**L’ENTREPRISE MARTINO**

L’entreprise Martino a été fondée en 1885 par Georges Martino qui entreprit à l'époque de se lancer dans la fabrication de vinaigre. Son fils Pierre lui a succédé, mais c'est en 1976 que son petit-fils Philippe a donné un second souffle à la maison Martino, en se lançant dans la fabrication de vinaigrettes, sauces et mayonnaises, tout en relançant la fabrication de moutardes.

Il crée en 2003, ce qui deviendra son produit phare la vinaigrette biphasée sans épaississants, conservateurs ou colorants. Une vinaigrette où l’huile est séparée du vinaigre, de la moutarde et des épices.

En 2004, c’est la famille Verger qui rachète l’affaire.Gaël Verger, l’actuel directeur reste attaché à la devise des débuts : **« la qualité par le naturel ».** Cette société anonyme basée en Haute-Vienne emploie actuellement 48 salariés. Du personnel intérimaire est également employé en nombre et fréquence variable.

Chaque produit (moutarde, vinaigrette,…) de l’entreprise MARTINO FILS se décline dans une gamme très variée

* Moutardes : Dijon, entière au vinaigre de cidre, estragon, citron, miel, poivre vert, moût de raisin, noix, pointes d'orties, douce aux aromates. Lancement en 2018 d'une moutarde de Dijon bio avec des graines bio françaises.
* Vinaigres : vin rouge, cidre, balsamique, xérès
* Sauces : mayonnaises, dijonnaise
* Vinaigrettes : agrumes frais, échalotes, vinaigre balsamique, bouquet de pommes

L’entreprise commercialise ses produits sous sa propre marque « Martino ». Mais, la majorité de sa production (60%) se destine aux marques des distributeurs. Aujourd'hui, la société Martino exporte au Japon, en Nouvelle Zélande, en Australie… Au total, elle travaille avec 30 pays différents.  Son chiffre d’affaires, en progression constante s’élevait à 16 millions d’euros en 2018 et son bénéfice est estimé à 750 000 €.

Par jour, 15 à 25 000 moutardes, 30 à 50 000 vinaigrettes sont fabriquées chez Martino, sans compter les mayonnaises et les autres sauces. Martino externalise l’activité du transport de marchandises, en passant par différents transporteurs tels que : Bernis, Delanchy, TFE, Kuehne nagel, Easydis, Jammet, transport VLD…

Depuis 1990 l’usine fabrique des produits bio de qualité sous la marque Martino. Sa production est certifiée Ecocert et elle est adhérente du réseau InterBio Nouvelle Aquitaine. Elle bénéficie également des certifications IFS (pour l’Allemagne, la France, l’Espagne, l’Italie…) et BRC (pour l’Angleterre) qui correspondent à des normes de sécurité dans le secteur de l’alimentaire.

Dans un souci du respect de l’environnement, l’usine est couplée à une station d’épuration dédiée au traitement des eaux usées et 87 % des déchets sont triés. Au-delà de l’environnement, la production locale est privilégiée afin d’assurer une qualité de produits fabriqués entièrement en Limousin. 125 pommiers ont été planté pour les 125 ans de la société en novembre 2010

La société dispose de son propre laboratoire de R&D et collabore avec des grands chefs**.** Chaque année, Martino investit, invente, conçoit de nouveaux projets. En 2019, Gaël Verger vise la création d’une vinaigrette à la sauce soja. Elle souhaite aussi développer ses produits biologiques, comme sa moutarde bio 100% limousine récemment mise au point grâce à un partenariat avec des agriculteurs bio de la Creuse qui cultivent la graine de moutarde, comme cela se faisait au 19è siècle en Limousin. 150 tonnes de graines de moutarde bio sont ainsi obtenues ce qui évite à la société de s’approvisionner auprès de fournisseurs bio canadiens comme elle le faisait auparavant.

En 2010, la production de moutarde s’élevait à 645 tonnes, la production de vinaigrettes à 2 050 tonnes, celle de vinaigre à 605 000 litres et celle de sauces à 375 tonnes. Pour faire face à la demande de sa clientèle, la société MARTINO FILS souhaite procéder à une extension de son usine de production et mettre en place 3 lignes de conditionnement supplémentaires. Afin de rationaliser sa production (fabrication de flacons sur place) elle veut investir dans une souffleuse de bouteilles en matières plastiques (capacité 9000 bouteilles/heure).

