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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac STMG, veuillez visiter :
coursbacstmg.fr/annales-sujets-et-corriges

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

ÉPREUVE D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

SESSION 2023

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION

Management, sciences de gestion et numérique

Durée de l'épreuve : **4 heures**
Coefficient **: 16**

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 15 pages numérotées de 1/15 à 15/15.

Notation	20 points

Liste des dossiers **Barème indicatif sur 100**

Dossier 1 : des choix stratégiques et opérationnels pour améliorer la performance commerciale	30 points
Dossier 2 : l'innovation au cœur de la stratégie	36 points
Dossier 3 : le développement des ressources au service de l'internationalisation	34 points

Liste des documents à exploiter :

Document 1 :	Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 1)
Document 2 :	Extrait de l'entretien n° 1 avec Nicolas Beyer
Document 3 :	Chiffre d'affaires du marché de la confiture en France
Document 4 :	Le confiturier Beyer tartine les fruits et chasse le sucre
Document 5 :	Extrait de l'entretien n° 2 avec Nicolas Beyer
Document 6 :	Page d'accueil du site e-commerce BEYER
Document 7 :	Publication de BEYER sur *Facebook*
Document 8 :	Avis clients « Fruits à tartiner » 96 % fraises
Document 9 :	Confitures & miels : gourmands et engagés !
Document 10 :	Extrait de l'entretien n° 3 avec Nicolas Beyer
Document 11 :	Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 2)
Document 12 :	Avis clients publiés sur les produits Beyer

Calculatrice autorisée

Si le texte du sujet, de ses questions ou de ses documents vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement dans votre copie.

L'entreprise BEYER

Créée en 1921, l'entreprise BEYER est spécialisée dans la fabrication de produits finis à base de fruits, principalement des confitures. En plus de 100 ans d'existence, quatre générations se sont succédées à la direction de cette entreprise familiale. Aujourd'hui cette société par actions simplifiée (SAS), au capital de 200 000 €, est dirigée par Nicolas Beyer et sa sœur Delphine.

La fabrication a lieu exclusivement en Alsace (région Grand Est) dans la petite ville de Pfastatt. L'entreprise BEYER a choisi de se positionner dans le Nord-Est de la France où elle livre environ 250 magasins de la grande distribution. 25 % de la production est d'ailleurs vendue sous des marques de distributeurs. L'entreprise dispose d'un site de vente en ligne et les ventes à l'export ont débuté en 2017. Elle cible principalement des particuliers (95 % du chiffre d'affaires en 2021) et des revendeurs professionnels ou des entreprises locales (à hauteur de 5 % du chiffre d'affaires).

L'entreprise propose une large gamme de produits : confitures et gelées (extra, allégées, bio), fruits en bocaux, pulpes (100 % fruits) et fruits à tartiner (96 % de fruits) fabriqués dans le respect d'un savoir-faire et d'une tradition familiale. Les fruits sont rigoureusement sélectionnés, travaillés avec soin et cuits dans un chaudron pour préserver leurs arômes et saveurs. L'innovation est aussi au cœur de la stratégie de l'entreprise avec un service recherche et développement dont le travail, en partenariat avec le Centre européen d'étude sur le diabète (CEED), a abouti à la création d'un produit substitutif à la confiture à base de 96 % de fruits et sans sucre ajouté : « Fruits à tartiner ».

L'entreprise BEYER doit faire face à un environnement instable, notamment pour l'approvisionnement en fruits, mais aussi très concurrentiel avec deux marques nationales leader sur le marché, « Bonne Maman » et « Andros » , détenant à elles deux 42 % des parts de marché.

Face à ces menaces, l'entreprise BEYER mise à la fois sur l'innovation et l'internationalisation de son activité. Toutefois les dirigeants s'interrogent :

Comment l'entreprise BEYER peut-elle développer sa compétitivité en France et à l'international ?

