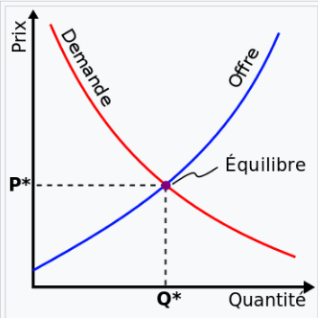
Mission 1 : « TOUT EN PERLES », une entreprise bien ancrée sur son marché

1.1 Présenter le marché du « faire soi-même » ou Do It Yourself.

Un **marché** est un lieu de rencontre entre **l'offre** (les entreprises, producteurs ou distributeurs) et **la demande** (les consommateurs) autour d'un bien ou d'un service, à un certain prix.

Dans le cas du **marché du DIY (Do It Yourself)**, le bien échangé n'est pas seulement un produit fini, mais souvent des **matériaux, outils ou kits permettant aux consommateurs de créer eux-mêmes** (bijoux, meubles, cosmétiques, vêtements, etc.).



La loi de l'offre et de la demande que la hausse du prix d'une marchandise conduit à la baisse de sa demande et à l'augmentation de son offre, et réciproquement. Elle suppose des ajustements successifs des prix et des quantités pour aboutir à une situation d'équilibre dans laquelle, pour le prix d'équilibre, les quantités offertes et les quantités demandées s'égalisent.

Les **caractéristiques** d'un marché en croissance sont : un **volume d'acheteurs important**, une **offre variée**, une **croissance du chiffre d'affaires** et une **structure dynamique**.

La **demande** de DIY est portée par plusieurs tendances lourdes :

- **Préoccupations économiques** : les consommateurs cherchent à **économiser de l'argent** (jusqu'à 272 € par an en moyenne, selon l'annexe 4).
- **Sens écologique et éthique** : la demande exprime un **souci de durabilité**, de **consommation responsable** (recyclage, réduction des déchets, etc.).
- **Recherche de sens** : les consommateurs veulent **personnaliser leurs objets**, retrouver le **plaisir de créer** et exercer leur créativité.
- **Évolution sociétale** : le DIY a explosé pendant la pandémie, avec **96 % des Français** y ayant eu recours (Annexe 2).

Le marché touche **toutes les catégories socio-professionnelles**, avec une pratique étendue à plusieurs domaines (cuisine, mode, bricolage, cosmétique). Les jeunes sont particulièrement engagés (12 % pratiquent au moins 8 activités DIY).

L'**offre** est portée par :

- Des **entreprises spécialisées** comme « Tout en perles » qui proposent des **produits bruts (perles, outils)** mais aussi des **kits prêts à l'emploi**.

- Des **plateformes de distribution**, dont les marketplaces comme **Etsy** (leader mondial), qui permettent de **centraliser l'offre artisanale et créative**.
- Des **enseignes généralistes** comme Leroy Merlin ou Brico Dépôt qui diversifient leur offre vers le DIY.

L'offre est **multicanale** :

- 56 % des ventes se font **en ligne**,
- 45 % via **salons et foires**,
- 41 % via **magasins physiques** (Annexe 3).

À l'échelle mondiale, le marché du DIY était estimé à **848,2 milliards $ en 2021**, avec une projection à **1 278 milliards $ d'ici 2030**.

1.2 Démontrer que Dominique Partol adopte à la fois une logique entrepreneuriale et managériale.

La **logique entrepreneuriale** repose sur la **prise de risque**, l'**innovation** et la **recherche d'opportunités**.

Pour Schumpeter, l'innovation est le cœur de l'entrepreneuriat. Il ne s'agit pas seulement d'inventer quelque chose de nouveau, mais aussi de mettre en œuvre des idées nouvelles ou existantes de manière différente.

L'entrepreneur, selon Schumpeter, n'est pas simplement un gestionnaire ou un administrateur, mais un visionnaire qui voit des opportunités là où les autres ne les voient pas.

Il prend des risques en investissant dans des idées nouvelles et en défiant le statu quo. Ce faisant, il contribue à la dynamique économique et à la croissance à long terme.

La **logique managériale** correspond à la **gestion des ressources**, l'**organisation du travail**, la **motivation des équipes** et l'**atteinte des objectifs**. Le manager a été défini par FAYOL. Il possède la gestion opérationnelle de l'entreprise, c'est-à-dire qu'il vient en gérer les ressources.

