Banque commune d'épreuves des écoles de management (BCE), France

Session 2022, filière ECT

Management et sciences de gestion INSEEC

Durée : 4 heures

Ce que traite le sujet

- Dossier 1 : Les options stratégiques de l'entreprise 1083
- Dossier 2 : Les choix mercatiques de l'entreprise 1083
- Dossier 3 : Le financement du projet d'investissement Moncoton
- Dossier 4 : L'engagement et la motivation des collaborateurs
- Dossier 5 : L'adaptation du système d'information

Sujet reproduit sans retouche à partir de la page suivante.

Résumé des parties, chapitres de cours liés et autres années :
prepahelp.com/annales/bce/ect/2022/management-inseec

Prepa Help ne revendique aucun droit sur le sujet, propriété de l'organisateur du concours.

BCE
BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

Code sujet : 300

Conception : EM Normandie – INSEEC Grande École

MANAGEMENT et SCIENCES de GESTION

OPTION TECHNOLOGIQUE

Vendredi 13 mai 2022, de 8 h. à 12 h.

L'utilisation de la calculatrice est limitée aux modèles suivants :

- *TEXAS INSTRUMENT TI 30XB multiview (2 couleurs) et 36X Pro*
- *CASIO FX 92 (tous modèles)*

***Aucun autre modèle de calculatrice** ne sera accepté et le candidat ne pourra pas apporter plus de 2 calculatrices dans la salle d'examen.*
L'utilisation d'un autre modèle de calculatrice constitue un cas de fraude au concours.

N.B. :
Aucun document n'est autorisé.
Si au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il la signalera sur sa copie et poursuivra sa composition en expliquant les raisons des initiatives qu'il sera amené à prendre.

Sommaire

INTRODUCTION 2

DOSSIER 1 : Les options stratégiques de l'entreprise 1083 (Annexes 1 à 9) 3

DOSSIER 2 : Les choix mercatiques de l'entreprise 1083 (Annexes 1 à 9) 3

DOSSIER 3 : Le financement du projet d'investissement Moncoton (Annexes 8 à 11) 3

DOSSIER 4 : L'engagement et la motivation des collaborateurs (Annexes 12 à 14) 4

DOSSIER 5 : L'adaptation du système d'information (Annexes 15 à 17) 4

ANNEXE 1 : La startup 1083 fait le pari que le made in France sera moins cher que le made in Bangladesh... 6

ANNEXE 2 : Le jean, cauchemar des écolos 7

ANNEXE 3 : 1083, une marque à la filière 100% française 8

ANNEXE 4 : La chaine de valeur : le modèle de Porter 8

ANNEXE 5 : Théorie des coûts de transactions : internalisation ou externalisation 9

ANNEXE 6 : Combien coûte vraiment un jean ? 9

ANNEXE 7: Large succès pour la levée de fonds de la jeune entreprise Drômoise 1083. 10

ANNEXE 8 : Le financement participatif 11

ANNEXE 9 : Et si le financement participatif était plus riche que l'argent ? 11

ANNEXE 10 : Modalités du prêt participatif lancé par l'entreprise 1083 12

ANNEXE 11 : Modalités de l'emprunt auprès d'une institution financière 13

ANNEXE 12 : Une vision de l'entrepreneuriat 13

ANNEXE 13 : Fondation actionnaire, allier économie et philanthropie 14

ANNEXE 14 : Avenant à un contrat à durée indéterminée 15

ANNEXE 15 : Logiciel libre et valeur d'entreprise 16

ANNEXE 16 : Les logiciels open source gagnent en crédibilité dans les entreprises 16

ANNEXE 17 : Le coût de l'open source 17

1083

INTRODUCTION

1083, c'est la distance qui sépare en km les deux villes les plus éloignées de France métropolitaine.

1083, c'est aussi le nom de l'entreprise créée en 2013 par Thomas Huriez, jeune informaticien en quête de sens. Après avoir ouvert une boutique de vêtements bio-équitables à Romans-sur-Isère, et déçu par les possibilités d'approvisionnement véritablement éthiques et locales, Thomas décide de lancer sa propre entreprise de confection textile. Le défi : fabriquer des jeans bio en circuit court et relocaliser dans l'hexagone, à moins de 1083 km de chaque client français, les différentes étapes de la filière pour créer un maximum d'emplois.

Pourquoi le jean ? Parce que c'est le vêtement universel par excellence mais aussi le symbole d'une production textile fortement mondialisée et polluante. Le marché est considérable (88 millions d'unités achetées par les consommateurs français en 2020) mais la part du made in France y est infime : 0,08% ...

Tout commence par une campagne de financement participatif, qui génère plus de 1000 commandes de jeans en deux mois, puis un intérêt marqué pour la démarche de 1083 par de nombreux observateurs et acteurs économiques.

Depuis, la marque a su relocaliser sept des huit étapes de la fabrication du jeans en sept ans seulement. Thomas Huriez et son équipe ont noué des partenariats avec des filatures et tisseurs français, privilégiant des modes de production éco-responsables. 1083 parie désormais sur l'économie circulaire et crée le premier jean consigné et recyclable : « le jean infini ». Et de nombreux autres projets, comme le jean enfant, en location plutôt qu'à l'achat, afin d'accompagner sa croissance... sont déployés au fil des mois.

Aujourd'hui à la tête de 65 salariés et influente auprès de 200 collaborateurs d'entreprises partenaires, l'équipe de direction de 1083 s'interroge. Après l'engouement suscité lors de son lancement et de ses premières années d'existence auprès des consommateurs "militants", comment l'entreprise 1083 peut-elle poursuivre son développement sur un marché aussi concurrentiel et mondialisé que celui de la production textile-habillement, tout en restant fidèle à ses valeurs fondatrices ?

DOSSIER 1 : Les options stratégiques de l'entreprise 1083 (Annexes 1 à 9)

S'appuyer sur un modèle singulier pour créer de la valeur

1.1 Identifier le métier de l'entreprise 1083 ainsi que ses finalités.

1.2 Caractériser la gouvernance de l'entreprise 1083. Pour cela, repérer le rôle joué par les parties prenantes.

1.3 Analyser la chaine de valeur de l'entreprise1083, en vous appuyant sur le modèle de Mickael Porter.

1.4 Justifier les choix d'internalisation ou d'externalisation de la production de l'entreprise 1083, en vous inspirant de la théorie des coûts de transaction.

