Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE D'ENTREPRISE

TRAVAIL À FAIRE

À partir des annexes 1 et 2, et de vos connaissances :

1.1 Définir les quatre mots ou expressions suivants soulignés dans le texte des ***annexes 1 et 2*** : *distributeur*, *positionnement*, *investissement* et *chiffre d'affaires*.

1.2 Expliquer les grandes lignes de la stratégie commerciale de Mr Bricolage.

1.3 Indiquer le rôle attribué par Mr Bricolage à la clientèle féminine et ce que représente cette clientèle dans sa stratégie commerciale.

Le dernier paragraphe du texte de l'***annexe 2*** évoque « *les perspectives du Réseau M. BRICOLAGE à fin 2003* ».

1.4 Indiquer la croissance en surface de vente prévue pour l'année 2003 et distinguer les différents moyens qui ont été mis en œuvre pour l'obtenir. Citer un autre indicateur de croissance pertinent pour juger de l'intérêt de cette croissance en surface de vente.

DOSSIER 2 : DROIT

TRAVAIL À FAIRE

À partir de l'annexe 3 et de vos connaissances :

2.1 Citer les formes juridiques des sociétés « *B.Marly* » et « *Style Artisanal Loisy* » et énumérer quatre caractéristiques permettant de distinguer ces formes juridiques.

2.2 Expliquer l'objet du litige opposant les deux parties.

2.3 Indiquer le recours juridique dont disposent les parties si elles ne sont pas satisfaites de la décision exposée dans le texte.

Le modèle VALANDRAUD est qualifié de « *modèle déposé* ».

2.4 Indiquer les caractéristiques d'un modèle déposé et le nom de l'organisme français chargé de les enregistrer.

DOSSIER 3 : GESTION

L'entreprise CPRATIC fabrique et commercialise des éléments de cuisine sur mesure. Vous disposez de la balance au 31 décembre 2004.

Libellé	Solde débiteur (en euros)	Solde créditeur (en euros)
Capital		85 000
Matériel industriel	200 000	
Banque	5 430	
Emprunt		38 200
Amortissement du matériel industriel		90 000
Stock	46 250	
Créances clients	21 110	
Dettes fournisseurs		34 130
Matériel de transport	41 660	
Amortissement du matériel de transport		5 000
Réserves		28 710
Dettes fiscales et sociales		13 410
Résultat	?	?

TRAVAIL À FAIRE

3.1 Compléter le bilan figurant en ***annexe A*** (***à rendre avec votre copie***) à partir de la balance au 31 décembre 2004 :
- en positionnant les comptes,
- en déterminant le montant du résultat,
- en indiquant s'il s'agit d'un bénéfice ou d'une perte.

3.2 Indiquer, à partir du bilan complété :
- le montant disponible sur le compte en banque de la société,
- le montant dont peut disposer la société à court terme,
- le montant qu'elle doit payer à court terme.

3.3 Indiquer la conclusion que vous pouvez tirer sur l'état de la trésorerie de l'entreprise.

ANNEXE 1
« Le courrier du meuble et de l'habitat » n° 2066 du 24 octobre 2003 - extraits

Troisième acteur du bricolage en France, M. Bricolage lance un nouveau concept de magasin « au cœur de la maison » destiné à être adopté dans un premier temps par les points de vente de la marque M. Bricolage d'une surface supérieure ou égale à 2000 m2. [...] Le nouveau concept met en scène les produits dans un univers consacré au plaisir de la décoration pour s'adapter aux attentes et aux comportements d'une clientèle en mal de solutions de bricolage plutôt que de simples produits. [...] « L'enseigne, particulièrement compétitive dans les villes moyennes, évoluera ainsi peu à peu de simple **distributeur** d'articles de bricolage, jardinage et matériaux à un **positionnement** de spécialiste de l'aménagement, de la décoration intérieure et extérieure » explique le groupe qui table sur une hausse de 10 % du chiffre d'affaires pour les magasins concernés, à surface comparable, pour un **investissement** légèrement supérieur de 5 %.

ANNEXE 2
Extraits de la lettre aux actionnaires du groupe M. Bricolage - octobre 2003

Un nouveau concept de magasins Mr.Bricolage voit le jour

Répondre à de nouvelles attentes

Une étude exclusive, commandée par Mr. Bricolage pour connaître les attentes de sa clientèle, démontre que trois grandes tendances se font jour, face auxquelles les clients réagissent en exprimant fortement de nouvelles attentes – au-delà des valeurs traditionnelles d'honnêteté, de respect, de confiance et de transparence.

À la dégénérescence des repères sociaux traditionnels, les clients répondent en cherchant à renforcer leurs valeurs personnelles. À la pression accrue du quotidien, ils opposent le choix du bien-être.

Enfin, confrontés à la surinformation, voire à la sur sollicitation, ils s'attachent à clarifier leurs options.

Afin de répondre concrètement à ces attentes, l'enseigne Mr.Bricolage a conçu, en collaboration avec l'agence spécialisée en design architectural "Lundi Mardi Mercredi" – qui a notamment redessiné certains hypermarchés Casino – un nouveau concept de magasin destiné à s'adapter dans un premier temps aux points de vente de plus de 2 000 m2.