✓ **Logique entrepreneuriale** :

- Création de l'EURL en 2004 avec **10 000 € de capital personnel** (Annexe 1). On y retrouve **la prise de risque**.
- Détection d'un **besoin de niche** (DIY bijou).
- Lancement d'une **offre nouvelle** sur un marché peu concurrentiel. Volonté de saisir une **opportunité** sur un marché émergent
- Développement continu (kits personnalisés en 2023, évolution vers la SARL). Le concept lui est venu par hasard, quand il a vu ses enfants confectionner des bracelets. Il a donc eu une idée innovante.

✓ **Logique managériale** :

- Recrutement des salariés, suivi de la comptabilité (Annexe 1). Il gère une équipe de 15 personnes.
- **Communication et animation d'équipe** (événements mensuels, transparence).
- Gestion structurée avec un **suivi rigoureux des délais de livraison**.

En conclusuion, Dominique Partol incarne une **double logique** entrepreneuriale (vision, risque, innovation) et managériale (gestion, organisation, encadrement).

1.3 Expliquer les avantages et inconvénients pour la SARL de vendre sur une place de marché.

Les places de marchés (ou marketplaces) sont des plateformes numériques dont l'activité consiste à mettre en relation des consommateurs ou des acteurs publics avec des entreprises, ainsi que des entreprises entre elles. Une place de marché peut être considérée comme le pivot d'une économie de plateformes. Elle joue un rôle d'**intermédiation numérique**.

Avantages :

- Forte **visibilité** grâce à Etsy, acteur majeur du DIY (Annexe 2).
- Accès à une **clientèle mondiale**.
- Réduction des **coûts de communication**.
- Services associés (paiement, logistique) => **simplification des ventes**.

Inconvénients :

- **Commissions** sur les ventes.
- **Moindre contrôle** sur la relation client.
- **Concurrence** directe accrue avec d'autres vendeurs sur la même plateforme.
- **Dépendance** aux règles imposées par la plateforme.

1.4 Présenter l'argumentation juridique sur laquelle Dominique Partol peut s'appuyer pour s'opposer au droit de rétractation de madame Casa.

Faits : Mme Casa commande un produit gravé avec un portrait. Insatisfaite, elle souhaite exercer son droit de rétractation.

Problématique : Peut-on lui refuser ce droit ?

Règle de droit :

- Article **L221-18** Code de la consommation : droit de rétractation de 14 jours.
- Article **L221-28** : pas de droit de rétractation pour des biens **nettement personnalisés**.

Application :
La perle est **gravée à la demande**, donc **nettement personnalisée**. Elle ne peut être revendue.

Conclusion :
Dominique Partol est **fondé à refuser** le remboursement en application de l'article **L221-28**.

Mission 2 : Dominique PARTOL, un dirigeant qui saisit des opportunités

2.1 Quel est le style de management de Dominique Partol ?

Il existe divers styles de direction. On retient la typologie classique de Likert :

- *Le style autoritaire :* le manager décide de tout et contrôle tout. Ses subordonnés n'ont aucune marge de manœuvre et se plient aux ordres du dirigeant.

- *Le style paternaliste* : le manager considère ses collaborateurs comme ses enfants, il leur apprend tout, décide de l'essentiel. Ses subordonnés n'exercent jamais de véritables responsabilités, leurs idées peuvent être exploitées par le manager, mais ils n'en gardent pas la paternité.

- *Le style consultatif* : le manager ne prend aucune décision sans consulter son équipe. Ainsi, ses collaborateurs se sentent impliqués. Il y a un véritable travail d'équipe.

- *Le style participatif* **:** le manager se considère non comme un décideur, mais comme un animateur, car il estime que la seule manière de motiver un individu, c'est de lui donner des responsabilités et de l'aider à les exercer. Il demande à ses collaborateurs de participer activement au choix des objectifs qu'ils vont poursuivre. Il consacre aussi beaucoup de temps à la communication.

À partir des annexes 1 et 7 du sujet, plusieurs éléments permettent d'identifier clairement le style managérial selon Likert :

Indices du **style participatif** :

- **Communication directe et fréquente** avec tous les salariés : il les salue chaque matin, les connaît tous personnellement (Annexe 7).
- **Transparence managériale** : il les informe des projets et décisions importantes, comme le lancement des kits DIY, **en amont**, et recueille leur avis.
- **Recherche de cohésion d'équipe** : événements mensuels, repas, soirées d'entreprise → volonté de renforcer l'esprit d'équipe.
- **Reconnaissance du travail collectif** : attribution d'une **prime de partage de la valeur** liée aux résultats de l'entreprise.
- **Confiance** : les salariés sont choisis pour leur adhésion aux valeurs, et intégrés dans la dynamique globale de l'entreprise.