Au sein de l’entreprise Martino, il y a un comité de direction qui se réunit avec les responsables des différentes fonctions (Achat, R&D…) 2 fois par mois pour évoquer les formations, les investissements… La société Martino souhaite désormais adhérer au réseau LED (Lien Entreprises Durables) pour être soutenus, accompagnés dans les démarches internes en direction du développement durable.

Grâce à tous ces défis, la structure entend embaucher et agrandir son équipe. Elle devrait accueillir environ 4 personnes cette année dont un ingénieur en agro-alimentaire pour renforcer son équipe R&D.

**Mission 1 : Intégration de l’entreprise dans son environnement (Annexes 1 et 2)**

1. **Identifiez** les finalités économiques, sociales et sociétales de la société Martino et **montrez** leur complémentarité.
2. **Caractérisez** les parties prenantes de l’entreprise Martino et **précisez** leurs attentes.

Dans le cadre du projet d’extension de son usine de production, la société Martino va devoir procéder à de lourds investissements.

1. **Repérez** l’impact du niveau des taux d’intérêt sur les décisions de financement de l’investissement envisagé par l’entreprise.

**Mission 2 : Adaptation de l’entreprise au marché du travail (Annexes 3 à 8)**

1. **Décrivez** les principales tendances du marché de l’emploi d’ingénieur-e dans l’agro-alimentaire.

1. **Appréciez** la validité de la clause contenue dans l’article 5 du contrat de travail du nouvel ingénieur.

**Mission 3 : Justification des décisions de l’entreprise (Annexes 9 à 14)**

1. **Repérez** les principaux éléments du macro-environnement de l’entreprise.

1. **Justifiez** l’existence de la clause d’indexation figurant dans le contrat d’approvisionnement prévu avec le fournisseur de soja.
2. **Évaluez** l’opportunité pour l’entreprise du projet de lancement d’une vinaigrette au soja.

# ANNEXES

# Annexe 1 : Bilan social de l’entreprise Martino

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre de salariés au** **31 12 2018 et répartition par sexe** | **Répartition des salariés selon les catégories professionnelles** | **Types de contrat** | **Taux de turn over\*** | **Taux d’absentéisme**  | **Accidents du travail**  | **Part de la masse salariale consacrée à la formation**  |
| 48 salariés(35% de femmes et65% d’hommes) | 17% de cadres (ingénieurs)55 % d’ouvriers25 % d’employés3% agents de maîtrise | 80% en CDI20% en CDD et en interim | 5 % en global.. | 3% | 2 accidents sur les 5 dernières années | 10% |

# Annexe 2 : Les taux directeurs des banques centrales

# *https://www.bforbank.com/*

# Les taux directeurs sont les taux d'intérêt à court terme fixés par les banques centrales […]. Ces dernières les utilisent pour piloter leur politique monétaire et par conséquent contrôler la masse monétaire et réguler l'activité économique de leur pays.

# […] Pour mener à bien leurs missions, les banques centrales utilisent différents taux d'intérêt qu'elles fixent librement.

# Parmi ces taux, le taux de refinancement représente le prix auquel les banques commerciales achètent leurs liquidités afin de faire crédit aux ménages et aux entreprises. Les mouvements des taux directeurs des banques centrales ont donc une incidence directe sur la masse monétaire en circulation et de fait sur l'activité économique de leur pays. […]

# Depuis le 10/03/2016, le taux de refinancement dans la zone euro est de 0,000 %.

# Annexe 3 : : Industrie agroalimentaire : les secteurs et les régions qui recrutent

*Par Rozenn Perrichot | Publié le 18/01/2017 - Mis à jour le 09/10/2017 https://www.regionsjob.com/actualites/emploi-agroalimentaire-entreprises-secteurs-recrutement.html*

Le secteur agroalimentaire est un pilier incontournable de l’économie française, tant en termes d’emplois, de chiffre d’affaires, que de présence de ses entreprises sur le territoire. […]

L’industrie agroalimentaire regroupe l’ensemble des entreprises qui transforment les produits agricoles bruts en produits plus ou moins transformés, destinés à d’autres entreprises ou à la grande distribution puis au consommateur. Très diversifié, ce secteur recouvre plusieurs familles d’activités, elles-mêmes subdivisées en de nombreux domaines : l’industrie de la viande, l’industrie laitière, le secteur des conserves, produits surgelés, fruits et légumes, le secteur des produits à base de céréales, le secteur des huiles, l’industrie sucrière, les produits alimentaires divers (chocolat, café, épices, condiments), le secteur des boissons et alcools, éventuellement les agro-carburants.