Afin d'analyser cette situation, il vous est demandé de traiter les dossiers suivants :

Dossier 1 : des choix stratégiques et opérationnels pour améliorer la performance commerciale

Dossier 2 : l'innovation au cœur de la stratégie

Dossier 3 : le développement des ressources au service de l'internationalisation

Dossier 1 - Des choix stratégiques et opérationnels pour améliorer la performance commerciale

Documents à exploiter

Document 1 : Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 1)
Document 2 : Extrait de l'entretien n° 1 avec Nicolas Beyer
Document 3 : Chiffre d'affaires du marché de la confiture en France

Face aux difficultés d'approvisionnement en matières premières, les dirigeants de l'entreprise BEYER ont pris des décisions stratégiques et opérationnelles relatives à l'organisation de la production. Leurs choix ont pour objectif de rendre l'entreprise plus performante, notamment au niveau commercial.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
1.1	Identifier l'activité et les partenaires de l'entreprise BEYER.
1.2	Démontrer l'intérêt pour l'entreprise BEYER de gérer la chaine logistique à la fois en flux poussés et en flux tendus.
1.3	Analyser la pertinence d'intégrer le stockage des fruits surgelés afin d'optimiser l'approvisionnement de l'entreprise BEYER.
1.4	Mesurer la performance commerciale de l'entreprise BEYER en effectuant les calculs pertinents.

Dossier 2 - L'innovation au cœur de la stratégie

Documents à exploiter

Document 4 : Le confiturier Beyer tartine les fruits et chasse le sucre
Document 5 : Extrait de l'entretien n° 2 avec Nicolas Beyer
Document 6 : Page d'accueil du site e-commerce BEYER
Document 7 : Publication de BEYER sur *Facebook*
Document 8 : Avis clients « Fruits à tartiner » 96 % fraises
Document 9 : Confitures & miels : gourmands et engagés !

En 2021, l'innovation est placée au cœur de la stratégie de l'entreprise BEYER pour faire face à la concurrence. Ainsi, après plusieurs années de développement, une nouvelle gamme de produits « Fruits à tartiner » avec 96 % de fruits et sans sucre ajouté a été lancée.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant :	
2.1	Identifier l'approche mercatique choisie par l'entreprise BEYER pour développer sa gamme de produits « Fruits à tartiner ».
2.2	Caractériser l'innovation développée par l'entreprise BEYER au travers de sa nouvelle gamme « Fruits à tartiner ».
2.3	Repérer les différentes modalités de communication mobilisées par l'entreprise BEYER et justifier la pertinence de chacune d'entre elles pour soutenir le lancement de la nouvelle gamme.
2.4	En une quinzaine de lignes, à partir de vos connaissances et en vous inspirant d'exemples d'organisations parmi lesquelles l'entreprise BEYER, montrer en quoi une innovation peut contribuer à améliorer la valeur perçue d'une entreprise.

Dossier 3 - Le développement des ressources au service de l'internationalisation

Documents à exploiter

Document 10 : Extrait de l'entretien n° 3 avec Nicolas Beyer
Document 11 : Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 2)
Document 12 : Avis clients publiés sur les produits Beyer

Depuis quelques années, l'entreprise BEYER met en œuvre une stratégie d'internationalisation pour se développer. En effet, ses confitures sont notamment exportées vers la Suisse, le Luxembourg, le Japon et plus récemment Israël.

Cette orientation stratégique a nécessité des ajustements du point de vue des ressources et des compétences.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant :	
3.1	Calculer la part du chiffre d'affaires réalisé à l'international par l'entreprise en 2019 et 2021, puis commenter vos résultats.
3.2	Montrer que la stratégie d'internationalisation de l'entreprise BEYER a nécessité une adaptation de ses ressources matérielles et immatérielles.
3.3	Démontrer que la démarche de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) mise en place par l'entreprise BEYER est une condition de son développement à l'international.
3.4	Démontrer l'intérêt pour l'entreprise BEYER de mettre en place des outils numériques dédiés à la relation client.

Document 1 : Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 1)

Fondée à Mulhouse puis implantée à Pfastatt, l'entreprise BEYER est une entreprise familiale qui élabore des confitures dans le respect d'un savoir-faire traditionnel pour proposer des produits de qualité. Ses confitures, gelées et fruits en bocaux n'ont cessé de se multiplier depuis 1921, au point de remplir aujourd'hui 4,5 millions de pots par an.

