

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES – Sessions 2024**QUESTIONNAIRE**

<i>Date :</i>	07.06.24	<i>Horaire :</i>	08:15 - 11:15	<i>Durée :</i>	180 minutes	
<i>Discipline :</i>	ECOGE	<i>Type :</i>	écrit	<i>Section(s) :</i>	GCC / GCG / GCGSL / GCG_ANGDF	
					<i>Numéro du candidat :</i>	

Thème 1 : Aspects juridiques de l'entreprise	29
Thème 2 : Financement de l'entreprise	40
Thème 3 : Droit du travail	24
Thème 4 : Stratégies d'entreprises et choix mercatiques	27
Total	120

Calcul des points :

Le total des points obtenus par le candidat, calculé sur 120 points, est à diviser par 2 pour obtenir une note sur 60 points.

Feuilles à remplir :

Le candidat doit noter toutes ses réponses sur les feuilles à remplir. Il est essentiel que le candidat mette son numéro de candidat sur chaque feuille.

Annexe :

Informations à disposition des élèves pour l'examen de fin d'études secondaires générales.

Questionnaire pages 1 à 23

Feuilles à remplir pages 11 à 23

Thème 1

Aspects juridiques de la création d'entreprise

(29 points)

Roger Berger, un passionné de chiens depuis son tout jeune âge, rêve d'ouvrir son propre magasin où il vendra tout ce qu'aiment les chiens, à savoir de la nourriture ainsi que des accessoires comme des colliers, laisses, tapis, niches,... Titulaire d'un DAP en formation administrative et commerciale du Bouneweger Lycée, il a déjà pu acquérir une première expérience professionnelle dans une librairie où il a travaillé pendant 6 ans. Il réalise son projet ensemble avec ses amis Pit Bull et Carrie Terrier. Roger apporte la somme de 7.500€ et est caution pour un emprunt de 5.000€, Pit réalise un apport de 5.500€ et Carrie participe avec 2.000€ au capital de la société « Happy Dog ».

Les trois amis vous demandent de les assister dans leurs démarches pour la création de leur entreprise.

1. Énumérez et expliquez les différentes conditions pour obtenir l'autorisation d'établissement en tant que commerçant ! Est-ce que Roger dispose des qualifications nécessaires ? Expliquez. (4 points)
2. Quelle forme juridique proposeriez-vous à Roger et ses amis ? Expliquez. (3 points)
3. Les trois amis décident de créer une Srl Roger sera nommé gérant. Quel sera son statut sachant que l'autorisation d'établissement est établie à son nom ? Justifiez votre réponse. (2 points)
4. Expliquez en détail le traitement fiscal du bénéfice réalisé par la société « Happy Dog ». (5 points)

Face au succès rencontré par leur entreprise, Roger et Pit désirent développer les activités de l'entreprise. Ils veulent proposer un service de garde de chiens pour leurs clients. Pour ce faire, ils proposent de procéder à un changement des statuts et à une augmentation du capital de 10.000€. Ceci aurait comme conséquence que les engagements de tous les actionnaires augmenteraient. Carrie n'est pas d'accord avec ces changements proposés.

5. Quel sera l'organe compétent pour prendre ces décisions ? Précisez les conditions requises pour que les propositions soient acceptées.
 - Garde de chiens (3 points)
 - Augmentation de capital (2 points)
6. Carrie veut vendre ses parts à Tim, qui est un ami d'enfance des trois. Roger est d'accord, mais Pit s'y oppose. Est-ce que Carrie aura le droit de vendre ses parts à Tim ? (2 points)
7. Pit veut se marier avec Pascale, une amie de longue date. Énumérez et expliquez brièvement les différents régimes matrimoniaux qui existent. (6 points)
8. Est-ce que le choix du contrat de mariage est dans ce cas précis important pour le couple ? Si oui, quel régime conseillerez-vous au couple ? Expliquez. (2 points)

Thème 2

Financement de l'entreprise

(40 points)

Remarques préliminaires :

- Arrondissez tous vos calculs à deux décimales, sauf indication contraire. Pour le calcul du taux d'intérêt, utilisez la valeur exacte.
- Le taux de TVA est de 17 %.
- Le taux d'imposition est de 30 %.