Deuxième employeur industriel en France, derrière l’industrie de la mécanique, le secteur de l’agroalimentaire représentait 440 926 emplois fin 2015 selon les chiffres de l’Insee. Des salariés qui sont en activité dans l’une des 17 600 entreprises du secteur. Et en termes d'entreprises, le secteur des industries agroalimentaires est vaste ! Si dans l'imaginaire collectif, l'agroalimentaire renvoie spontanément aux grands groupes dont les produits garnissent les rayons de nos supermarchés, on oublie souvent une caractéristique de ce secteur : son ancrage sur le territoire. Composé à 98% de petites, voire de très petites structures ((76% et 22%), l'agroalimentaire crée de l’activité un peu partout en France, en zones urbaines et rurale, contribuant largement à la vitalité de ces dernières. Mais ce sont les moyennes (de 10 à 249 salariés) et grandes entreprises (plus de 250 salariés) qui concentrent l’emploi et la valeur ajoutée. […]

# Annexe 4 : Secteur agroalimentaire : quelles évolutions ?

*https://www.adeis-rh.com/ma/actualites/secteur-agroalimentaire-quelles-evolutions.php 20 mai 2019*

Le secteur agroalimentaire ou l’industrie agroalimentaire (IAA) regroupe toutes les activités industrielles permettant la transformation des matières premières provenant de l’agriculture, de l’élevage et de la pêche en produits alimentaires. [….]

[…] Le secteur agroalimentaire est le secteur industriel français réalisant le plus de chiffre d’affaires. C’est également le premier en termes de masse salariale. Il comptabilise à lui seul plus de **425 000 employés** dans notre pays en 2016.

Les trois familles de produits qui emploient le plus d’effectifs sont l’industrie de la viande (avec près d’1/4 des effectifs), l’industrie des produits laitiers et l’industrie de produits à base de céréales. L’agroalimentaire est une activité qui, économiquement, se porte bien. Son chiffre d’affaire global en 2017 a augmenté de 3,9 %, atteignant les 180 milliards d’euros.

Cette industrie est principalement organisée en PME ou TPE. Ces petites et très petites entreprises représentent à elles seules 98 % des entreprises du secteur, soit 17 647 sociétés. Les grands groupes sont donc largement minoritaires […]

La France est la deuxième industrie agroalimentaire d’Europe après l’Allemagne et le quatrième pays exportateur au niveau mondial. Ce domaine est aussi très innovant. Il obtient le taux le plus élevé en matière d’innovation (20 %). La forte concurrence, la robotisation mais aussi les phénomènes tels que la foodtech, les biotechnologies et la tendance actuelle de consommation plus écologique et durable pousse le secteur à se transformer.

###  **Les nouveaux enjeux professionnels du secteur agroalimentaire**

Dans un univers en pleine évolution, le secteur agroalimentaire s’adapte et se transforme. Les personnes qui travaillent dans ce domaine doivent faire face à de nombreux changements. Les nouvelles technologies (numérisation, intelligence artificielle, robotisation), les nouveaux systèmes d’organisation (entreprises libérées, chief happiness officer, etc.) mais aussi les nouvelles pratiques managériales (méthode agile, collaboration, etc.) bousculent les habitudes de ces professionnels.

Ils doivent composer avec de nouvelles organisations, intégrer de nouvelles méthodes de travail, s’approprier le fonctionnement de nouvelles machines toujours plus innovantes. Mais ce n’est pas tout, le secteur se transforme également pour répondre aux nouvelles demandes des consommateurs. Bio, végan, circuits courts, faits-maison, digital : ils doivent prendre en compte tous ces phénomènes sociaux afin de proposer de nouveaux produits adaptés.