DOSSIER 2 : Les choix mercatiques de l'entreprise 1083 (Annexes 1 à 9)

Poursuivre un développement rapide en restant rentable

Depuis sa création, l'entreprise 1083 a conçu et commercialisé plusieurs dizaines de produits, souvent novateurs. Aucune étude de marché n'a été réalisée au préalable.

2.1 Discuter le choix de l'entreprise 1083 de lancer ses nouveaux produits sans analyse de marché préalable.

La marque souhaite lancer un nouveau modèle femme, le « 254 ». Son coût de production est estimé à 36,89 euros. La décomposition du prix des jeans 1083 est constante pour tous les modèles (voir annexe 6).

2.2 Déterminer le prix de vente au revendeur puis le prix de vente au consommateur du « jean modèle 254 femme » en boutique.

2.3 Justifier le choix de l'entreprise 1083 en matière de fixation des prix, en le comparant à d'autres options possibles.

DOSSIER 3 : Le financement du projet d'investissement Moncoton (Annexes 8 à 11)

Analyser les modes de financement du projet d'investissement Moncoton mené au sein de la filiale Tissage de France.

En 2018, l'entreprise 1083, devenue un groupe, intègre les activités de filature et de tissage en amont de la confection des jeans, grâce à la reprise de son fournisseur principal et crée la filiale Tissage de France.

Lancé en 2021, le projet d'économie circulaire Moncoton, est destiné à relocaliser en France, dans les ateliers de Tissage de France, la production de coton grâce au recyclage de vieux jeans.

Le projet, chiffré à 2 millions d'euros, est financé en partie par l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maitrise de l'énergie) à hauteur de 45 % sous forme de subvention et d'avance remboursable. Un prêt participatif, crowdlending, lancé fin 2021 permet de financer le complément.

3.1 Expliquer les raisons du choix de financement par prêt participatif réalisé par l'entreprise 1083.

3.2 Exposer les avantages et les risques pour les préteurs ayant souscrit à ce prêt participatif.

Le processus de recyclage des tissus jeans usagés nécessite l'utilisation d'un système capable de détecter les fibres étrangères dans le coton lors de l'opération de détissage.

La machine à intégrer dans la ligne de recyclage, sera financée par emprunt auprès d'une institution financière.

3.3 Présenter le tableau de remboursement par annuités constantes de l'emprunt contracté auprès de l'institution financière, à l'aide du modèle donné en annexe 11.

3.4 Calculer le coût de l'emprunt permettant de financer la machine.

DOSSIER 4 : L'engagement et la motivation des collaborateurs (Annexes 12 à 14)

Renforcer la motivation au travail grâce à une politique de rémunération et des leviers financiers optimisés

Les valeurs environnementales et humanistes portées par les dirigeants de l'entreprise reposent notamment sur le caractère collectif des actions conduites et se révèlent dans le modèle économique de 1083, c'est-à-dire la manière dont se structure et s'oriente l'activité pour générer du profit. Ce modèle évolue au rythme de l'activité qui a connu un essor important depuis la création de la première entité en 2013.

Sur le plan de la politique salariale, les statuts de l'entreprise ancrent un principe de l'Économie Sociale et Solidaire selon lequel « *le plus haut salaire ne peut pas être plus de 5 fois supérieur au plus bas salaire au sein de l'organisation* ».

La croissance rapide de l'entreprise implique des investissements pour développer l'outil de production et alimenter la recherche et le développement. Les ressources disponibles pour valoriser les collaborateurs demeurent limitées. Pour respecter la vision de ses dirigeants et l'ADN de l'organisation largement fondée sur une démarche participative, une réflexion globale est lancée sur la manière de rétribuer les collaborateurs de manière juste et afin de valoriser leur engagement et susciter leur motivation au travail.

4.1 Identifier les leviers envisagés et mis en œuvre dans l'entreprise 1083 pour favoriser la motivation des salariés.

4.2 Expliquer à quelles conditions ces mesures peuvent constituer un levier effectif de motivation au travail.

4.3 Analyser les conséquences de l'instauration d'une fondation actionnaire sur la relation entre salariés et dirigeants.

DOSSIER 5 : L'adaptation du système d'information (Annexes 15 à 17)

Adapter le système d'information à la stratégie de développement de 1083.

Le système d'information (SI) de 1083 fonctionne avec différents outils logiciels :

- la plateforme open source MAGENTO permettant de créer des boutiques en ligne de e-commerce, elle est hébergée sur les serveurs de l'entreprise,

- un progiciel de gestion intégré (PGI) propriétaire, Microsoft Business Central fonctionnant en mode SaaS.

Poursuivant dans sa stratégie de production en circuit court, 1083 a racheté en 2018 l'entreprise Tissage de France, dernière entreprise française de conception et d'assemblage de tissus. Cette filiale utilise son propre PGI en mode propriétaire.

1083 possède également cinq boutiques officielles qui distribuent sous le nom de MODETIC. Le SI de ces magasins n'est pas relié directement au SI du siège social de Romans sur Isère.

Bien que les commandes via la plateforme MAGENTO puissent être retirées en boutique, le stock de chacune d'elle n'apparait pas sur le site de e-commerce.

1083 emploie deux développeurs en charge de l'évolution et de la maintenance du SI en lien avec des Entreprises de Service Numérique (ESN).

Issu des métiers de l'informatique, le dirigeant est favorable au développement d'un SI basé sur des solutions logiciel open source. 1083 conforte ainsi sa volonté de développer en circuit court la gestion de son SI, et de s'affranchir d'une vision standardisée et unique que tendent à imposer les multinationales du numérique.