Mirco Schmit, menuisier diplômé, décide de créer sa propre entreprise « JOLLY NICHE » spécialisée dans la production de niches pour chiens en bois. Les clients de l'entreprise seront aussi bien des particuliers que des petites entreprises.

Apports en espèces : 50.000€

Les besoins en immobilisations sont les suivants :

Frais de constitution de la société : 5.000€

Machines : 10.000€ (Machine A) +25.000€ (Machine B)

Matériel informatique : 5.000€

Matériel roulant (camionnette) : 30.000€

Outillage : 10.000€.

Toutes les immobilisations seront amorties linéairement sur une durée de 5 ans.

Le montant des stocks moyens est évalué à 30.000€, celui des créances à 8.000€ et les crédits fournisseur à 7.000€.

9. Calculez le BFR. (1 point)
10. Énumérez 4 moyens pour réduire le BFR (4 points)
11. Dressez un premier plan de financement. (5 points)
12. Dans l'hypothèse normale, le projet sera-t-il accepté par les banquiers ? Justifiez votre réponse. Basez votre réponse sur le ratio d'indépendance financière. (2 points)

Pour financer une partie de l'investissement, Mirco décide de contacter la SNCI qui est prête à financer, à concurrence de 75%, via un crédit d'équipement, les machines, l'outillage et le matériel informatique. La durée de l'emprunt est de 10 ans, taux annuel de 4,8%. Les remboursements se font trimestriellement.

13. Déterminez le montant du crédit d'équipement mis à disposition de « JOLLY NICHE ».
(1 point)
14. Présentez les 4 premières lignes et les deux dernières lignes du tableau d'amortissement de ce crédit. (6 points)

Mirco décide de financer le matériel roulant à l'aide d'un crédit bail.

15. Définissez le crédit bail. (2 points)
16. Citez deux avantages et deux désavantages du crédit-bail. (4 points)

Afin de compléter le plan de financement, Micro évalue sa capacité d'autofinancement. Le résultat avant impôts pour la première année est estimé à 45.000€.

17. Calculez la capacité d'autofinancement. (3 points)
18. Présentez le tableau de financement en tenant compte de toutes les informations acquises depuis le dernier tableau. (4 points)

Puisque les ventes fleurissent, Mirco envisage d'acheter une nouvelle machine aux modalités suivantes :

- Prix d'acquisition HTVA de la machine : 41.000€
 - Recettes annuelles brutes : 75.000€
 - Frais de fonctionnement annuels : 63.000€ pour les deux premières années, 66.000€ les trois dernières années
 - Amortissement annuel constant sur 5 ans
19. L'investissement est-il rentable au taux de 6% ? (6 points)
20. Calculez la VAN, dans les mêmes conditions, mais en supposant que la valeur brute de récupération, au bout de la 5^e année est de 2.500€ et sachant que la plus-value est imposée à 30%. (2 points)

Thème 3

Droit du travail

(24 points)

Arrêt de la Cour d'appel du 9 novembre 2023, n° CAL-2022-00373.

5.1 Faits

A, licencié pour motifs économiques le 25 août 2020, a agi en justice pour contester son licenciement. Le tribunal, après avoir retenu que la lettre de motivation suffit aux conditions de précision légales, a constaté que l'employeur a établi les raisons économiques à la base du licenciement, ainsi que les mesures de restructuration ayant mené à la suppression du poste de A. Il a considéré qu'il ne lui appartient pas de se prononcer sur la question de savoir si le choix des méthodes de restructuration entreprises a été judicieux. Les affirmations de la salariée selon

lesquelles l'employeur aurait procédé au remplacement de salariés expérimentés par des jeunes bon marché,(...) ont été rejetées comme non établies. A a formé appel.