Réception des 200 tonnes de matières premières de fruits, lavage, équeutage[1], tri, dénoyautage, deuxième tri, cuisson, du sucre, du gélifiant et du jus de citron, la mise en bocal, l'enchaînement est rituel et maîtrisé.

À l'époque, l'arrière-grand-mère des gérants actuels adorait travailler l'églantine. Sa recette va traverser les décennies sans prendre une ride et la confiture du fruit du rosier sauvage reste LE produit de référence de l'entreprise alsacienne.

En 2022, 60 % des produits finaux de l'entreprise utilisent des ingrédients français. BEYER a pour ambition d'augmenter ce pourcentage grâce notamment à un futur partenariat avec une coopérative du Lubéron pour l'approvisionnement d'une variété de cerise : les bigarreaux. « Mais on ne veut pas d'élitisme non plus, donc certains fruits viendront toujours de l'étranger. Pour de la fraise française par exemple, il faudrait multiplier les tarifs par trois », précise Delphine Beyer.

Face aux géants du secteur et aux aléas de la mondialisation avec notamment l'explosion récente des coûts de transport, Beyer oppose une structure familiale […].

Source : www.ami-hebdo.com, 23/09/2021

Document 2 : Extrait de l'entretien n° 1 avec Nicolas Beyer

Comment sont organisés votre processus de production et votre chaîne logistique ?

Notre processus de production fonctionne par roulement de 2 équipes, travaillant 7 heures chacune. Nos produits étant destinés à l'alimentation, leur fabrication repose sur des procédures de travail strictes à respecter par nos équipes. Si besoin, la coordination des tâches de production se fait également par simple communication orale entre les salariés.

Concernant la gestion de la chaîne logistique, cela dépend de la saison. En été, nous produisons à partir de fruits frais selon des prévisions de la demande. Cela représente environ 40 % de la production. Quant aux 60 % restants, la production s'effectue à base de fruits surgelés et c'est la commande du distributeur qui déclenche la fabrication.

En 2021, comment avez-vous surmonté les problèmes d'approvisionnement en fruits, dus aux mauvaises conditions climatiques ?

[1] Equeuter : enlever la queue des fruits

Le stockage des fruits nous a permis de faire face à ces problèmes.

Les approvisionnements sont anticipés avec des commandes passées tôt, à l'écoute des marchés et des fournisseurs. Dès le début des récoltes de fruits de saison, les quantités et les prix sont validés. Les fruits sont ensuite stockés. Au départ, le stockage des fruits congelés était effectué auprès d'un partenaire extérieur. Face au caractère stratégique de cette fonction et aux aléas climatiques (gel du printemps qui diminue la quantité de fruits produite notamment), nous avons choisi d'intégrer cette étape il y a quatre ans. Nous avons investi dans un nouveau bâtiment dédié à cet effet.

Dans quelle mesure l'entreprise Beyer est-elle affectée par la guerre en Ukraine, sachant que ce pays est l'un de vos fournisseurs d'églantines ?

À la suite de la récolte des églantines, la livraison a été faite entre décembre 2021 et février 2022. Par conséquent, nous avons un an de tranquillité en matière d'approvisionnement.

À l'avenir, nous envisageons une production française. Nous avons déjà un partenariat avec Vega Fruits, coopérative située en Lorraine près de Nancy, qui nous fournit en quetsches, mirabelles, griottes et pêches de vigne. Nous cherchons à développer ce partenariat pour l'églantine.

Quels sont vos circuits de distribution ?

Nos produits sont distribués sur l'Est de la France, de Paris jusqu'en Alsace. Nous travaillons principalement avec les plus grandes enseignes de distribution telles que Leclerc, Carrefour, Cora, Auchan, Intermarché, Système U. Nous sommes également présents dans des épiceries. Bien évidemment vous pouvez également commander nos produits sur notre site e-commerce.

Comment évolue le chiffre d'affaires de l'entreprise BEYER ces dernières années ?

Le chiffre d'affaires progresse de manière constante. Il représentait 5,6 millions d'euros en 2015, 7 millions en 2019 et 7,4 millions en 2021.

