

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

COMPTABILITÉ GESTION

GESTION DE LA PME

GESTION DES TRANSPORTS ET LOGISTIQUE ASSOCIÉE

MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL

MANAGEMENT OPÉRATIONNEL DE LA SÉCURITÉ

NÉGOCIATION ET DIGITALISATION

DE LA RELATION-CLIENT

SUPPORT À L'ACTION MANAGÉRIALE

E3. CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

SESSION 2022

CAS SOCIÉTÉ ALTHO

Mission 1 : la société ALTHO et son environnement

1.1. Identifier les finalités de la société ALTHO

La société ALTHO poursuit une finalité :

- Économique : CA de 108 millions d'€, 3^{ème} marque nationale en France (10 % de PDM), n° 2 des chips aromatisées, investissement de 8 millions en 2017 pour tripler sa production, innovations régulières, ...
- Sociale : 309 personnes à l'année, création régulière d'emplois, en 2020, 150 à 160 personnes devraient travailler sur le site du Pouzin en été, ...
- Sociétale : véritable force économique au cœur de la Bretagne (plus de 265 agriculteurs de la région et environ 200 entreprises bretonnes), réduction de sel et suppression d'additifs (E551, édulcorants...), utilisation d'huile avec un excellent profil nutritionnel, production et relations partenariales locales, limitation de l'utilisation de produits phytosanitaires, consommation d'eau divisée par 2, valorisation des déchets à 98 % (méthaniseur), bilan carbone (-35 % de CO2 en 10 ans),

1.2. Distinguer les parties prenantes de la société ALTHO et leurs attentes respectives.

Le fait d'évoquer différentes parties prenantes (dirigeants, salariés, clients....) et leurs attentes est un début de distinction, mais les candidats peuvent aller plus loin et distinguer les parties prenantes par un classement primaire (I) /secondaire (II) et /ou interne/externe

Les parties prenantes internes et leurs attentes :		
Propriétaires (I)	Monsieur Alain GLON	Une société qui se développe et qui est pérenne.
Dirigeants (I)	Monsieur Alain CAVARD	Améliorer l'image de la société pour contribuer à ce qu'elle se développe et se pérennise. Ouverture d'une usine pour réduire les frais de transport et la pollution = développement de la société, y compris à l'international.
Salariés (I)	320 employés	Des emplois stables avec des conditions de travail agréables

Les parties prenantes externes et leurs attentes :		
Clients (I)	Grande distribution + consommateurs de chips	Des chips de qualité plus diététiques et des goûts variés, bio avec une simplicité d'utilisation → création de l'easypack, recettes moins salées
Fournisseurs (I)	260 agriculteurs, + 200 entreprises bretonnes	Un partenariat équitable Une rémunération juste qui favorise le niveau de vie, le pouvoir d'achat... Une collaboration sur le long terme
Associations (II)	Association « produits en Bretagne »	Un partenariat durable Dynamiser le marché breton (Prix coup de cœur breton = visibilité de l'association et des produits bretons)
Concurrents (II)	LAYS, VICO, TYRRELLS.	Gagner des parts de marché
Administrations publiques (II)	Subventions de l'État et de l'Europe	Aide pour développer son usine. Financement en lien direct avec la gestion des déchets (le méthaniseur) et de la pollution.
Organismes de certification (II)	Organismes gérant les labels	Garantir la qualité des produits, notoriété...

1.3. Présenter les enjeux économiques pour la société ALTHO de confier la production de pommes de terre à des partenaires extérieurs.

La production de pommes de terre n'étant pas une activité stratégique pour ALTHO, elle peut être confiée à des partenaires extérieurs. La société ALTHO a décidé d'externaliser la production de pommes de terre.

- réduction des coûts,
- augmentation du CA car production de masse dans le respect du cahier des charges donc qualité des pommes de terre constante
- sécurisation des approvisionnements
- stabilité des prix

Le candidat peut aussi proposer des limites en mentionnant par exemple :

- les risques de rupture d'approvisionnement
- une baisse de qualité du fait d'un contrôle insuffisant et de difficultés de traçabilité...