5.2 Position de la salariée

La salariée a contesté ce licenciement car elle estime en premier lieu que, faute d'avoir précisé la conséquence de la restructuration sur le poste réellement occupé par elle, c'est-à-dire celui de « journaliste-rédacteur », la lettre de motivation de l'employeur ne remplit pas le critère légal de précision. Elle conteste avoir travaillé exclusivement ou principalement pour le ressort économique du journal et affirme avoir rédigé des articles sur tous les sujets de presque tous les ressorts que proposait le quotidien. Elle conteste encore que le ressort économique ait quasiment cessé d'exister. Elle considère que son renvoi repose sur des motifs d'économie d'argent. Elle fait plaider que l'employeur a essayé de se défaire des journalistes les plus coûteux en les remplaçant par des journalistes débutants « moins chers ». Afin d'établir ces affirmations, elle demande qu'il soit enjoint à l'employeur de verser les contrats de travail des six salariés nouvellement embauchés, sinon une fiche de salaire du mois de janvier 2021 de chacun de ces salariés. Elle conteste en outre que l'exigence de compétences spéciales pour la publication d'articles sous forme audio-visuelle ait nécessité l'engagement des six journalistes pendant sa propre période de préavis. (...) Elle soutient avoir eu de l'expérience en matière de publications digitales et toutes les qualifications pour contribuer au nouveau format digital du journal, de sorte qu'elle aurait parfaitement pu exercer les tâches accomplies par les journalistes nouvellement engagés. En conséquence, elle considère que l'employeur n'a pas véritablement procédé à une restructuration et que la suppression de son poste serait fallacieuse.

5.3 Position de l'employeur

L'employeur soutient que le contrat de travail de A aurait été résilié du fait de la suppression définitive de son poste de travail à la suite d'une baisse significative du chiffre d'affaires de la société ayant rendu nécessaire l'abandon de la version papier quotidienne et le lancement d'un média en ligne, et corrélativement une réorganisation de l'entreprise. Cette restructuration aurait été rendue nécessaire par une diminution du nombre de lecteurs abonnés et une baisse significative de publications d'avis officiels et de publicités parues dans le journal. La crise liée à la Covid-19 aurait encore aggravé la situation. À compter du 1^{er} janvier 2021, la version papier quotidienne aurait définitivement été abandonnée pour passer à un format digital exigeant, outre des articles, des contenus multimédias audio et vidéo. Dans ce contexte, il aurait été décidé de ne plus avoir une rubrique économique quotidienne mais de publier ponctuellement des articles sur divers thèmes économiques.(...). Il affirme que les journalistes nouvellement recrutés depuis la décision de restructuration n'exercent pas les anciennes fonctions de A, mais relèvent d'un domaine d'activité (Web et multimédia) entièrement différent de l'ancien domaine d'activité de A.(...).

5.4 Appréciation de la Cour

a. La précision des motifs du licenciement

Dans la mesure où l'énoncé des motifs fournis par la société employeuse dans la lettre de motivation est suffisamment précis pour permettre à la salariée de les identifier et au juge d'exercer son contrôle, le moyen relatif à l'imprécision des motifs a été rejeté à juste titre.

b. Le bien-fondé du licenciement

Si le chef de l'entreprise est seul responsable du risque assumé, il bénéficie corrélativement du pouvoir de direction. (...) Le juge ne saurait se substituer au chef d'entreprise dans l'appréciation de l'opportunité des mesures prises, quelles que soient leurs répercussions sur l'emploi. Le chef