Les enjeux dans le secteur sont grands. Ils sont en plein mouvement. Pour y répondre, les entreprises doivent adopter de nouvelles stratégies et se réorganiser. Elles ont pour cela besoin de nouvelles compétences et de diversifier leurs acteurs en interne. […]

# Annexe 5 : Ingénieur en Agroalimentaire

***20 Décembre 2012 |*** [***Romain Proton***](https://plus.google.com/102359279204453582841?rel=author)  ***https://www.ingenieurs.com***

## Le métier d'ingénieur agroalimentaire

**Premier secteur industriel,** l’agroalimentaire est très porteur en France. Le rôle de l’ingénieur agroalimentaire est de **superviser toute la chaîne, il gère la transformation des biens agricoles en produits destinés à la consommation** : biscuits, plats cuisinés, confiseries, huiles, produits laitiers, boissons… Son rôle est également de proposer et de concevoir de nouveaux aliments. Le métier d'ingénieur agroalimentaire possède un **rôle stratégique clé**, dans un marché où innovation et marketing, mais aussi gestion des risques, jouent désormais un rôle prépondérant.

## Les missions d'un ingénieur en poste

Quel que soit le type de produit fabriqué, l’ingénieur agroalimentaire intervient à différents niveaux de la production, sous des titres divers. En amont, l’ingénieur en **recherche et développement** concocte de nouveaux produits suivant les désirs du service marketing. Une fois le processus de conception validé, l’ingénieur de **fabrication** prend le relais, afin d’organiser la production de la manière la plus rapide et efficace, tout en veillant au **respect des procédés**.

L**'ingénieur acheteur, quant à lui, sélectionne les fournisseurs et négocie les prix**, tandis que l’ingénieur chef de produit s’occupe du plan marketing et, plus globalement, de la stratégie de croissance et de développement de l'entreprise. Dans toutes ces fonctions, la prise en compte des enjeux du développement durable, de l’hygiène et de la santé, est incontournable.

# Annexe 6 : extrait du contrat de travail de Pierre CHAMPEAU, le nouvel ingénieur

**Article 5 :**

« En cas de résiliation du présent contrat pour quelque cause que ce soit, il vous est interdit, pendant une durée de deux ans, à partir de la cessation de votre contrat, de créer ou d'acquérir une entreprise concurrente, de vous intéresser directement ou indirectement à une telle entreprise, de lui apporter votre travail ou votre concours pour les produits et accessoires se rapportant à l'activité de la société Martino. L'application de cette clause se limite à la région Nouvelle Aquitaine et Auvergne Rhône-Alpes. L'interdiction est justifiée par la nécessité de protéger les intérêts de la société Martino et notamment son savoir-faire et ses innovations. En contrepartie de cette interdiction, vous percevrez une indemnité compensatrice d'un montant global égal à 50 euros ».

# Annexe 7 : conditions de validité d’une clause de non concurrence

La clause de non-concurrence interdit au salarié d’exercer une activité concurrente à celle de son employeur, pour son propre compte ou pour un tiers. Elle doit respecter des conditions cumulatives :

⮊ être indispensable à la protection des intérêts légitimes de l’entreprise ;

⮊ être limitée dans le temps et dans l’espace ;

⮊ tenir compte des spécificités de l’emploi du salarié ;

⮊comporter une contrepartie financière au profit du salarié.

**Annexe 8 :** **Cour de cassation, Chambre sociale, du 15 novembre 2006**

Attendu que M. X..., engagé le 2 juillet 1989 par la société Monier, aux droits de laquelle vient la société Comasud, employé en dernier lieu comme agent technico-commercial, a démissionné le 30 novembre 2002 ; que son contrat de travail contenait une clause de non-concurrence, lui interdisant d'exercer directement ou indirectement une activité susceptible de concurrencer la société, pendant deux ans, et dans le département ainsi que dans trois départements limitrophes et prévoyant la perception d'une indemnité spéciale à la fin de la durée de non concurrence, "égale à un dixième du salaire brut perçu au mois de janvier de la dernière année d'activité au sein de la société, durant le nombre de mois composant la période de non-concurrence" ; que contestant la validité de cette clause, il a saisi la juridiction prud'homale ; que la cour d'appel a fait droit à sa demande en décidant que la contrepartie financière prévue au contrat qui ne s'élevait qu'à l'équivalent de 2,4 mois de salaire pour une durée d'exécution de la clause de non-concurrence de 24 mois était dérisoire, eu égard aux importantes restrictions auxquelles était soumis le salarié, disproportionnées par rapport à l'indemnité mensuelle qui devait en être la contrepartie ; [...]