Toutes les réponses pertinentes et structurées sont à valoriser.

Mission 2 : la société ALTHO et son développement

2.1 Montrer que l'innovation de la société ALTHO dans un méthaniseur est source d'externalités.

La méthanisation est source d'externalités positives et négatives.

Rappel (à ne pas exiger) : une externalité est la conséquence d'une action d'un (ou plusieurs) agent(s) économique(s) sur un (ou plusieurs) autre(s) agent(s) économique(s) qui ne donne pas lieu à une contrepartie financière.

Externalités positives	Externalités négatives
<ul style="list-style-type: none">- Le procédé de méthanisation permet à la société ALTHO d'assurer 30 % des besoins de l'usine en gaz.- L'unité de méthanisation étant située derrière l'usine de chips, la logistique est réduite.- Les résidus serviront d'engrais naturels- Réduction des effets de gaz à effet de serre.	<ul style="list-style-type: none">-Risques d'incendie, d'explosion, d'intoxication, de pollution en cas de dysfonctionnement-Risques de nuisances olfactives

2.2 Déterminer les raisons économiques qui expliquent que la société ALTHO a bénéficié du soutien des pouvoirs publics européens pour sa seconde ligne de production de chips.

Eléments de contexte :

La société ALTHO, en investissant 14 millions d'euros dans la création d'une seconde ligne de production de chips dans son usine au Pouzin en Ardèche, a bénéficié du soutien financier du Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader). Cet investissement s'inscrit dans les objectifs de la PAC (politique structurelle), dans les programmes de développement rural (PDR) mettant en œuvre le financement du Feader et dans les objectifs du pacte biogazier breton (politique structurelle) qui a pour ambition, d'ici 2030, une production de gaz renouvelable multipliée par 6,4

Les raisons économiques qui justifient ce soutien des pouvoirs publics :

Les raisons économiques de ce soutien s'inscrivent dans des objectifs économiques structurels issus de la PAC et du pacte biogazier :

- Le développement économique des zones rurales et la création d'emplois dans ces zones
- Inclusion sociale
- Réduction de la pauvreté
- Gestion durable des ressources naturelles (une production de gaz renouvelable multipliée par 6,4), faible émission de carbone
- Contribution au développement durable des zones rurales
- ...

La société Altho a pu bénéficier de ce soutien puisqu'elle respecte les critères imposés par la PAC et le pacte biogazier tant en terme de création d'emplois (elle s'engage à poursuivre les recrutements sur le site du Pouzin qui représentera 40% de la production totale d'Altho) qu'en terme de respect des objectifs de développement durable et d'utilisation d'énergies renouvelables...

2.3 Expliquer, à l'aide d'une argumentation juridique, si Laurent Cavard peut faire cesser l'utilisation de la marque BREITZ.

Le syllogisme pourra être accepté mais ne constitue pas un impératif, admettre tout type d'argumentation structurée.

Monsieur Laurent Cavard, le PDG de la société ALTHO (personne morale), découvre qu'une entreprise concurrente, productrice de chips, implantée dans la région Auvergne Rhône Alpes, commercialise de façon récente ses produits sous la marque BREITZ, nom de marque très proche de BRET'S.

Quelle action en justice une entreprise peut-elle tenter à l'encontre d'un concurrent qui utilise un nom de marque imitant le sien ?

L'article **L713-1** du code de la propriété intellectuelle dispose que « L'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits ou services qu'il a désignés » et l'article **L713-2** du même code précise qu'il est interdit utiliser « un signe identique ou similaire à » une marque utilisée « pour des produits ou des services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée » lorsqu'il « existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion ».

La Cour de cassation, dans un arrêt du 7 juillet 2004 dispose que lorsque peu de différences existent entre les deux noms de marque pouvant conduire à une « confusion dans l'esprit d'un client d'attention moyenne », cela constitue un acte de concurrence déloyale.

L'action en concurrence déloyale est fondée sur l'article 1240 du Code civil : responsabilité extracontractuelle.

Monsieur Laurent Cavard, pour faire aboutir son action en justice, devra prouver :

- un fait générateur (fait à l'origine d'un dommage) ;
- un dommage ;
- un lien de causalité entre le fait générateur et le dommage.