d'entreprise est dès lors admis à opérer les mesures de réorganisation et de restructuration qu'il estime opportunes (...). Comme l'a rappelé à bon droit la juridiction de première instance, la cause du licenciement est réelle et sérieuse dès lors qu'il est prouvé que la restructuration invoquée par l'employeur à la base du licenciement a réellement eu lieu, qu'elle a entraîné la suppression du poste du salarié licencié et que le licenciement est directement lié à la restructuration et ne constitue pas un simple prétexte. (...). Il est également en droit de licencier si sa situation financière est saine, dans le seul but d'augmenter la rentabilité de son entreprise, la loi n'exigeant pas l'existence de difficultés économiques pour justifier un licenciement. Il est constant en cause que depuis le 1^{er} janvier 2021, la version papier a été abandonnée et que ce journal n'existe plus que sous un format digital. (...)Par ailleurs, si la salariée affirme avoir rédigé « sur tous les sujets de presque tous les ressorts », il découle néanmoins de la liste établie par la salariée elle-même (pièce n°16 de Me Adam) qu'elle ne traitait que rarement d'autres matières.(...) La Cour considère dès lors, à l'instar du Tribunal du travail, que la restructuration invoquée par l'employeur à la base du licenciement est établie et qu'elle a entraîné la suppression du poste de A. Comme précisé ci-dessus, il n'appartient pas aux juridictions de se prononcer sur l'opportunité des mesures de restructuration, quelles que soient leurs conséquences sur l'emploi, sauf aux personnes licenciées de prouver qu'elles ont été victimes d'un abus de droit. (...) Il se dégage en effet de l'examen de ces pièces que ceux-ci ont été engagés dans le cadre du développement du concept digital du journal nécessitant des connaissances dans les domaines « format digital et applications multimédia » et qu'ils publient également des articles sous format audio ou audio-visuel. (...) Dès lors, à défaut pour A d'établir le caractère fallacieux de son renvoi, respectivement que son congédiement n'aurait été qu'un prétexte ou aurait été décidé avec une légèreté blâmable, le jugement déféré est à confirmer en ce qu'il a déclaré justifié le licenciement avec préavis de A.

Texte raccourci, Source : Infosjuridiques- Novembre 2023

21. Précisez le motif de licenciement dans le cas ci-dessus. Définissez-le et précisez la particularité importante de ce type de licenciement. (4 points)
22. Pour quelle(s) raison(s) est-ce que la société rompt le contrat de travail ? (3 points)
23. Pourquoi l'entreprise rompt-elle le contrat de travail précisément avec cette salariée ? (2 points)
24. Quel est le jugement de la juridiction de première instance ? (1 point)
25. Pour quelle raison la salariée est-elle d'avis qu'elle soit licenciée ? (2 points)
26. Quel est le jugement de la Cour d'appel? (1 point)
27. D'après la jurisprudence précédente, une entreprise a-t-elle le droit de licencier un salarié pour motif économique, même si sa situation est saine ? Justifiez. (1 point)
28. Quelles sont les conséquences d'un tel licenciement pour l'employeur ? (3 points)
29. Le droit du travail est « impératif » et « évolutif » ! Expliquez ces deux termes. (4 points)
30. Définissez le « contrat de mission ». Quelle est sa durée ? (3 points)

Thème 4

Marketing - Stratégies d'entreprises et choix mercatiques (27 points)

Trop sucré, polluant... les secrets de Coca-Cola pour faire pétiller ses ventes en dépit des attaques

ENQUÊTE - *Tout réussit à ce champion du marketing, qui a su engager une diversification à l'extrême de sa gamme. Mais la multinationale doit désormais amorcer des mutations face aux critiques sur ses boissons trop sucrées ou son recours massif au plastique pour ses packagings.*

Les JO 2024, accélérateurs de la transition écologique de la marque

Partout, le géant d'Atlanta poussera en effet ses marques à travers la distribution d'échantillons et l'installation de buvettes. C'est donc aussi un énorme défi logistique car, pour la première fois, l'entreprise s'est engagée à servir ses boissons en mode zéro déchet. Plutôt que de vendre ses Coca sans sucres, Fanta, Fuze Tea et autres boissons en canettes ou bouteilles jetables, stockées dans des frigos, la multinationale distribuera ses boissons dans des gobelets consignés, remplis à partir de fontaines à sa marque. Depuis deux ans, la firme travaille à adapter celles qui équipaient déjà, entre autres, les McDonald's pour les rendre compactes, mobiles et rapidement installables. «*Les Jeux olympiques sont un accélérateur de notre transformation : dans le périmètre de l'événement, nous allons mettre en œuvre dès 2024 nos engagements 2030 sur le zéro déchet*», se félicite Eric Desbonnets, vice-président opérations et développement durable pour Coca-Cola.