5.1 Caractériser la configuration actuelle du SI de l'entreprise 1083.

5.2 Expliquer le choix de la configuration du SI de l'entreprise au regard de ses valeurs.

5.3 Identifier les contraintes d'une stratégie open source.

ANNEXE 1 : La startup 1083 fait le pari que le made in France sera moins cher que le made in Bangladesh

D'après Start.lesechos.fr - Camélia Echchihab Publié le 10 mars 2020

Made in France, écolo, une centaine d'euros : c'est l'histoire d'un jean qui ne veut avoir aucun défaut... La promesse des pantalons "1083" est simple : ils ne feront jamais plus de 1.083 km entre les lieux de fabrication et de vente, soit la distance qui sépare Menton (Alpes-Maritimes), et Porspoder (Finistère), les deux villes les plus éloignées de France. Mais la marque, elle, en a fait, du chemin, depuis ses sept années d'existence.



Le point de départ ? Romans-sur-Isère, dans la Drôme. En 2013, Thomas Huriez a l'idée de lancer sa propre fabrication de textile, ici même, à Romans. Sa croisade : montrer que oui, il est possible de rentabiliser une activité industrielle en France, sans passer par les usines du bout du monde, et sans émettre des tonnes de gaz à effet de serre.

Il se donne un défi de taille : commercialiser des jeans, véritables cauchemars écologiques, dans le but d'en faire un produit local et propre... et abordable. Son concept phare est le "Jean Infini", recyclé, consignable et recyclable à l'infini (et toujours, comme depuis le début, en coton biologique certifié).

En 6 ans, le chiffre d'affaires est passé de 200 000 à 8 millions d'euros. Rentable quasiment chaque année, 1083 Jeans a même, en 2018, acquis l'entreprise Tissages de France, l'un de ses fournisseurs alors menacé par la faillite. 1083, c'est aujourd'hui plus de 150 emplois créés dont 65 emplois directs. L'attention portée au bien-être des collaborateurs, voilà un autre trait caractéristique de la jeune entreprise. « Les salariés qui nous rejoignent adhèrent à notre projet, nos valeurs » précise Thomas Huriez. Le management des équipes est très peu hiérarchique, très participatif. Et pour former ses nouvelles recrues, la marque a ouvert sa propre école de couture : l'Ecole du Jeans.

La jeune entreprise a vendu près de 40.000 jeans l'an dernier. "Une goutte d'eau sur le marché français", reconnaît Thomas Huriez. Star des vitrines de mode, le jean représente un marché colossal, avec toutes sortes de gammes et de prix possibles. Chaque année, il s'en vend en effet près de 80 millions en France, et deux milliards dans le monde.

Des marges similaires à celles de la fast-fashion

Et la rentabilité, dans tout cela ? Comme beaucoup, Thomas Huriez a grandi bercé dans l'idée que le coût du travail était, en France, un "problème". "Ce sont des stéréotypes qui se répètent sans réfléchir. Un jour, il décide d'enquêter et s'aperçoit que les marques de luxe ont, comme celles de fast-fashion, délocalisé leur production dans les mêmes pays, là où le coût du travail est bas... "Le jean est acheté au bout du monde pour peu cher, puis il y a deux cas de figure : le produit est vendu entre deux et trois fois son coût par les marques de fast-fashion, ou bien dix fois son coût de revient par les marques de luxe... »

L'entrepreneur fait le pari de tout produire en France. En moyenne, un Français dépense environ 27 euros par jean, et 70 euros à l'année, selon une étude de KantarWorld Panel menée sur l'année 2018. Pour un jean 1083, il faut compter entre 89 et 129 euros pièce... le « prix

juste » pour de telles conditions de fabrication, soutient Thomas Huriez. Un tarif qui permet de dégager une marge réduite mais suffisante pour faire vivre l'entreprise.

Le secret ? D'abord, limiter les coûts de publicité ou de marketing... en misant sur l'engagement de la communauté des clients soucieux de l'environnement. "Au lieu de payer Google et Facebook, on donne plein de raisons à nos clients de nous faire connaître.

Deuxième terme de l'équation : supprimer les intermédiaires. Pas de grossistes, d'agents commerciaux. "On ne fait pas de prospection : les commerçants entendent parler de 1083 et nous appellent pour vendre nos produits. Pas de soldes, ni de Black Friday : c'est le même prix toute l'année. »

Thomas Huriez a sa propre vision du capitalisme : "Je ne suis pas sûr que La France gagne à importer tout ce qu'elle consomme. Les émissions de gaz à effet de serre ont un coût important pour la société. Un projet doit, pour durer dans le temps, être géré financièrement, humainement et en termes de ressources. Les trois en même temps. »

***F**ast-fashion : mode à bas prix, fondée sur le renouvellement fréquent des collections*

ANNEXE 2 : Le jean, cauchemar des écolos

D'après Start.lesechos.fr - Camélia Echchihab Publié le 10 mars 2020

Le jean commence à souffrir de sa mauvaise réputation de pollueur, désormais bien connue et épinglée par de nombreuses associations de défense de l'environnement.

65 000 kilomètres, c'est le trajet moyen parcouru par un jean standard. Le coton, importé d'Afrique, mais aussi d'Inde, de Chine et du Pakistan, est tissé dans ces deux derniers pays. La coupe et la confection sont confiées à des ateliers asiatiques (Pakistan, Chine, Bangladesh, Inde) ou du Bassin méditerranéen (Maroc, Tunisie, Turquie). S'ajoutent les voyages du fil, des boutons, étiquettes, etc., et celui du vêtement terminé vers les entrepôts des grossistes ou des enseignes puis vers les magasins.

Le pantalon de 1083 se déplace beaucoup moins. Le coton bio (importé d'Afrique) est filé et tissé dans les Vosges et la Loire. Les ateliers dans la Drôme, à Marseille (Bouches-du-Rhône) et Bobigny (Seine-Saint-Denis) prennent en charge la coupe et la confection.

Au démarrage de son activité, la jeune entreprise française concevait les produits puis s'appuyait sur des sous-traitants pour les fabriquer. Depuis, l'entreprise intègre une part croissante de la production : désormais plus de 85% en valeur. Restent fabriqués à l'extérieur de l'entreprise, mais en France, le fil, les étiquettes, boutons, rivets, zips, qui nécessitent chacun un outil de production très spécialisé et représentent de faibles volumes.