Mais aussi quelques limites :

- Les décisions restent **finalement prises par lui seul**.
- Il conserve une **forte implication personnelle dans la gestion quotidienne** (suivi des livraisons, recrutement, gestion comptable), ce qui suggère un **leadership fort et centralisé**, pouvant s'approcher par moments du **style consultatif**.

Il est aussi possible de penser à un **style paternaliste** en se basant sur les éléments suivants :

- Il **connait tous ses salariés**, les a **recrutés lui-même**, ce qui témoigne d'un **engagement personnel fort** dans la gestion des ressources humaines (Annexe 7).

- Il organise des **événements conviviaux** pour renforcer la cohésion (repas, soirées, anniversaires).
- Il exprime une forme de **reconnaissance personnelle**, notamment par la **prime de partage de la valeur**, ce qui rappelle l'idée d'un « chef bienveillant ».
- Il reste très **impliqué dans les décisions**, ce qui pourrait laisser penser à un **management centralisé**.

2.2 Montrer, avec une argumentation reposant sur la chaine de valeur, la pertinence du choix de Dominique Partol de « faire » ces kits de bijoux.

Le concept de la chaîne de valeur de l'entreprise de Michael Porter vise à repérer les activités qui représentent des avantages concurrentiels et créent de la valeur pour le client.

Ces avantages concurrentiels peuvent provenir de la capacité de l'entreprise :
- A voir des coûts moins élevés que la concurrence,
- A proposer des produits ayant des caractéristiques pour lesquelles les clients sont prêts à payer un prix plus élevé.

M. Porter distingue :
- **les activités principales, qui créent de la valeur,**
- **les activités support, qui soutiennent les activités principales et améliorent leur efficacité ;**

D'un point de vue stratégique, le dirigeant à le choix entre :

- **L'intégration,** c'est le regroupement au sein d'une entreprise (société, groupe) d'activités complémentaires assurées par d'autres entreprises tout au long de la filière.
- **L'externalisation** est une stratégie conduisant une entreprise à confier certaines de ses activités à d'autres entreprises. Elle répond à une logique consistant à ne plus faire soi-même mais à faire faire à des prestataires ou sous-traitants

Dans le cas de l'entreprise on constate, la volonté **d'éviter l'externalisation** de ses activités principales. Dans les activités principales, on peut retrouver la logistique interne sélection des composants), la production, la logistique externe, la commercialisation et la vente, et enfin les services (tutoriels).

En choisissant de produire les kits lui-même, Partol :

- Maîtrise la **logistique interne** et la **qualité produit**.
- Réduit les coûts en évitant l'externalisation.
- Crée une **valeur perçue plus forte** (produits maison, cohérence image DIY).
- S'appuie sur son **système d'information** et ses **ressources humaines** internes.

Ce choix renforce l'**avantage concurrentiel**, la **marge** et la **réactivité**.

Pour aller plus loin, les risques de l'intégration :

- Lourds investissements nécessaires ce qui peut constituer un frein au développement du métier de base.
- Il peut être très difficile pour l'entreprise de maitriser les compétences spécifiques liées à ces nouveaux domaines d'activités.
- L'entreprise peut devenir rigide et perdre en flexibilité.

2.3 Présenter les arguments juridiques permettant à Dominique Partol d'exonérer la SARL « Tout en perles » de sa responsabilité.

Syllogisme juridique

Faits : Un client a une réaction allergique à la colle. Celle-ci vient d'un tiers, avec étiquette du fabricant. La SARL ne connaît pas sa composition.

Problématique : Peut-on exonérer la SARL de responsabilité ?

Règle de droit :

- Art. **1245** C. civil : le producteur est responsable du dommage.