Invitée à une présentation de cette déferlante¹ d'initiatives, la ministre des Sports et des Jeux olympiques, Amélie Oudéa-Castéra, n'a pu que se féliciter de la démarche de l'entreprise, via quelques photos et un long message, publiés sur X (ex-Twitter). «*Ils concourent à l'ambition que portent ces Jeux, notamment mettre au point un modèle vertueux de distribution des boissons.*» [Il n'en fallait pas plus pour allumer la polémique](#). Avec près de 3 millions de vues, et plus de 800 commentaires, presque tous négatifs, Amélie Oudéa-Castéra s'est retrouvée au cœur d'un bad buzz telle une vulgaire influenceuse. D'autant qu'à peine deux jours plus tôt des médecins publiaient une tribune dans «Le Monde» pour dénoncer le «sponsoring toxique» des Jeux par la firme d'Atlanta. «*En échange d'un chèque, Coca-Cola va déployer sa stratégie marketing aboutissant à davantage de maladies*», regrettaient entre autres les docteurs Pierre-Vladimir Ennezat et Guillaume Sarre.

¹ ICI : une très grande masse

Plus de 4 milliards de dollars d'investissements publicitaires annuels

Position dominante sur les marchés, surproduction de déchets plastiques, excès de sucre dans ses recettes ou siphonnage des nappes phréatiques², la multinationale fait voir rouge bon nombre d'ONG, de militants associatifs ou d'autorités scientifiques. Mais on ne peut pas dire que cela ralentisse son business. La preuve : l'an passé, ses ventes mondiales ont progressé de 11%, pour atteindre 43 milliards de dollars. En nombre de caisses de bouteilles expédiées depuis ses usines, la firme a même fait le plus grand bond de ces dix dernières années, avec 1,4 milliard d'unités supplémentaires commercialisées en un an, soit 32,7 milliards de caisses à travers le monde.

En s'offrant le célèbre soda, point de déclassement donc, et l'assurance de mettre un peu de joie dans son quotidien. *«Coca représente le plaisir, or, dans un contexte de morosité³ ambiante, même si on doit faire des arbitrages sur les courses, on préserve la consommation reconfortante»*, rappelle Nicolas Léger, directeur des analyses chez NielsenIQ. Avec ses prix très accessibles, la firme a même bénéficié du report de certains achats plus coûteux, comme la bière... Mais la simple qualité de soda ne suffit pas à expliquer tous ces bons résultats. Pour preuve, alors que Coca-Cola, selon nos informations, parvient à séduire de nouveaux consommateurs et a vu ses ventes en volumes progresser de 1% sur les huit premiers mois de l'année, l'éternel rival Pepsi, lui, a décroché de presque 7% sur la même période.

Coca-Cola, un "marché du bonheur" ?

Plutôt qu'à ce breuvage, le succès de Coca-Cola tient donc beaucoup plus sûrement à son génie commercial. *«L'entreprise a quasiment posé toutes les bases du marketing, elle a compris avant les autres que le produit ne compte pas, qu'on vend un bénéfice client et une image»*, applaudit Benoît Heilbrunn, professeur de marketing à l'ESCP Business School. Voilà qui a valu à la marque de figurer dans des spots mettant en scène des ours qui chantent sur la banquise, des amis qui se retrouvent pour un match, ou un Père Noël entouré d'enfants... *«Coca-Cola a préempté⁴ le marché du bonheur»*, complète le spécialiste.

Pour décliner cette stratégie d'image, qui lui permet d'occuper année après année la tête du classement Interbrand des marques les plus puissantes de la grande conso, la multinationale met logiquement le paquet. Si le géant reste discret sur la répartition de ses investissements publicitaires, ils représenteraient de 10 à 12% de son chiffre d'affaires annuel, soit plus de 4 milliards de dollars par an. *«Ils ont une stratégie de conquête dominatrice du monde non seulement cohérente, mais aussi pleinement assumée, sans tabou»*, note Jean-Marc Liduena, directeur général de Circle, cabinet de conseil de directions générales.