Selon l'ONG environnementaliste Greenpeace, qui dénonce régulièrement les marques peu vertueuses du monde de la mode, environ 7000 litres d'eau sont utilisées pour un seul pantalon. A cela s'ajoutent des produits toxiques utilisés pour délaver et vieillir la toile, ce qui donne ce fameux aspect usé au bleu denim. Depuis 2016, dans son usine de Romans-sur-Isère, 1083 Jeans a écarté ces techniques au profit du laser pour délaver les toiles sans impact sur l'environnement et "sans une seule goutte d'eau".

Le coton qui sert à la fabrication des jeans nécessite, lui aussi, beaucoup d'eau. Mais ce sujet aussi, Thomas Huriez dit l'avoir anticipé. Grâce à la dernière levée de fonds, il compte financer l'industrialisation de "Moncoton", une initiative d'économie circulaire pour extraire le coton de jeans usés, afin de fabriquer les jeans neufs. "On a des tonnes de coton dans nos poubelles. On peut mettre une part majoritaire de coton usé pour obtenir un fil correct" espère le fondateur de 1083, qui a inscrit dans les statuts de son entreprise son ambition de contribuer à l'économie circulaire.

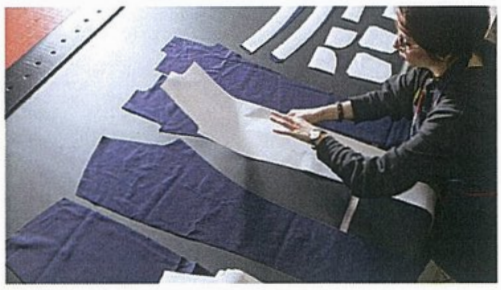
Avec "Moncoton", l'ensemble des étapes de production sera effectué entièrement en France : De la Filature (Vosges Tissage de France), à la coupe et la confection (Marseille, Romans, Bobigny et bientôt Calais). 1083 sera la première marque à produire entièrement ses jeans en France.

ANNEXE 3 : 1083, une marque à la filière 100% française

D'après /www.e-marketing.fr Publié par Thomas Loisel le 3 févr.2020

La marque de vêtements 1083 a bâti un modèle basé sur les circuits courts avec une production 100 % française en associant directement ses consommateurs.

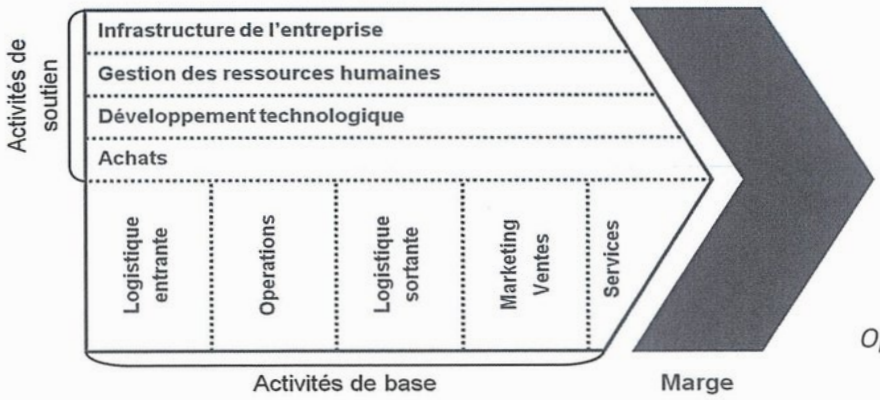
En six ans, la marque 1083 a créé 150 emplois et vendus plus de 200 000 jeans. Le fondateur de la marque a adopté une stratégie marketing singulière autour d'une communication de proximité. À son actif, le tour de France à vélo pour visiter ses fournisseurs, une présence sur des salons médiatisés (salon des artisans français, salon du made in France, etc.) et le tout en s'appuyant sur ses collaborateurs pour faire rayonner la marque, au-delà de la dimension éthique et écologique.



« La meilleure carte de fidélité, c'est la transparence. Nous montrons, dans nos boutiques et dans nos ateliers toutes les étapes de fabrication d'un jean. Tout l'argent que nous n'injectons pas en marketing et en publicité, nous le consacrons à la fabrication locale et l'achat de matériau qualitatif comme le coton bio ».

40 000 jeans ont été écoulés l'année dernière par la marque, par plusieurs canaux : la boutique en ligne 1083.fr, cinq magasins détenus en propre, mais aussi un réseau de plus de 100 revendeurs multimarques.

ANNEXE 4 : La chaine de valeur : le modèle de Porter



Opérations = production, fabrication

ANNEXE 5 : Théorie des coûts de transactions : internalisation ou externalisation

Source : d'après SI et Management http://www.sietmanagement.fr/theories-des-couts-de-transactions/

Pourquoi existe-il des entreprises et non pas seulement des marchés ? R. Coase présente l'entreprise comme un mode de coordination « administrative » (par internalisation), mode alternatif et dans certaines circonstances plus intéressant que le recours au marché (l'externalisation), et son système de prix prétendu « optimal ».

Oliver Williamson (1981) explique que l'entreprise est une solution alternative quand elle permet de réduire suffisamment les coûts de transactions sur un marché (les coûts d'information, de négociation...). Mais avec « l'entreprise » apparaissent alors d'autres coûts, les coûts organisationnels de supervision, ou "de coordination" des acteurs.

ANNEXE 6 : Combien coûte vraiment un jean ?

Source : d'après www.caminteresse.fr/economie-societe/ Sophie Creusillet

Le « denim » habille la planète. « 2,2 milliards de jeans sont vendus chaque année, soit 65 par seconde », précise Guglielmo Olearo, spécialiste du marché du textile.

« À 70 %, il s'agit de modèles bas de gamme vendus moins de 40 euros par les chaînes et la grande distribution. » En magasin, le prix d'un jean varie de 10 euros chez Kiabi à 150-200 euros pour un Diesel, et même plusieurs centaines d'euros pour des pièces Dior ou Balmain.

Que payons-nous exactement ? Pour y voir plus clair, nous en avons comparé trois : un pantalon d'une enseigne de fast fashion, type H&M ou Celio, un jean de marque de milieu de gamme, et un modèle confectionné en France, 1083.