Dans le cas présent, il y a concurrence déloyale.

L'entreprise concurrente, implantée dans la région Auvergne Rhône Alpes, commercialise de façon récente ses produits sous la marque BREITZ. D'autre part, la proximité entre les deux noms de marque (dans leur prononciation) constitue le fait générateur.

Le dommage : risque de baisse de l'activité du fait de la confusion dans l'esprit d'un client d'attention moyenne, risque d'une atteinte à la notoriété.

Il existe bien un lien de causalité entre le choix du nom de marque récemment utilisé par l'entreprise concurrente BREITZ et le nom de marque BRET'S pouvant conduire de façon certaine à une confusion dans l'esprit des consommateurs.

En conséquence, Laurent Cavard a intérêt à intenter une action devant le tribunal pour concurrence déloyale.

Mission 3 : la société ALTHO et ses conditions de travail

3.1. Proposer des leviers de motivation que la société ALTHO peut mobiliser pour fidéliser ses salariés.

Les leviers possibles :

- Juste rémunération ;
- Accès à des avantages et services ;
- Obtenir un CDI ;
- Qualité de vie au travail (QVT) ;
- Engagement dans la vie de l'entreprise ;
- Ambiance de travail, échanges et interactions avec les collègues ;
- Possibilité de travailler pour une entreprise qui assume sa responsabilité sociale
- Flexibilité concernant les horaires et le lieu de travail et autonomie...

Les candidats pourront notamment mobiliser l'annexe 9 pour illustrer leur réponse. Accepter tout levier de motivation cohérent par rapport à la société ALTHO

Il est attendu une justification globale et en lien avec la culture et les valeurs d'Altho (prise en compte de la RSE, du DD...).

3.2. Montrer les conséquences sur l'organisation du travail dans la société ALTHO de la mise en place du télétravail

- Réduction des coûts de l'immobilier et des coûts fixes dans leur globalité
- Réduction du temps de trajet des salariés = gain de temps de travail
- Bien-être des salariés donc ceux-ci pourront être plus performants
- Limitation du télétravail à certains salariés uniquement en fonction du poste occupé
- Isolement des salariés en télétravail...

La réponse peut être structurée autour des conséquences pour le salarié vs les conséquences pour Altho, les conséquences positives vs les conséquences négatives ...

3.3. Analyser, à l'aide d'une argumentation juridique, la validité de cet avenant au contrat de travail.

La société Altho souhaite continuer sa croissance et recourir au télétravail pour les salariés qui le souhaitent. Elle a de ce fait rédigé une proposition d'avenant au contrat de travail qu'elle envisage de soumettre au comité social et économique.

On peut toutefois se poser la question de savoir si cet avenant, tel qu'il est rédigé dans l'annexe 10, est juridiquement valide. Pour cela le candidat prendra appui sur l'avenant

tel qu'il est proposé et fera le lien avec l'arrêt de la cour de cassation. Cela lui permettra d'identifier potentiellement que seul l'article 3 est source d'ambiguïté en terme de financement des frais que supportera le télétravailleur (aménagement d'un bureau, frais de téléphone...).

Le candidat pourra proposer différents raisonnements qu'il convient d'accepter s'ils sont cohérents :

- L'avenant au contrat ne mentionne pas explicitement tous les types de frais occasionnés par le télétravail (tels que les frais de téléphone par exemple) par conséquent il n'est pas valable. En conséquence cet avenant ne peut être appliqué.

OU

- le candidat considère que l'article 3 comprend ces frais, même s'ils n'ont pas été listés intégralement. Le terme « **en particulier** l'ensemble complet des systèmes informatiques... » laisse subsister l'ambiguïté. Dans ce cas, l'avenant est juridiquement valable.

OU

- le candidat considère que l'article 3 ne comprend pas ces frais car ils ne sont pas explicitement notifiés. Il s'appuie sur l'arrêt de la Cour de cassation du 19 septembre 2013, pour déclarer que l'article 3 est réputé non écrit. L'avenant est valable mais il faut préciser l'article 3.