Le hors-Coca-Cola représente 45% des volumes vendus par la firme en Europe

Depuis, le groupe a fait plus que tenir la promesse: il n'a cessé en effet de renforcer sa présence, en étoffant son portefeuille de marques, avec la reprise des jus de fruits Innocent en 2008, des cafés Costa et de Tropicana en 2018, et enfin des boissons sportives BodyArmor en 2021. *«Notre rôle, c'est d'apporter une offre de saveurs et de variétés pour chacun des huit moments de consommation de*

² Ici : le fait de vider les nappes d'eau souterraines

³ mélancolie

⁴ Traduction: beanspruchen (all.)

boisson par jour, avec ou sans sucre», détaille Mickaël Vinet. Des lancements maison sont également venus compléter la gamme. Et, même si tous n'ont pas été couronnés de succès – comme Honest ou Vitaminwater –, le hors-Coca-Cola pèse désormais 45% des volumes vendus par la firme en Europe. En France, c'est notamment le Fuze Tea qui cartonne, avec 300'000 nouveaux foyers acheteurs au premier semestre 2023.

La marque tente un positionnement plus responsable

Pour efficace qu'il soit, cet impressionnant rouleau compresseur marketing n'en a pas moins été obligé de corriger sa trajectoire depuis peu... histoire de répondre aux critiques, de plus en plus insistantes, sur le business Coca. Prenez l'exploitation des ressources en eau, indispensables pour fabriquer les boissons. Au Mexique, la marque a par exemple été accusée d'avoir vidé les nappes phréatiques et rendu l'eau du robinet plus chère que ses sodas. Tandis qu'en France, l'an passé, la firme a été dénoncée par le maire de Grigny (91) pour le pompage de la nappe se trouvant sous son usine. Bien que le forage de Coca-Cola, déclaré et renouvelé en préfecture depuis des années, soit légal, la marque a dû s'engager à se brancher désormais au robinet de la ville. Et ses cinq usines françaises se veulent désormais parmi les meilleures élèves du groupe sur le sujet. Classées dans le top 10 en matière d'économies, elles n'en consomment pas moins de 1,33 litre d'eau, en moyenne, pour produire 1 litre de Coca.

Mêmes contestations face à l'épidémie mondiale d'obésité, qui serait confortée par les divers breuvages du groupe, très riches en sucre. Alors que des taxes sur de telles boissons apparaissent, la firme a dû se résoudre à réorienter au plus vite son portefeuille, en remplaçant le sucre par des édulcorants (aspartame, stevia ou sucralose).

Vers une réduction des énergies fossiles

Mais, en tant que premier fabricant de bouteilles à usage unique dans le monde, la firme est surtout sommée de s'attaquer à son océan de plastique, qui la voit se classer, année après année, en tête des marques aux déchets les plus abandonnés dans la nature, selon l'organisation Break Free From Plastic. L'entreprise a donc décidé de réduire son recours aux énergies fossiles et pris une série d'engagements devant lui permettre d'atteindre le zéro émission nette de carbone d'ici 2040. En investissant 8,6 millions d'euros dès 2012 dans Infinéo, une usine de production de rPET (polytéréphtalate d'éthylène recyclé) montée en joint-venture avec Plastipak, la marque s'était offert une belle avance en France.

La fabrication de bouteilles à partir de plastique recyclé émet en effet 70% de gaz à effet de serre en moins que le recours au plastique vierge. Cela avait même permis à la firme, en 2016, de recevoir un prix du collectif «Réussir avec un marketing responsable