Source : d'après un entretien avec Nicolas Beyer, responsable production de l'entreprise BEYER

Document 3 : Chiffre d'affaires du marché de la confiture en France

Chiffres d'affaires du marché de la confiture en France, année 2019	408,24 millions d'euros
Chiffres d'affaires du marché de la confiture en France, année 2021	399,50 millions d'euros

Sources : www.lsa-conso.fr, 26/12/2021 - www.pointsdevente.fr, 24/01/2022.

Document 4 : Le confiturier Beyer tartine les fruits et chasse le sucre

[…] On connaît les confitures, les confitures extra, bio ou allégées, la pâte à tartiner mais il faudra bientôt, en Alsace, s'habituer au terme générique de « fruits à tartiner ». Anthony Beyer, le responsable commercial du confiturier Beyer à Pfastatt, détaille ces subtilités agroalimentaires. « Le terme confiture concerne un produit qui compte entre 35 et 45 % de fruits. De 45 à 55 % on utilise le terme de confiture extra. Pour une confiture allégée, chez nous, on a 61 % de fruits et 39 % de sucre. 100 % de fruits, c'est de la pulpe. Donc avec ce nouveau produit qui compte 96 % de fruits, nous n'avons pas le droit d'utiliser le terme de confiture. »

Finalement, au goût, ces pots de fruits à tartiner - dix saveurs différentes - ressemblent à de la délicieuse confiture. […] Lors d'un salon à Paris, des acheteurs étrangers se sont manifestés pour demander des confitures avec peu de sucre, en provenance notamment de pays qui ont de gros problèmes de diabète comme les pays du Golfe ou en Amérique du Nord. […]

À chaque salon agroalimentaire la même demande revient. Comme l'entreprise pfastattoise innove avec le bio, sait travailler des produits de niche comme la confiture d'églantine et comme l'Alsace compte un Centre européen d'étude du diabète (CEED) performant à Strasbourg, les deux structures décident de collaborer pour imaginer une confiture qui puisse être tartinée (…) par des personnes diabétiques. « On a travaillé deux ans avec le CEED et en particulier avec le professeur Michel Pinget pour ne garder que le fructose des fruits. »

Pas question pour Anthony Beyer de divulguer les secrets de fabrication. On saura juste que, dans chaque pot, le sucre a été remplacé par du sucralose, un agent sucrant très fort qui n'impacte pas la glycémie[2] du consommateur. « […] On arrive à un très bon produit, pour les personnes diabétiques mais pas seulement. Ce produit est destiné à tous ceux qui cherchent un produit sain et naturel. »

Le Nutriscore[3] bien en évidence sur le pot affiche fièrement un A (« Une confiture normale c'est D, en allégé c'est C », précise Sullivan Beyer, responsable du commerce à l'export). Les frères Beyer assurent être les seuls en France à proposer un tel pourcentage de fruit dans un pot de « confiture ». […] .

Source : L'Alsace, 02/11/2021 - Texte : Laurent Gentilhomme

[2] La glycémie est le taux de glucose (de sucre) contenu dans le sang.

[3] Nutriscore : à la suite d'une demande du ministère des Solidarités et de la Santé, Santé publique France a créé un système d'étiquetage nutritionnel à l'avant des emballages : le ministère informe sur les qualités nutritionnelles des produits en fonction d'une échelle allant de A (la plus favorable) à E (la moins favorable).

Document 5 : Extrait de l'entretien n° 2 avec Nicolas Beyer

Quelles saveurs composent la gamme de produits « Fruits à tartiner » ?

Cette gamme de produits comprend 10 saveurs : fruits à tartiner à 96 % d'abricots, d'églantines, de figues, de fraises, de framboises, de mirabelles, de myrtilles, d'oranges, de quetsches et de rhubarbe.

Quelles cibles visez-vous à travers cette innovation ? Des particuliers et/ou des professionnels ?

Sur le marché national, nous ciblons les particuliers, avec la vente des produits en grandes surfaces, et particulièrement les diabétiques, soit 5 millions de personnes en France aujourd'hui.

Quels moyens de communication ont été mis en œuvre pour faire connaître les « Fruits à tartiner » auprès de votre cible nationale ?

