes. Il a débuté par une reprise, celle d'un coiffeur leader de la ville mais situé dans une petite rue excentrée. Puis, enchaîné sur une création à 200 mètres de là sur un emplacement porteur : « *J'ai misé sur le local, en pensant qu'il allait devenir numéro 1, car la municipalité avait prévu de gros travaux dans ce quartier*, dit-il. *L'étude de marché, menée par les étudiants de l'ESC, m'a conforté dans mon intuition, et m'a donné un vrai dossier et les indispensables tableaux de bord à présenter aux banques* ».

Car, bien sur, le passage par la case « financement » est obligatoire. Et cela s'avère, globalement, plus facile à décrocher qu'au premier tour... mais pas forcément dans sa propre banque ! « *Il m'a fallu prendre une décision en urgence, car le propriétaire de la galerie me donnait deux mois pour ouvrir*, raconte Gildas Renouard. *Le délai était trop court pour mon agence, qui devait en référer à sa direction régionale, et c'est donc un autre établissement qui m'a prêté 100% de mon investissement sur 7 ans. Mais, j'ai un regret et un conseil à donner : un salon peut bénéficier d'aides à la création d'entreprise (dans le cadre des politiques d'aménagement du territoire)... à condition de déposer les dossiers AVANT d'ouvrir !* »

Nouveau partenaire financier également pour Philippe Tapprest qui a fait la tournée des banques, et mesuré l'avantage d'avoir fait ses preuves : « *C'est nettement plus facile d'emprunter 100% pour un deuxième salon que 80% pour un premier...* ». Mais on peut également trouver à se fournir « chez soi » comme Marinette Batard. « *Mon conseiller bancaire, qui a toutes mes références et connaît l'histoire du premier salon, m'a fait confiance.* » Autre domaine, où l'effet « numéro 2 » peut jouer positivement : les relations avec les fournisseurs. A la fois pour les produits qu'on peut mieux négocier, mais aussi pour les formations : « *Je peux plus légitimement faire déplacer quelqu'un pour mes 14 salariés que, précédemment, pour 7* », se félicite Philippe Tapprest.

Les tâches administratives

Pour la gestion, ce qu'on gagne en compétence –cette fois ci- l'exonération de charges de la première année ne laissera pas Marinette Batard « *complètement dans le brouillard* » - on le perd en volume de tâches administratives. Si Philippe Tapprest les a déléguées à sa femme, Marinette Batard leur dédie tous ses mardis, et Gildas Renouard s'en occupe le matin de bonne heure. Des organisations qui diffèrent, comme les choix des statuts. A Troyes, le premier salon est en EURL et le second en SARL, « *ce qui permet de bien contrôler qui fait quoi, ce qui rapporte de l'argent, de comparer les bonnes expériences de l'un et l'autre* ». A Loudéac, Gildas Renouard a commencé par une société en nom propre, et poursuivi par une EURL, « *car, je ne voulais pas faire une annexe, mais que ce soit clairement différent* ». Marinette B., elle, a opté pour une SARL, en association avec son mari avec, pour les deux implantations, un seul bilan (bénéfices et impositions communs).

Reste, enfin, la dimension « humaine » de cette seconde ouverture, avec une double approche. D'abord, côté personnel. « *En cas de cession, les collaborateurs sont automatiquement transférés au cessionnaire qui devient leur employeur ; il faut donc absolument analyser en amont la situation sociale de l'entreprise et faire la revue des contrats de travail* », préconise Anne Delannoy. Mais ce transfert automatique au plan légal, n'est pas forcément facile au quotidien : « *Quand j'ai voulu manager « à ma façon », l'équipe a explosé*, confie Philippe Tapprest, *et je pense que c'est incontournable. Car, quand on reprend, c'est avec un projet de développement et des idées pour le faire, ce qui implique des changements, y compris sur des détails comme le fait de porter une tenue de travail* ». Quand il s'agit d'une création, une solution souvent adoptée est le transfert d'un salarié du salon 1 vers le salon 2, où il joue le rôle de responsable vis-à-vis des équipes et de la clientèle.

| | | | |
|--|---------------------|-----------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 | Page :5/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Document 2 (suite)

Autre casse tête, le partage du temps du « patron » entre les deux sites : on peut, comme Gildas Renouard, choisir de ne jamais travailler dans son deuxième salon – « *mes clients du centre ville ne comprendraient pas que je sois parfois absent* » - ou opter, comme beaucoup, pour un mix, mais alors avec des alternances fixes et clairement identifiables aussi bien par les salariés que par la clientèle. Une clientèle qui est le volet le moins prévisible de cette aventure. « *Il y a eu environ 10% de transfuges de l'ancien salon, et le reste a été un travail de conquête. L'étude de marché avait identifié que, sur Troyes, 20% des consommateurs étaient prêts à changer de coiffeur. A moi de les fidéliser ensuite !* » Un challenge qui existe aussi lors d'une reprise : « *Racheter un fonds ne veut pas dire racheter la clientèle, insiste Marinette Batard. Pour moi, tous les coiffeurs sont bons, se forment de plus en plus... et les gens n'ont pas trop de raisons de changer. Pour progresser, je me suis lancée dans le végétal... en attendant d'ouvrir, peut être, un troisième salon, toujours sous l'enseigne Marine B. Mais, cette fois, je l'éloignerai plus et, surtout, je le mettrai en gérance libre, car j'aime trop mon travail pour partir du fauteuil et ne faire que de la gestion !* »

Source : *Coiffure de Paris* – Septembre 2010

Annexe 3

1. Quels sont les avantages et inconvénients de la reprise d'un salon existant ?

- Avantages (2 réponses exigées)

-

-

- Inconvénients (2 réponses exigées)

-

-

| | | |
|--|---------------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 |
| | | Page :6/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Quels sont les avantages et inconvénients de la création d'un salon ?