Décomposition du prix de vente TTC d'un Jean	Jean « Fast Fashion »	Jean de marque type levis	Jean 1083
	En %	En %	En %
Coût de production	16	10,4	31
(dont main d'oeuvre)	*8*	*4,1*	*20,6*
(dont coût de transport des matières et accessoires)	*6*	*3*	*0,93*
Coût de structure	13,12	10,53	19,2
Coût marketing vente	17,21	20,4	5,13
Marge nette	4	11	5
Prix de vente au revendeur	50.33	52.33	60.33
Marge commerciale du revendeur	33	31	23
Total HT	83,33	83,33	83,33
TVA 20 %	16,67	16,67	16,67
Prix TTC	100	100	100

Le jean standard. Vendu entre 20 et 40 euros, ce basique des garde-robes fait l'objet d'une âpre concurrence entre les différentes chaînes de distribution spécialisées (H&M, Camaïeu, Celio, Jules, C&A...) et les hypermarchés. Un business aussi important que discret : aucune de ces entreprises n'a souhaité répondre à nos questions sur les postes composant le prix final de leurs jeans. Nous nous sommes appuyés sur les chiffres d'Éthique sur l'étiquette, collectif qui œuvre à un meilleur respect des droits humains au travail dans les pays du Sud.

Le jean fabriqué en France. L'entreprise 1083 propose des jeans bio de 99 à 129 euros, un prix équivalent à celui d'un Levi's 501. À l'inverse des grandes enseignes, le « jeaner » tricolore n'hésite pas à évoquer ses coûts de revient.

Deux mètres de toile par pantalon. La toile coûte 1,5 euro pour les étoffes bas de gamme utilisées par la fast fashion, autour de 4,5 euros pour les jeans de meilleure qualité, et jusqu'à 12 euros pour les jeans de la marque 1083, taillés dans un denim tissé en France.

La publicité pèse sur le prix. Dans le textile, le coût de fabrication (en sortie d'usine) est multiplié par 2 au moins afin d'obtenir le prix de vente final. « Les coefficients multiplicateurs vont de 2 à 4 dans la *fast fashion* et de 6 à 12 pour les grandes marques », éclaire Thomas Huriez, dirigeant de 1083. La marge des marques englobe leurs profits et leurs coûts de fonctionnement, mais aussi les dépenses en publicité et marketing, plus élevées pour les grandes marques. 1083 mise sur le bouche-à-oreille pour se faire connaître – sinon elle devrait vendre ses pantalons 300 euros. Quant au bénéfice, il varie beaucoup. Dans la *fast fashion*, sa part peut être faible (quelques pour-cent) mais elle est compensée par de gros volumes de ventes.



Des salaires très bas en Asie. Difficile de concurrencer le coût de la main-d'œuvre asiatique : au Bangladesh, qui compte 5000 usines et ateliers textiles, le salaire des ouvriers du secteur s'élève par exemple à 86 euros par mois. Sur les 40 euros d'un jean d'une enseigne de fast fashion, la main-d'œuvre représente entre 0,6 et 1,20 euro. Pour un jean de la marque 1083, la main d'oeuvre atteint 22,20 euros.

Pour le poste « transport », les rapports s'inversent : le transport des matières, accessoires, produits semi-finis puis produits finis représente 6% d'un vêtement fast fashion. Mais moins de 1% d'un jean 1083.

L'essor des jeans « avec mention ». « Bio », « écoresponsable » ou « fabriqué en France », les jeans dits « avec mention » ont la cote. Alors que le marché français stagne, le nombre de consommateurs ayant acheté un de ces pantalons éthiques a bondi de 26 % en un an, en dépit d'un prix nettement plus élevé. Certes, ils ne représentent que 3 % des ventes mais il s'agit d'une tendance de fond depuis dix ans.

ANNEXE 7: Large succès pour la levée de fonds de la jeune entreprise Drômoise 1083.

Source : D'après Start.lesechos.fr - C Echchihab mars 2020

1083 Jeans, un des leaders du jean made in France, vient de lever 1,1 millions d'euros par financement participatif... avec notamment pour objectif d'industrialiser un projet d'économie circulaire, pour qu'à terme, les vieux jeans puissent servir à fabriquer des neufs.

Il n'aura fallu que douze heures pour capter l'investissement de 400 particuliers pour atteindre l'objectif de la campagne de crowdfunding. Il était "naturel", pour Thomas Huriez d'avoir recours au financement participatif : l'entrepreneur tient à cultiver un lien fort et constant avec ses clients. "On fait visiter nos usines, on communique sur notre quotidien via notre blog, et j'ai écrit un livre sur les coulisses de nos choix stratégiques...", raconte-t-il.

"Si l'on avait emprunté auprès d'un banquier, nous aurions gagné un seul client engagé : le banquier. Là, 400 clients vont parler de nous, parce qu'ils ont confiance en nous et qu'ils participent directement à l'aventure."

ANNEXE 8 : Le financement participatif

Source : https://www.wesharebonds.com/crowdlending-definition-reglementation-investissement

Le crowdfunding, ou financement participatif en français, est un moyen innovant d'investir dans les PME et l'économie réelle via une plateforme digitale. Le nouveau cadre légal, qui a mis fin en 2014 au monopole bancaire, a permis la création des plateformes de financement participatif. Ces plateformes disposent d'un agrément qui permet aux particuliers de prêter en direct à des PME sélectionnées.
Le financement peut prendre la forme d'un don, d'un prêt avec ou sans intérêts, ou encore d'un investissement en capital.

Définition du crowdlending

Le Crowdlending est une sous-catégorie du concept plus large du crowdfunding. Il s'agit d'opérations de prêt à des PME souscrites par la "foule" (crowd en anglais). [...]
Il peut prendre la forme de contrats de prêts, de minibons ou d'émissions obligataires. Par nature le crowdlending concerne des entreprises offrant une certaine lisibilité dans le temps, passée et future (existence d'un historique, niveau minimum de chiffres d'affaires, atteinte de la profitabilité, cash flow positif sur les années à venir) et pouvant justifier d'une capacité d'endettement. [...]