La femme, prescriptrice et acheteuse

Le concept devait également tenir compte de l'importance croissante des femmes dans la clientèle des magasins de bricolage : en effet, de prescriptrices puis acheteuses, celles-ci sont devenues progressivement maîtres d'oeuvre, comme le démontre clairement une étude réalisée en 2002 par Unibal (Union Nationale des Industries du Bricolage, du jardinage et des Activités de Loisirs). Aussi, les formes du mobilier du nouveau concept se sont-elles faites rondes, les couleurs ont adopté des harmonies de vert anis et de brun, la décoration occupe une place centrale concrétisée par un îlot d'où rayonnent les allées en toute fluidité.

Un concept vendeur

Dans cette ambiance agréable, on remarque de multiples détails destinés à encourager le "passage à l'acte" : la façade ouverte sur une entrée particulièrement soignée, zone d'attraction et vitrine du magasin, la signalétique facilitant le repérage, l'organisation des espaces symbolisée par des codes couleurs distincts, l'espace important accordé aux podiums et aux têtes de gondole. Des choix qui ne seront pas sans conséquence sur l'augmentation attendue du **chiffre d'affaires** – environ 10 % par magasin.

Magasins intégrés

Au cours du premier semestre, le réseau des magasins intégrés sous enseigne Mr. Bricolage s'est accru de 14 900 m2 portant la surface totale de vente à près de 240 000 m2 pour 76 magasins. En effet, Mr. Bricolage SA a intégré ou créé six magasins à Libourne, Beauvais, Saint-Dizier, La Ville-aux-Dames, Arçonnay et Thonon-les-Bains (+ 14 500 m2) ; les opportunités de transfert-agrandissement ont permis de développer 5 000 m2 de surface de vente supplémentaire à Montluçon, Laval et Anet, et deux magasins ont été déconsolidés ou cédés (– 4 600 m2). À fin 2003, le réseau de magasins intégrés, toutes enseignes confondues, devrait compter 80 points de vente sur plus de 250 000 m2.

Perspectives du réseau M. BRICOLAGE à fin 2003

Le réseau des magasins sous enseigne Mr. Bricolage continue de se développer et couvre plus d'un million de mètres carrés de surface commerciale au 30 juin 2003. En fin d'année, il se sera accru de 230 000 m2, soit une croissance de 28,9% sur l'ensemble de l'année, dont 153 000 m2 du fait de la prise d'enseigne par 46 ex-magasins B3 Bricolage et Bricogite. L'effort de densification aura porté ses fruits, puisque 70 nouveaux magasins auront porté la hauteur de leurs gondoles à 2,60 mètres pour améliorer leur performance au mètre carré. En 2004, ce sont 80 nouveaux magasins qui s'attelleront à ce chantier profitable.

ANNEXE 3
(" Le courrier du meuble et de l'habitat " n° 2076 du 2 janvier 2004)

PUBLICATION JUDICIAIRE
JUGEMENT POUR CONTREFACON

Arrêt N° 02/00437 rendu le 14 octobre 2003 par la COUR D'APPEL DE DIJON 21
SA B. MARLY C/ STYLE ARTISANAL LOISY & Société CAPPELLINI

Réformant et statuant à nouveau.

Constate que le modèle « PIETRO » constitue une contrefaçon du modèle VALANDRAUD et valide la saisie contrefaçon opérée le 25 août 2000.

Juge que la **Société CAPPELLINI** et la **SARL STYLE ARTISANAL LOISY** ont commis des actes de contrefaçon ;

Fait interdiction aux sociétés **CAPPELLINI et STYLE ARTISANAL LOISY**, sous astreinte de 70 euros par infraction constatée, de fabriquer, d'exposer et de vendre des salons présentant les caractéristiques du **modèle déposé** VALANDRAUD.

Ordonne la confiscation en vue de leur destruction, en présence d'un huissier de justice, aux frais des intimées, de tout modèle reproduisant les caractéristiques du modèle VALANDRAUD.

Déboute la SA B. MARLY de sa demande d'expertise.

Condamne in solidum la société **CAPPELLINI** et la **SARL STYLE ARTISANAL LOISY** à payer à la **Société B. MARLY** la somme de 7 600 euros en réparation du préjudice subi.

Ordonne la publication du dispositif du présent arrêt dans deux journaux au choix de la **Société B.MARLY**, aux frais des intimées sans que le coût de chaque insertion puisse dépasser 230 euros.

Déboute la **SARL STYLE ARTISANAL LOISY** de son appel en garantie à l'encontre de la **Société CAPPELLINI**.

Condamne in solidum la **Société CAPPELLINI** et la **SARL STYLE ARTISANAL LOISY** à payer à la **Société B. MARLY** une somme de 2 300 euros au titre de l'article 700 du nouveau code de procédure civile et déboute **la Société STYLE ARTISANAL** LOISY et la **société CAPPELLINI** de leur demande sur ce point.

Condamne in solidum la **Société CAPPELLINI** et la **SARL STYLE ARTISANAL LOISY** aux dépens qui pourront être recouvrés par la SCP ANDRE-GILLIS conformément aux dispositions de l'article 699 du nouveau code de procédure civile.

ANNEXE A

(À RENDRE AVEC LA COPIE)

BILAN DE L'ENTREPRISE CPRATIC AU 31 décembre 2004

BILAN DE L'ENTREPRISE CPRATIC AU 31 décembre 2004					
ACTIF				PASSIF	
	Valeur brute	Amortissement	Valeur nette		Montant
ACTIF IMMOBILISÉ				**CAPITAUX PROPRES**	
Sous-total AI				Sous-total CP	
ACTIF CIRCULANT				**DETTES**	
Sous-total AC				Sous-total D	
Total général				Total général	

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.