- Avantages (2 réponses exigées)
 -
 -
- Inconvénients (2 réponses exigées)
 -
 -

3. En cas de reprise d'un salon existant, citer les éléments compris dans le fonds de commerce

- Éléments corporels (2 réponses exigées)
 -
 -
- Éléments incorporels (2 réponses exigées)
 -
 -

4. Que signifie « le transfert du droit au bail » ? *(page 4 dernier paragraphe)*

| | | |
|--|---------------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 |
| | | Page :7/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Dossier 3. La rentabilité du salon

Votre employeur décide finalement de racheter un deuxième salon, à quelques kilomètres du premier, dont voici les caractéristiques principales (document 3).

Document 3

Salon mixte « Imagine »
13, rue du Général Leclerc 94520 Mandres les Roses
EURL au capital de 7 000 € créée en 2003
4 salariés en CDI à temps plein
Chiffre d'affaires 2010 = 169 000 € TTC (TVA à 19,6%)

A partir des documents 3 et 4, calculer le résultat du salon pour l'année 2011 et calculer le seuil de rentabilité en annexe 4, et répondre aux questions en annexe 5.

Document 4

- La masse salariale pour l'année 2010 s'élève à 97 920 €, charges sociales comprises. Au titre des anciennetés ; cette masse salariale augmentera de 4% en 2011 ; 80% du total sera fixe, 20% variable
- Les charges de fonctionnement HT s'élèvent à 35 000 € HT en 2011. 65 % de ces charges sont fixes, le reste étant variable.
- Vous n'envisagez pas, pour l'instant, d'augmenter le chiffre d'affaires pour l'année suivante.

| | | | |
|--|---------------------|-----------------|-------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 | Page :8/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Annexe 4

1. Compléter le tableau de ventilation des charges

| Charges HT pour l'année 2011 | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|----------|--------------------------|----------|----------|
| | Charges Fixes | | Charges variables | | |
| | Total | % | € | % | € |
| Salaires et Charges sociales | | | | | |
| Charges de fonctionnement HT | | | | | |
| Total Charges | | / | | / | |

2. Calculer le chiffre d'affaires HT prévisionnel pour l'année 2011. (justifier les calculs).

3. Compléter le Compte de résultat différentiel pour l'année 2011.

| | € | % |
|--|----------|--------------|
| Chiffre d'affaires HT | | 100 % |
| Charges Variables | | |
| Marge sur Cout Variable | | |
| Charges Fixes | | / |
| Résultat Brut(Bénéfice ou Perte) <i>Rayer la mention inutile</i> | | / |

4. Proposez 2 solutions pour augmenter le chiffre d'affaires.

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Dossier 4. Communication.

Pour augmenter le chiffre d'affaires de ce nouveau salon, vous désirez mettre en place des actions de fidélisation.

Parmi celles-ci, vous souhaitez envoyer, à la clientèle féminine du salon, un publipostage les invitant à bénéficier d'une réduction de 20 €, sur une prestation de leur choix, pour leur anniversaire.

A partir du document 5, réaliser en annexe 6 un modèle de publipostage à envoyer à votre cliente dont les renseignements apparaissent dans le document 6.

Document 5 : Comment faire un publipostage efficace ?

Le publipostage consiste à communiquer directement et de façon personnalisée avec vos clients actuels et potentiels en adressant par voie postale une documentation sur les services offerts par l'institut. Comment rédiger un publipostage ?

Dans une lettre, tous les détails ont leur importance. Le style et le ton du message, le plan, les mots utilisés, rien ne doit être laissé au hasard.

La lettre a pour mission de créer une relation personnalisée et privilégiée entre l'expéditeur et son destinataire.

Le meilleur moyen d'atteindre la curiosité du lecteur est de retenir son attention tout au long du texte et de commencer par lui parler de sa personne. Il se sent alors concerné, valorisé, privilégié ce qui suppose que vous avez à lui proposer un service intéressant et adapté à sa situation.

Elle se poursuit par la présentation de votre offre.

Enfin, une dernière partie doit expliquer clairement ce que le client doit faire pour en bénéficier.

Gras, souligné et italique permettent d'appuyer les phrases ou les mots importants de l'argumentation.

Document 6

Nom Client(e) : Dubois Caroline

Adresse : 16, avenue Gabriel Péri
94520 Mandres les Roses

Date anniversaire : 17 juillet

Dernière visite : 03 mai 2011

Nature cheveu : Sensibilisé

Prestations : Mèches, couleur, coupe

Produits : Sh. Cheveux colorés, laque

Ticket moyen : 56,30 €

| | | |
|--|---------------------|--------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 |
| | | Page :10/11 |

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Annexe 5

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau SCEREN

| | | |
|--|---------------------|--------------------|
| BREVET PROFESSIONNEL COIFFURE | Session 2011 | SUJET |
| Epreuve : Management d'un salon de coiffure | Durée : 2h | Coef : 2 |
| | | Page :11/11 |