Foot ou JO, les événements sportifs sont le terrain de jeu préféré de la marque

Le partenariat entre Coca-Cola et les Jeux olympiques ne date pas d'hier. En débarquant, en même temps que la délégation américaine, des milliers de caisses de son soda pour l'édition de 1928 à Amsterdam, la firme a créé le principe d'une collaboration entre un événement rassembleur et une marque. Depuis, l'accord entre le comité d'organisation et le géant d'Atlanta a toujours été renouvelé, jusqu'à ces Jeux de Paris 2024, durant lesquels le groupe servira près de 18 millions de boissons. Coca-Cola, aussi partenaire de la Fifa, a pu promouvoir ses bouteilles lors de la Coupe du monde de football au Qatar en 2022, et de l'édition féminine en Australie, l'été dernier. En Amérique

latine la marque a ainsi envoyé des messages à ses fans pendant qu'ils regardaient les matchs. Les nutritionnistes dénoncent ce «sponsoring toxique» qui lie les valeurs du sport à un géant de la malbouffe. Sur le terrain, l'entreprise assure ne promouvoir que les versions sans sucre de ses boissons.

Texte modifié: [Angélique Vallez](#) Chef d'enquête Capital, publié le 02/12/2023

31. Quelles sont deux critiques que doit assumer Coca-Cola ? Détaillez comment Coca-Cola affronte ces problèmes lors des Jeux Olympiques. (4 points)
32. Définissez : « concurrence directe ». Qui est le concurrent direct de Coca-Cola ? Comment a évolué leur chiffre d'affaires ? (6 points)
33. Quelle stratégie marketing l'entreprise Coca-Cola utilise-t-elle ? Expliquez. (5 points)
34. La politique de communication de Coca-Cola
 - a. Quelles sont les formes de communication marketing que Coca-Cola utilise ? Justifiez. (4 points)
 - b. À combien s'élèvent ses dépenses publicitaires ? (1 point)
 - c. Quel est le message principal de cette communication ? (1 point)
35. Pourquoi une entreprise doit-elle poursuivre à côté des objectifs économiques des objectifs non économiques ? Quels sont ces objectifs non économiques pour Coca-Cola ? Expliquez. (6 points)

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES – Sessions 2024

QUESTIONNAIRE

<i>Date :</i>	07.06.24	<i>Horaire :</i>	08:15 - 11:15	<i>Durée :</i>	180 minutes
<i>Discipline :</i>	ECOGÉ	<i>Type :</i>	écrit	<i>Section(s) :</i>	GCC / GCG / GCGSL / GCG_ANGDF
					<i>Numéro du candidat :</i>

Réponses du candidat

Thème 1 : Aspects juridiques de l'entreprise	29
Thème 2 : Financement de l'entreprise	40
Thème 3 : Droit du travail	24
Thème 4 : Stratégies d'entreprises et choix mercatiques	27
Total	120

Calcul des points :

Le total des points obtenus par le candidat, calculé sur 120 points, est à diviser par 2 pour obtenir une note sur 60 points.

Feuilles à remplir :

Le candidat doit noter toutes ses réponses sur les feuilles à remplir. Il est essentiel que le candidat mette son numéro de candidat sur chaque feuille.

Annexe :

Informations à disposition des élèves pour l'examen de fin d'études secondaires générales.

Thème 1
Aspects juridiques de la création d'entreprise
(29 points)

1. Énumérez et expliquez les différentes conditions pour obtenir l'autorisation d'établissement en tant que commerçant ! Est-ce que Roger dispose des qualifications nécessaires ? Expliquez.
(4 points)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Quelle forme juridique proposeriez-vous à Roger et ses amis ? Expliquez. (3 points)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Les trois amis décident de créer une Srl Roger sera nommé gérant. Quel sera son statut sachant que l'autorisation d'établissement est établie à son nom ? Justifiez votre réponse.
(2 points)

.....

.....

.....

.....

.....

4. Expliquez en détail le traitement fiscal du bénéfice réalisé par la société « Happy Dog ». (5 points)

5. Quel sera l'organe compétent pour prendre ces décisions ? Précisez les conditions requises pour que les propositions soient acceptées.

- Garde de chiens (3 points)

- Augmentation de capital (2 points)

6. Carrie veut vendre ses parts à Tim, qui est un ami d'enfance des trois. Roger est d'accord, mais Pit s'y oppose. Est-ce que Carrie aura le droit de vendre ses parts à Tim ? (2 points)

.....

.....

.....

.....

.....