Règles à respecter pour investir en crowdlending

Le niveau de rémunération proposé (le taux brut annuel de chaque projet) constitue le rendement attendu. Il n'est pas possible de réaliser des performances supérieures à ce taux, contrairement à un investissement en actions pour lequel la plus-value peut potentiellement être plus importante. Il n'y a pas non plus de garantie sur le taux de défaut final des projets financés.
L'investisseur prêteur doit donc être conscient du niveau de risque pris et adopter des règles de bonne gestion :
• Diversifier les montants investis sur plusieurs projets (en prenant en compte une vision globale de ses investissements et de son patrimoine financier),
• Diversifier les risques (en se référant aux outils d'aide à l'analyse proposés),
• Gérer sa liquidité en ne s'engageant pas sur des durées non compatibles avec ses contraintes personnelles,
• Privilégier les projets avec lesquels il a le plus d'affinité et de compréhension.

ANNEXE 9 : Et si le financement participatif était plus riche que l'argent ?

Source : extrait blog 1083, Pourquoi faire appel au financement participatif ?

1/ La communication :
Que ce soit pour 1083 ou pour nos pulls fabriqués en France, ces 2 campagnes de financement participatif ont bénéficié de la même dynamique en termes de communication. A mesure que vous découvriez nos initiatives, vous les partagiez avec votre entourage... au point de décupler la dimension de ces projets. Aussi important soit-il, jamais un financement bancaire ne nous aurait apporté autant de visibilité que vous ! Faire connaître son projet est donc une excellente raison de faire appel au financement participatif ;

2/ L'étude de marché :
Lorsqu'on lance un projet, qu'il soit associatif, professionnel ou personnel, on n'est jamais certain de viser juste, de proposer le bon service, d'avoir la bonne idée. Pour un projet professionnel, on va généralement tester son idée en faisant une étude de marché qui nous offrira des réponses plus ou moins fiables, plus ou moins réalistes, ... et donc plus ou moins dangereuses. Grâce au financement participatif on ne démarre pas sur ces fondations

incertaines, on n'étudie pas le marché, on le vit ! Sans connaître aussi précisément les modèles qui allaient vous plaire, ni les tailles que vous alliez commander, notre production aurait probablement été en décalage avec vos attentes ! Rencontrer son marché est donc une excellente raison de faire appel au financement participatif ;

3/ Vos idées :
Entreprendre c'est écouter et avancer. Les conseils, idées, remarques que l'on reçoit au quotidien de la part de professionnels, de son entourage, de ses clients, nourrissent nos projets. Ils sont parfois encourageants, contradictoires, géniaux, farfelus, mais toujours bienveillants. Le financement participatif, par les échanges qu'il provoque entre porteurs de projet et contributeurs, est un formidable gisement d'idées ! Souvenez-vous que c'est grâce à vous que nous avons choisi les finitions de nos jeans, que c'est grâce à vous si nous diffusons gratuitement les patrons de nos jeans sur notre site... et je ne vous parle pas (encore) des improbables projets en cours dont vous êtes à l'origine ; Améliorer son projet est donc une excellente raison de faire appel au financement participatif ;

4/ Le référencement :
Plus surprenant et plus technique, les sites de financement participatif travaillent énormément leur référencement sur les moteurs de recherches. Leur viabilité est directement liée au trafic de leur site internet, et un bon référencement est donc capital pour eux. De ce fait, les projets présentés chez eux bénéficient de cet excellent référencement. Dans le cas de 1083, la recherche « jean fabriqué en france » montre que notre site est en 1ère position, notre confrère les jeans tuff's en 2ème, et notre campagne Ulule en 3ème position. [...] Augmenter sa visibilité sur internet est donc une excellente raison de faire appel au financement participatif ;

5/ Le banquier :
Enfin, et pour boucler la boucle, il n'y a pas mieux qu'une campagne de financement participatif, qui a permis de vous faire connaitre, de mieux comprendre votre marché, d'améliorer votre projet et d'augmenter votre visibilité, pour convaincre votre banquier de la viabilité de votre projet ; Donner confiance à son banquier est une excellente raison de faire appel au financement participatif ;

Bref, y'a pas que l'argent dans la vie... et dans le financement participatif, c'est pareil.

ANNEXE 10 : Modalités du prêt participatif lancé par l'entreprise 1083

Source : Données internes à l'entreprise 1083

Plateforme d'investissement responsable	LITA.co
Montant du financement participatif	1.083 millions d'euros
Objectif	Financer l'industrialisation du projet Moncoton Financer le besoin en fonds de roulement lié à l'augmentation des stocks de jeans et de tissus
Date de clôture de la souscription	31/01/2022
Montant minimum de prêt	100 €
Forme	Emission d'obligations
Durée du prêt	5 ans
Taux d'intérêt	5 % l'an
Les déclarations d'intention des épargnants ont été transformées et le prêt a été entièrement souscrit au 31/01/2022.	

ANNEXE 11 : Modalités de l'emprunt auprès d'une institution financière

Source : Données auteurs

Bien à financer	Machine JOSSI : système de détection des fibres étrangères
Coût d'acquisition HT	50 000 €
Montant de l'emprunt	80 % du coût d'acquisition HT
Durée de remboursement : n	4 ans
Taux d'intérêt : i	4 % l'an
Date 1ère échéance	01/06/2022
Rappel formule de calcul de l'annuité constante	Annuité = Montant emprunté x $i/1-(1+i)^{-n}$

Tableau de remboursement de l'emprunt (modèle)

Année	Capital restant dû en début de période	Intérêts	Capital remboursé	Annuité	Capital restant dû en fin de période

ANNEXE 12 : Une vision de l'entrepreneuriat

Source : annexe conçue à partir d'un article rédigé par Thomas Huriez, dirigeant de 1083 - 26 avril 2018

Quelles formes peut prendre l'entrepreneuriat selon vous ?

TH : Selon moi, il existe deux orientations majeures :

- celle des entreprises classiques dont la caricature est que l'initiative sert l'initiateur. L'ambition individuelle est alors le moteur principal de tous les étages de l'entreprise... ce modèle s'essouffle, faute de sens partagé et d'équité ;
- et celle des entreprises coopératives, présentée comme l'alternative, dont la caricature est que tout le monde est l'égal de l'autre. Ce modèle n'arrive pas à remplacer le premier, faute de valorisation personnelle donc d'équité également.