Pour engager ce régime de responsabilité, cinq critères doivent être réunis. Il faut :

- tout d'abord, un produit ;
- que le produit soit défectueux, lorsqu'il ne présente pas la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre, selon l'article 1245-3 ;
- que le produit cause un dommage ;
- que le produit soit mis en circulation ;
- un producteur responsable

- Art. **1245-5** : est producteur celui qui **appose son nom ou signe** sur le produit.
- Art. **L111-1 C. conso** : obligation d'**information du vendeur professionnel**.
- Jurisprudence 2020 : un étiquetage lacunaire = produit défectueux. Le producteur sera responsable de son emballage dont les mentions sont incomplètes, notamment en termes de sécurité.

Application :

- Le **producteur réel** est identifiable (coordonnées sur le tube).
- La SARL n'appose **aucun signe distinctif** => n'est **pas producteur**.
- Si la **composition n'a pas été communiquée**, et que la SARL a agi avec **diligence**, elle peut démontrer qu'elle **ne pouvait informer davantage**.

Conclusion :
Dominique Partol peut s'exonérer s'il prouve qu'il **n'est pas producteur**, et qu'il a **rempli ses obligations d'information** compte tenu des moyens disponibles.

Mission 3 : L'impact du numérique sur SARL « TOUT EN PERLES »

3.1 Justifier que le système d'information de « Tout en perles » remplit les fonctions attendues d'un système d'information.

Robert Reix définit le système d'information (SI) comme suit :
"Un système d'information est un ensemble organisé de ressources (matérielles, logicielles, humaines, données, procédures) permettant d'acquérir, traiter, stocker et communiquer des informations dans une organisation."

Cette définition met en avant plusieurs éléments clés :

- Les fonctions : collecte, traitement, stockage et diffusion de l'information.
- Les ressources : humaines (utilisateurs, administrateurs), matérielles (serveurs, ordinateurs),logicielles (ERP, CRM), et les données.
- L'objectif : aider à la prise de décision et améliorer le fonctionnement de l'entreprise.

Dans le cas de l'entreprise on constate :

- que la collecte d'information se passe sur le site internet de l'entreprise.
- les éléments sont stockés sur le serveur et protégés par un pare-feu.
- Les données sont par les salariés.
- La diffusion de ces données est réalisée entre les différentes parties prenantes de l'entreprise.

3.2 Présenter le raisonnement juridique permettant à Dominique Partol de se défendre contre les agissements de « Lola ».

Faits : Une influenceuse reprend les tutoriels de Partol sans autorisation ni mention.

Problématique : dans quelles conditions peut-on utiliser le principe du droit d'auteur pour protéger ses créations artistiques ?

Règle de droit :

- Art. L111-1 CPI : l'auteur d'une œuvre (comme un tutoriel) jouit d'un droit de propriété exclusif, dès sa création, sans qu'aucune formalité ne soit nécessaire. Ce droit lui permet de s'opposer à toute reproduction ou diffusion sans autorisation.
- Art. L341-1 CPI : La protection existe même si cette œuvre est numérique (protection des bases de données)
- Art. L511-1 CPI : protection des modèles originaux.

Si la base de données présente une réelle originalité, marquée par la personnalité de son auteur, elle bénéficie de la protection du droit d'auteur, avec les sanctions prévues pour toute contrefaçon.

Les deux principales composantes du droit d'auteur sont l'ensemble des droits moraux (divulgation, paternité, retrait, repentir et droit au respect de l'oeuvre) et l'ensemble des droits patrimoniaux (droits de représentation, de reproduction, de suite et de destination) attribués à l'auteur. L'oeuvre est protégée depuis sa création jusqu'à 70 ans après lamort de son auteur.

Sur le plan pénal, l'auteur pourra agir sur le fondement de la contrefaçon. Une peine de prison et des dommages-intérêts pourront ainsi être prononcés.

Au niveau civil, on peut engager l'action en concurrence déloyale.

- Art. 1240 C. civil : responsabilité en cas de faute (concurrence déloyale). Il faut un lien de causalité entre la faute est le dommage.

Application :

- Les tutoriels sont des œuvres originales => protégées dès leur création.
- Leur reprise sans autorisation constitue une contrefaçon.

- La **notoriété de l'influenceuse** aggrave l'impact (préjudice commercial et moral).
- Lola engage sa responsabilité civile : il y a lien entre le dommage (l'absence de rémunération contre l'utilisation des vidéos) et la faute (l'utilisation des vidéos sans l'autorisation).

Conclusion :
Dominique Partol peut engager une **action en contrefaçon** et demander la **suppression des contenus**, voire une action **en concurrence déloyale** pour obtenir des **dommages et intérêts**.