7. Pit veut se marier avec Pascale, une amie de longue date. Enumérez et expliquez brièvement les différents régimes matrimoniaux qui existent. (6 points)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. Est-ce que le choix du contrat de mariage est dans ce cas précis important pour le couple ? Si oui, quel régime conseillerez-vous au couple ? Expliquez. (2 points)

.....

.....

.....

.....

.....

Thème 2

Financement de l'entreprise

(40 points)

Remarques préliminaires :

- Arrondissez tous vos calculs à deux décimales, sauf indication contraire. Pour le calcul du taux d'intérêt, utilisez la valeur exacte.
- Le taux de TVA est de 17 %.
- Le taux d'imposition est de 30 %.

9. Calculez le BFR. (1 point)

10. Enumérez 4 moyens pour réduire le BFR (4 points)

12. Dans l'hypothèse normale, le projet sera-t-il accepté par les banquiers ? Justifiez votre réponse. Basez votre réponse sur le ratio d'indépendance financière. (2 points)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

13. Déterminez le montant du crédit d'équipement mis à disposition de « JOLLY NICHE ». (1 point)

.....

.....

.....

.....

14. Présentez les 4 premières lignes et les deux dernières lignes du tableau d'amortissement de ce crédit. (6 points)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

17. Calculez la capacité d'autofinancement. (3 points)

.....

.....

.....

18. Présentez le tableau de financement en tenant compte de toutes les informations acquises depuis le dernier tableau. (4 points)

19. L'investissement est-il rentable au taux de 6% ? (6 points)

.....

.....

.....

.....

.....

20. Calculez la VAN, dans les mêmes conditions, mais en supposant que la valeur brute de récupération, au bout de la 5^e année est de 2.500€ et sachant que la plus-value est imposée à 30%. (2 points)

.....

.....

.....

.....

Thème 3
Droit du travail
(24 points)

21. Précisez le motif de licenciement dans le cas ci-dessus. Définissez-le et précisez la particularité importante de ce type de licenciement. (4 points)

.....

.....

22. Pour quelle(s) raison(s) est-ce que la société rompt le contrat de travail ? (3 points)

23. Pourquoi l'entreprise rompt-elle le contrat de travail précisément avec cette salariée ? (2 points)

24. Quel est le jugement de la juridiction de première instance ? (1 point)

25. Pour quelle raison la salariée est-elle d'avis qu'elle soit licenciée ? (2 points)

26. Quel est le jugement de la Cour d'appel? (1 point)

27. D'après la jurisprudence précédente, une entreprise a-t-elle le droit de licencier un salarié pour motif économique, même si sa situation est saine ? Justifiez. (1 point)

28. Quelles sont les conséquences d'un tel licenciement pour l'employeur ? (3 points)

29. Le droit du travail est « impératif » et « évolutif » ! Expliquez ces deux termes. (4 points)

30. Définissez le « contrat de mission ». Quelle est sa durée ? (3 points)

Thème 4
Marketing - Stratégies d'entreprises et choix mercatiques
(27 points)

31. Quelles sont deux critiques que doit assumer Coca-Cola ? Détaillez comment Coca-Cola affronte ces problèmes lors des Jeux Olympiques. (4 points)

[illegible]

32. Définissez : « concurrence directe ». Qui est le concurrent direct de Coca-Cola ? Comment a évolué leur chiffre d'affaires ? (6 points)

This image shows a blank sheet of white paper with ten horizontal dashed lines, typical of primary-ruled notebook paper. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

33. Quelle stratégie marketing l'entreprise Coca-Cola utilise-t-elle ? Expliquez. (5 points)

34. La politique de communication de Coca-Cola

- a. Quelles sont les formes de communication marketing que Coca-Cola utilise ? Justifiez. (4 points)
- b. À combien s'élèvent ses dépenses publicitaires ? (1 point)
- c. Quel est le message principal de cette communication ? (1 point)

35. Pourquoi une entreprise doit-elle poursuivre à côté des objectifs économiques des objectifs non économiques ? Quels sont ces objectifs non économiques pour Coca-Cola ? Expliquez. (6 points)