Face à ces deux définitions que vous décrivez comme imparfaites, à quel modèle correspond 1083 ?

TH : En effet, chez 1083, nous ne croyons ni à l'un ni à l'autre, ou plutôt nous croyons aux deux réunis, c'est à dire à un modèle où l'initiative individuelle est valorisée avec justesse, au profit d'un projet ambitieux et partagé. [...] Notre responsabilité de dirigeant est évidemment d'amener l'ensemble de 1083 à porter collectivement ces ambitions sur le long terme.

Comment cela se traduit-il dans la stratégie et dans les pratiques ?

TH : Cela passe par la définition d'une vision et de valeurs claires, et par l'intégration de cette dimension collective dans notre capital pour rendre 1083 aussi robuste et pérenne que possible. [...] Nous trouvons normal que les collaborateurs soient valorisés par des responsabilités, des pouvoirs et/ou des salaires raisonnablement différents [...]
Après plusieurs années de recherche, nous savons aujourd'hui que les clés pour durer seront la diversité des partie-prenantes du capital et la clarté de la gouvernance.

Qu'entendez-vous par « dimension collective du capital » ?

TH : Un beau jour de décembre 2016, à Bordeaux lors du Parlement des Entrepreneurs d'Avenir, nous avons découvert le principe des fondations actionnaires. Ce statut qui n'existe pas encore vraiment en France, est courant chez nos voisins européens. Il s'agit pour les fondateurs d'une entreprise, de céder des parts à une fondation sans but lucratif, qui devient donc un des actionnaires. Cet actionnaire d'intérêt général a pour seuls buts que l'entreprise dure, et s'inscrive sur le long terme et sur son territoire.
Ce don d'actions peut paraître particulièrement généreux de la part des fondateurs et vous serez surpris d'apprendre que de grandes entreprises comme Bosch, Légo ou Rolex comptent une fondation actionnaire parmi leurs actionnaires. Sans juger de leurs vertus, notons qu'elles consacrent depuis des décennies une partie conséquente de leurs bénéfices au développement de leur entreprise. [...]

ANNEXE 13 : Fondation actionnaire, allier économie et philanthropie

Source : The conversation, 14 mai 2020

Quel est le point commun entre les entreprises Carlsberg, Novo Nordisk, Bosch, Rolex ou Tata ? Ces groupes industriels célèbres et prospères qui ont traversé plusieurs crises ont la particularité d'appartenir à une fondation qui possède la majorité ou la totalité des actions et joue un rôle important dans la gouvernance de l'entreprise. C'est généralement l'entrepreneur (ou ses descendants) à l'origine du succès de l'entreprise qui crée cette « fondation actionnaire » en lui cédant ses titres de propriété. La fondation a alors une double mission, consignée dans ses statuts :

- économique : il s'agit de pérenniser l'entreprise et de perpétuer la vision du fondateur, de la protéger contre les offres publiques d'achats, les délocalisations et les fluctuations boursières, de jouer un rôle d'actionnaire stable et patient qui permet aux dirigeants de ne pas perdre de vue la stratégie à long terme ;
- philanthropique : en utilisant les dividendes qu'elle perçoit en tant qu'actionnaire et d'autres revenus financiers, la fondation finance des projets d'intérêt général (culture, santé, éducation, recherche...), conformément aux volontés de son fondateur. C'est donc la performance économique qui alimente la capacité philanthropique de la fondation.

Il existe près de 1300 fondations actionnaires au Danemark, 1000 en Suède, 1000 en Allemagne et 120 en Suisse, comme nous l'avions découvert dans une étude publiée en 2015. Par le capital qu'elles possèdent, certaines de ces fondations sont parmi les plus conséquentes en Europe.

ANNEXE 14 : Avenant à un contrat à durée indéterminée

Source : Document interne à l'entreprise 1083

Entre l'employeur :

L EOUIPE 1083

D'une part,

Et le salarié :

D'autre part,

Il a été convenu ce qui suit :

EXPOSE

Mademoiselle XXXXXXXXXXX : a été embauché par L'EQUIPE 1083 en qualité de Vendeuse, par contrat à durée indéterminée depuis le 25 novembre 2018.

Ceci étant exposé, il a été convenu et arrêté ce qui suit :

ARTICLE 1 – PRIME SUR OBJECTIFS

A compter du 1er mars 2019, Mademoiselle XXXXXXXXXXX : bénéficiera d'une prime mensuelle sur objectifs versée en fonction du chiffre d'affaires (CA) réalisé. Cette prime est déterminée de la manière suivante :

- Si l'objectif du mois n'est pas atteint par le salarié = pas de prime sur objectifs
- Si l'objectif du mois est atteint par le salarié = versement d'une prime de 50 € net par tranche de 1000.00 € de CA réalisé au-dessus de l'objectif du mois.

L'objectif est annoncé au salarié avant le début de chaque mois, par mail. Le salarié devra inventorier dans un fichier de suivi, fourni par l'employeur, son CA journalier effectué.

Cette prime sera versée dès que l'on pourra vérifier si les objectifs sont atteints. Ainsi, si l'objectif est atteint un mois donné, le versement de la prime correspondante n'interviendra que le mois suivant, sur le bulletin de salaire.

ARTICLE 2

Les autres clauses du contrat initial demeurent sans changement.

Fait en deux exemplaires originaux, dont un pour chacune des parties

A ROMANS

Le 28 février 2019

Mademoiselle XXXXXXXXXXX
Mention « Lu et approuvé »

L EQUIPE 1083
Représentée par Monsieur Grégoire HURIEZ
Mention « Lu et approuvé »

ANNEXE 15 : Logiciel libre et valeur d'entreprise

Source : https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/quels-logiciels-libres-choisir-en-entreprise, Jean-Luc Raymond , publié le 08/10/2020

Le libre est surtout un écosystème d'organisation militante en faveur d'un Internet différent, plus ouvert, plus sain, plus transparent. Soutenir cet écosystème, c'est créer du lien social et contribuer à une vision de la société basée sur le partage et l'échange de savoir-faire et de connaissances. A l'inverse, utiliser des outils propriétaires (ou privateurs) et peu respectueux de nos intimités numériques, c'est accepter une économie où quelques monopoles accaparent les ressources et dictent les usages...