Attendu que la société Comasud fait grief à l'arrêt attaqué (Grenoble, 28 juin 2004), d'avoir déclaré illicite la clause de non-concurrence et de l'avoir condamnée à verser au salarié diverses sommes [...]

Mais attendu qu'une contrepartie financière dérisoire à la clause de non-concurrence contenue dans un contrat de travail équivaut à une absence de contrepartie ;

PAR CES MOTIFS : REJETTE le pourvoi ; [...]

*Source :* [*http://www.legifrance.fr*](http://www.legifrance.fr)

# Annexe 9 : Assaisonnements et condiments : simplicité et écoresponsabilité s'invitent au menu

*ARMAND CHAUVEL |* [*https://www.lsa-conso.fr/simplicite-et-ecoresponsabilite-s-invitent-au-menu,331226*](https://www.lsa-conso.fr/simplicite-et-ecoresponsabilite-s-invitent-au-menu%2C331226) *Publié le 30/10/2019*

Sur ce marché, la recherche perpétuelle de nouvelles saveurs s’accompagne d’initiatives pour simplifier les gestes et proposer des produits de plus en plus écoresponsables. […]

|  |
| --- |
| *Ce qu’il faut retenir** *Le* [*bio*](https://www.lsa-conso.fr/bio-responsable/produits-biologiques/) *progresse et pèse même jusqu’à un quart du chiffre d’affaires des huiles d’olive*
* *La « dosabilité » devient un atout majeur*
* *Le 100 % français cohabite avec la valorisation d’origines prestigieuses*

*Chiffres** *2,08 Mrds € : le chiffre d’affaires des assaisonnements et condiments, à + 1,5 %*
* *- 0,9 % : l’évolution en volume*
* *+ 2,4 % : l’évolution des prix*

Source : [*Iri*](https://www.lsa-conso.fr/symphony-iri-group-inc/iri/), CAM au 30.06.2019, tous circuits |

# Annexe 10 : Marché des Sauces, vinaigrettes et Condiments 2019

## La popularité croissante des cuisines exotiques et internationales devrait stimuler la croissance du marché des Sauces, des vinaigrettes et des Condiments au cours des prochaines années

[*orbis*](https://tribuneoccitanie.com/author/orbis/) *octobre 28, 2019 https://tribuneoccitanie.com /*

L’étude” Global Sauces, dressings and condiments Market Size 2018 by Type (Sauces, Dressings, Condiments, sirops & Spreads, assaisonnements, etc.); by Application (Commercial, Household); by Region and Forecast 2019 to 2025 ” présente un aperçu détaillé des estimations historiques, actuelles et prévues du marché.

Le marché mondial des sauces, des vinaigrettes et des condiments était évalué à 131,82 milliards USD en 2018 et devrait augmenter à un TCAC sain de 4,2% au cours de la période de prévision. En termes de volume (consommation), on estime que la demande augmentera d’environ 1,3 x fois au cours de la période de prévision. […]

Auparavant, les condiments étaient référés pour des aliments en conserve ou des aliments marinés. Mais aujourd’hui condiments sont mentionnés pour la variété d’ingrédients alimentaires, y compris les Herbes, Assaisonnements, sauces, vinaigrettes, arômes…. Ces ingrédients améliorer le goût et l’arôme des produits alimentaires, grâce à laquelle ils sont facilement adoptés par les consommateurs. Outre l’amélioration de la saveur, ces ingrédients présentent également des propriétés médicinales en raison desquelles ils sont généralement considérés comme sains pour la consommation.

Les Sauces, les vinaigrettes et les condiments sont largement consommés dans le monde entier et devraient continuer de croître en raison de leur forte demande pour rehausser le goût des plats. Bien que les sauces, les vinaigrettes et les condiments forment une industrie mûre, la popularité croissante des cuisines exotiques et internationales a ouvert de nouvelles voies de croissance sur le marché. […] On prévoit que le désir croissant des consommateurs d’essayer et d’adopter de nouveaux plats de différentes cultures augmentera les ventes de produits exotiques sur le marché. Toutefois, la hausse des prix de détail attribuable à la hausse des prix des matières premières et au resserrement du contrôle réglementaire devrait modérément freiner la croissance du marché au cours de la période de prévision.

