

***Question de gestion***

***3.1. Les organisations peuvent‐elles s’affranchir des questions de société ́ ?***

**Attendus et éléments de correction**

*La monographie de l’entreprise O’tera[[1]](#footnote-1) est associée à un parcours de questionnement dont il convient de préciser les attendus.*

Quatre éléments constituent ces attendus :

* les intentions exprimées par la ou les capacité(s) visée(s) du programme ;
* les notions que les élèves construisent ou mobilisent ;
* les informations qu’ils peuvent objectivement repérer dans les annexes ou ressources mobilisées ;
* des éléments d’argumentation, qui prennent appui sur les informations repérées et les notions des programmes (de première et de terminale). Dans certains cas l’argumentation met en évidence les tensions organisationnelles et les arbitrages qui en découlent.

Selon la nature de la question, il n’y a pas forcément une argumentation attendue : si la question est formulée à partir des verbes « identifier » ou « repérer », l’attendu porte sur un repérage des informations. Dans ce cas les éléments d’argumentation ne sont pas présents. La structuration de l’information repérée constitue cependant une première étape vers l’argumentation.

Ce repérage peut être suivi de questions valorisant une analyse, une argumentation formulée par les verbes « montrer » ou encore « commenter ». Cette analyse peut aussi être conduite oralement par l’enseignant, dans le cas où ce prolongement n’existe pas dans les questions proposées.

*La prise en compte de ces différents éléments est à adapter en fonction de la place de la monographie dans la stratégie pédagogique mise en place avec les élèves. Par ailleurs, rappelons que ‐ par la référence à un programme de management, sciences de gestion et numérique ‐ la solution unique n’existe pas, mais que les propositions, si elles peuvent être diverses, nécessitent d’être argumentées.*

**1) O’tera évoque régulièrement l’idée de poursuivre le développement de son réseau sous forme de franchises. Montrer les avantages pour ces partenaires potentiels des principes de normalisation comptable.**

***Intentions :*** l’élève est capable de préciser les enjeux éthiques de l’activité d’une organisation, d’une entreprise.

 ***Notions :***principes de normalisation comptable et information financière, transparence des pratiques

***Repérage des informations :*** Le plan de compte de l’entreprise a été adapté afin de calculer des indicateurs de rentabilité par centre de profit : comptes du rayon fruits et légumes des GMS pour 100 euros de chiffres d’affaires.

Par ailleurs, le chiffre d’affaires, la valeur ajoutée (et la VA par salarié), l’EBE (et le ratio de profitabilité EBE / CA) et le résultat net sont des indicateurs importants pour mesurer les performances financières d’un magasin O’Tera.

***Éléments d’argumentation :*** Les principes de normalisation comptable (image fidèle, continuité d’exploitation, prudence, permanence des méthodes, indépendances des exercices notamment) ont pour objectif de garantir la fidélité de l’image donnée par les comptes financiers, d’apporter une meilleure compréhension des comptes publiés, mais également de pouvoir comparer les informations comptables dans le temps et entre entreprises en garantissant qu’ils ont été construits avec des normes identiques. Ils contribuent ainsi à une information fiable et transparente.

Cette normalisation permettra aux partenaires potentiels de connaître précisément les performances financières des magasins O’tera, d’évaluer par exemple leur rentabilité et leur profitabilité, de les comparer à d’autres entreprises du secteur et d’estimer alors les gains potentiels à devenir franchisés. La décision de devenir un magasin franchisé ou non sera ainsi basée sur une image fidèle de l’entreprise, en comparant par exemple ces gains estimés et les redevances à verser dans le cadre d’un contrat de franchise.

*Remarque. Les données financières sont ici globales à l’ensemble des magasins et peu exploitables pour répondre à la question. Il faudrait disposer de données financières par établissement.*

**2) Repérer les éléments sur lesquels s’appuient les associations et les syndicats qui remettent en cause la sincérité de la démarche O’tera (notion de *local washing*).**

***Intentions*** *:*l’élève est capable de préciser les enjeux éthiques de l’activité d’une organisation, d’une entreprise.

***Notion :***éthique dans les affaires

 ***Repérage des informations[[2]](#footnote-2)*** : La sincérité de la démarche est principalement remise en cause par la Confédération paysanne, un syndicat agricole représentatif, représentant 20 % des votes aux élections aux chambres d’agriculture en 2019, opposé au syndicat majoritaire (55 % des votes) la FNSEA (fédération nationale des syndicats exploitants agricoles). Ces critiques ont également été relayées par des associations proches des mouvements écologiques, altermondialistes et alternatifs (association Reporterre par exemple).

Les critiques portent sur points principaux :

* une confusion entretenue autour de l’ambiguïté du concept, qui profite de l’image de « la ferme », alors qu’O’tera est un distributeur. Ces critiques étaient encore plus vives quand O’tera du Sart s’appelait initialement « La Ferme du Sart » ;
* une image de marque qui s’appuie sur le terroir et les produits locaux, alors que ceux‐ci ne représentent que 50 à 60% de l’offre totale ;
* des liens avec la famille Mulliez, propriétaire d’Auchan, qui font craindre que les bonnes pratiques initiales dérivent de plus en plus vers les pratiques parfois agressives de la grande distribution.

Cette ambiguïté autour du concept pose, selon les détracteurs d’O’tera, des questions d’ordre éthique, et entraînerait une concurrence déloyale vis‐à‐vis des magasins de producteurs locaux. Il y aurait donc une tension entre une image que veut mettre en avant O’tera et la manière dont elle est perçue par différents acteurs locaux.

*Éléments d’argumentation possible mais non demandés autour de l’utilisation (ou non) de l’image « local » à des fins commerciales, en particulier dans la grande distribution.*

**3) Identifier les solutions que l’entreprise met en avant face à ces critiques.**

***Intentions :*** l’élève est capable de préciser les enjeux éthiques de l’activité d’une organisation, d’une entreprise.

***Notion :***éthique dans les affaires

***Repérage des informations (en réponse aux éléments repérés précédemment)***

Face à ces critiques, l’entreprise cherche à mettre en place une démarche la plus transparente possible :

* vis‐à‐vis de clients : l’origine des produits est clairement affichée et les prix sont transparents. Le partage entre produits locaux et non locaux est assumé et permet de répondre à une demande des clients ;
* vis‐à‐vis des producteurs : les négociations des prix sont transparentes et stables sur l’année. Une convention est également en vigueur avec la chambre régionale d’agriculture, pour offrir des débouchés aux agriculteurs de la région.
* vis‐à‐vis du grand public : des capsules vidéo explicitent en détail le concept de l’enseigne. O’tera a réaffirmé également qu’aucun lien juridique n’existe entre elle et la famille Mulliez.
1. Cette monographie est disponible sur le site eduscol à la page https://eduscol.education.fr/cid144117/stmg‐bac‐2021.html [↑](#footnote-ref-1)
2. La réponse à la question posée s’effectue par repérage des informations. Elle permet de préparer le traitement de la question suivante. [↑](#footnote-ref-2)