... Un logiciel libre se définit selon les libertés suivantes, inscrites dans une licence qui accompagne le logiciel : vous pouvez l'utiliser comme vous l'entendez, le distribuer à qui vous voulez, et même étudier son code source, le modifier et diffuser vos modifications. Ainsi, à la différence des logiciels propriétaires, les logiciels libres sont des communs numériques, définis et créés par une communauté...

... Le logiciel libre est le plus souvent gratuit. Du moins, il est déjà payé par les contributeurs qui y ont mobilisé du temps et de l'argent pour le rendre disponible. L'hébergement par contre ne l'est pas toujours. En effet, héberger un service en ligne demande du matériel parfois coûteux et du temps, c'est pourquoi certains hébergeurs demandent une rétribution ou une contribution pour le service qu'ils ou elles proposent.

ANNEXE 16 : Les logiciels open source gagnent en crédibilité dans les entreprises

Source : https://www.usinenouvelle.com/editorial/les-logiciels-open-source-gagnent-en-credibilite-dans-les-entreprises.N947301, 23/05/2020

Au fur et à mesure des scandales de fuite des données personnelles, l'attrait pour les logiciels open source grandit. De par leur code ouvert et leur gestion communautaire, ils promettent de prémunir contre les mauvaises pratiques et l'hégémonie des Gafam. Si le moteur de recherche Qwant et la suite bureautique LibreOffice sont de plus en plus adoptés dans la sphère privée, la conquête est plus lente dans les entreprises.

Le libre ne représente que 10,3 % du marché du logiciel en France. Pourtant, la problématique n'est pas si différente. La dépendance aux logiciels des grands éditeurs américains tels Microsoft (Office365, Outlook...) et Google (G suite), mais aussi à ceux des éditeurs de logiciels propriétaires spécialisés (SAP, Oracle) peut poser problème...

... Mais le libre n'est pas qu'un moyen de pression et d'économies, contrairement aux idées reçues. Il est surtout un vecteur d'innovation rapide, en raison de sa gestion communautaire. Le code ouvert attire entreprises et développeurs. Les Gafam l'ont accepté, au point de figurer parmi les plus importants contributeurs de nombreux projets open source dans les domaines de l'intelligence artificielle et des systèmes d'exploitation. Alors que chacun peut lire, auditer et modifier le code, les sociétés apprécient la personnalisation et la sécurité apportées. La transparence du code, scruté par une multitude d'experts, empêche de cacher d'éventuelles portes dérobées dans les confins d'un logiciel. Un bon point face aux risques d'espionnage industriel, davantage craints depuis les révélations d'Edward Snowden.

ANNEXE 17 : Le coût de l'open source

Source : https://siecledigital.fr/2019/10/28/3-mythes-open-source/,2 décembre 2019

Où en est l'Open Source ? C'est la question que beaucoup se posent aujourd'hui, partagés entre les idées reçues et les déploiements éprouvés. Son attrait ne fait pourtant aucun doute au regard des sommes investies par IBM, Microsoft et SalesForce pour s'offrir respectivement des éditeurs de logiciels libres leaders tels que Red Hat (34 Md$), GitHub (7,5Md$) et MuleSoft (5,9 Md$). Sans oublier les récentes introductions en bourse de technologies Open Source d'entreprises comme Elastic ou MongoDB. Ses promesses d'innovations et de flexibilité attirent déjà certaines grandes entreprises comme BMW qui mise largement dessus pour améliorer ses services embarqués.

Non, l'Open Source n'est pas gratuit. S'il induit un concept de libre accès, soutenu par l'Open Source Initiative (OSI), la qualité d''Open Source' est attribuée à tout logiciel satisfaisant à dix critères parmi lesquels sa libre redistribution, la disponibilité de son code source, l'autorisation d'œuvres dérivées (fork) et l'intégrité du code source de l'auteur. Les logiciels Open Source sont certes gratuits, mais pour les utiliser efficacement, et en comprendre et exploiter la technologie, il peut être nécessaire de constituer une équipe dédiée ou d'adopter un fournisseur de services externe. Ces coûts sont à anticiper lors de l'utilisation de l'Open Source.

Il est évident que le faible coût d'usage fait partie des éléments les plus attrayants de l'Open Source. Mais le développement de logiciels, même en Open Source, représente des coûts "cachés" ou indirects que l'éditeur finance sur la base d'un retour sur investissement. Il est donc important de bien comprendre le modèle économique d'un éditeur de logiciel dans l'Open Source, c'est-à-dire la manière dont se structure et s'oriente son activité pour générer du profit, afin d'éviter les mauvaises surprises ultérieures.

IMPRIMERIE NATIONALE – 22 1137 – D'après documents fournis

Travailler les chapitres de ce sujet

Prepa Help suit le programme d'ECT chapitre par chapitre : cours détaillé, méthodes, pièges, exercices et problèmes corrigés pas à pas, tirés des concours. L'essai gratuit donne accès aux chapitres offerts de ta filière, sans carte bancaire.

Chapitres liés à ce sujet

- L'entreprise : définitions, finalités, parties prenantes, RSE, logiques entrepreneuriale et managériale
- Démarche et diagnostic stratégiques : DAS, PESTEL, cinq forces, FCS, chaîne de valeur, ressources et compétences, SWOT
- Choix stratégiques : avantage concurrentiel, stratégies génériques, diversification (BCG, ADL), internationalisation, croissance, intégration, innovation
- Politique de produit et politique de prix
- Analyse du marché, comportement du client, prévision des ventes
- Mathématiques financières : intérêts, actualisation, annuités, emprunt indivis
- Structure financière et rentabilité : bilan fonctionnel, FDR, BFR, TN, rentabilités, levier
- Enjeux et domaines de la GRH : recrutement, rémunération, motivation, conflits

Ouvrir l'essai gratuit

Scanne le code ou clique sur le bouton.

prepahelp.com/#essai

Une question sur le concours ou sur ta filière :
écrire sur WhatsApp

Les autres années et épreuves : prepahelp.com/annales/bce/ect