[…] L’innovation en matière de produits est l’une des principales stratégies adoptées par les fabricants afin de gagner en popularité auprès de leurs concurrents.

# Annexe 11 : Les nouvelles huiles et vinaigres épicent le marché des condiments

*Par Guillaume Roussange https://www.lesechos.fr -1003934 Publié le 26 mars 2019*

Trois cuillères de vinaigre, deux et demie d'huile, une dose de moutarde, du sel, un tour de moulin à poivre… Rien de plus basique, a priori, que la recette de la vinaigrette. Sauf qu'au pays de Ducasse et de Robuchon, la simplicité culinaire semble bien avoir vécu. « Il suffit d'ouvrir un placard d'une cuisine contemporaine pour constater l'engouement des Français pour des vinaigres originaux », sourit Valéry Brabant, directeur général du groupe Charbonneaux Brabant, célèbre pour sa moutarde de Reims.

Les chiffres confirment les observations du dirigeant. Selon IRI, le spécialiste de l'analyse des produits de grande consommation, le marché des condiments affiche une progression de 1,4 % sur un an (chiffres à fin janvier 2019), soit un marché global d'un peu plus de 2 milliards d'euros ! Parmi les plus fortes croissances : les cornichons, dont les ventes ont poussé de 3 %, devant les vinaigres, en hausse de 2,7 % avec 150 millions d'euros de ventes environ. Dans cette catégorie, les vinaigres fins, balsamiques, de cidre, de vins vieux ou à l'estragon, pèsent avec 102 millions d'euros, les deux tiers du marché, loin devant les produits « ordinaires ».

### **Nouveaux entrants**

Faut-il en conclure que ce condiment, déjà utilisé par les Babyloniens il y a 5.000 ans, n'échappe pas à la soif du consommateur pour des produits originaux, si ce n'est locaux ou bio ? C'est en tout cas ce que laissent penser les nouvelles stratégies des industriels. Confrontés à de nouveaux acteurs - à l'image du vigneron audois Cyril Codina, connu pour ses créations originales -, les marques traditionnelles s'adaptent.

En Alsace, la vinaigrerie Melfor a sauté le pas en lançant, au printemps 2018, son premier vinaigre bio. Charbonneaux Brabant a lui aussi annoncé qu'il comptait se tourner rapidement vers les 100 % français et le sans sulfites, une fois les investissements industriels nécessaires réalisés. En attendant, il multiplie les idées originales, les vinaigres de sa filiale Clovis s'aromatisant désormais à la truffe, au miel et même à la pulpe de mangue ! Un parfum tendance également choisi par la société niçoise A L'Olivier, connue pour ses huiles haut de gamme, pour créer une nouvelle recette bio. […]

**Annexe 12 :** **Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France Agence BIO/Spirit Insight**

*Février 2019*



***Les raisons de consommation de produits biologiques par tranche d’âges***



**Annexe 13 :** **La clause d’indexation**

La clause d'indexation permet de faire évoluer un prix de vente en fonction d’un indice de référence. Cette clause a pour finalité d’éviter aux parties au contrat d’être pénalisées par la volatilité des prix.

Pour être valable, une clause d'indexation doit respecter plusieurs contraintes :

* La clause doit être **acceptée par les deux parties** au contrat au moment de la signature ;
* L'indice choisi doit avoir un rapport avec la nature du contrat ;
* Il est interdit d’indexer le prix sur le smic.

**Annexe 14 :  Extrait du contrat entre la SA Martino et la coopérative agricole LimouziSoja**

Coopérative LimouziSoja

Le champs du Bois clair

19170 TARNAC

SA Martino

15 route de Limoges

87300 Bellac

Objet : accord fourniture de soja

Tarnac, le 30 septembre 2019

[…]

**1. Livraison de soja pour la fabrication de vinaigrette**

Pour une durée de trois ans à la signature du contrat.

Quantité 200 kg par mois. Lieu de livraison : Bellac

Mode de livraison : par camion de la société Bernis, Limoges.

**4. Modalités de paiement**

Lettre de change 30 jours fin de mois.

**5. Clause d’indexation**

Le prix du kilo de soja pourra varier au cours de l’exécution du contrat en fonction du SMIC en vigueur dans la convention collective de la branche d’activité « industries agricoles, agroalimentaires ».

[…]