Nous avons fait connaître notre innovation à la radio, sur Europe 1, dans la presse locale avec un article dans les quotidiens « L'Alsace » et « les Dernières Nouvelles d'Alsace », dans la presse spécialisée avec le magazine « Cuisine actuelle » et la revue « Point de vente » (revue professionnelle française traitant du secteur de la grande distribution).

Notre site Internet a également été utilisé comme moyen de communication, tout comme les réseaux sociaux *Facebook* et *Instagram*.

Comment avez-vous communiqué auprès de vos salariés afin de les faire adhérer à ce projet ?

Dans l'entreprise, peu de réunions sont organisées. Les salariés ont été informés par la direction du projet à travers des discussions.

Quelle part représente actuellement les ventes des produits « Fruits à tartiner » dans votre chiffre d'affaires ?

En mars 2022, après quatre mois de vente, cette gamme représentait 1,5 % de notre chiffre d'affaires annuel.

Source : D'après un entretien avec Nicolas Beyer, responsable production de l'entreprise BEYER

Document 6 : Page d'accueil du site e-commerce BEYER



Source : beyer-fr.com

Document 7 : Publication de BEYER sur *Facebook*



Source : www.facebook.com/confituresbeyer, 15/03/2021

Document 8 : Avis clients « Fruits à tartiner » 96 % fraises

5 / 5

Très bien.

Roger T - Avis collecté par : Avis Vérifiés

5 / 5

Très bon produit. Idéal pour les diabétiques et les personnes qui désirent réduire le sucre. Les fraises à tartiner sont très bonnes. J'ai été très contente, en ouvrant le couvercle, de voir un message surprise à l'intérieur : MERCI ! Je laisse les prochains consommateurs découvrir la surprise à l'intérieur du couvercle...

Marie Thérèse E - Avis collecté par : Avis Vérifiés

5 / 5

Retrouver le vrai goût des fraises en plein mois de décembre, c'est génial !

SONIA F - Avis collecté par : Avis Vérifiés

4 / 5

Très bon produit pour moi qui suis diabétique.

Devreeze C - Avis collecté par : Avis Vérifiés

Source : beyer-fr.com

Document 9 : Confitures & miels : gourmands et engagés !

Les confitures et les miels se disputent les faveurs des Français lors des différents moments sucrés. Ils bénéficient tous les deux d'une image naturelle et saine auprès des consommateurs, désireux de leur bien-être, mais aussi du goût et du plaisir dans leur alimentation.

Après une année 2020 record, 2021 se présente comme une année très favorable à la catégorie. […] « Nous n'avons pas perdu d'activité dans nos métiers de transformation de fruits », annonce, de son côté, Anthony Beyer, responsable commercial et co-gérant de BEYER. La confiture se présente ainsi comme un véritable pilier du petit déjeuner puisque c'est la troisième catégorie consommée derrière le café et le pain. Elle peut également s'utiliser comme alternative au sucre dans des yaourts, pâtisseries, ingrédients culinaires... Les goûts des Français restent très classiques (20 % des goûts représentent 80 % du chiffre d'affaires). « Fraises, abricots, agrumes, figues, il sera difficile de changer les habitudes et les goûts », admet Lucien Georgelin, dirigeant de l'entreprise du

même nom. « En fonction des intervenants et de la régionalité des produits, des références peuvent se démarquer comme dans l'Est avec la mirabelle, la quetsche ou encore l'églantine. » […]

DU FRUIT, DU FRUIT, DU FRUIT

Au final, « la confiture reste considérée, par nature, comme un produit brut, meilleur pour la santé du consommateur », explique Cécile Seynaeve. Traduction dans les rayons avec des produits plus riches en fruits et plus faibles en sucres. « La tendance pour certains va vers le moins sucré. En dessous du seuil de 55 % de sucre, il s'agit de préparations aux fruits », prévient, cependant, Lucien Georgelin. « Les Français s'habituent au moins sucré et le Nutriscore en est une des résultantes », intervient Anthony Beyer. En corrélation avec ces tendances, Andros lance une confiture associant graines et fruits, contenant -30 % de sucres. Beyer n'est pas en reste avec l'arrivée de sa gamme « Fruits à tartiner » en 10 références comportant 96 % de fruits. « Outre le sucre naturel de fruits, nous utilisons du sucralose afin de garder ce côté plaisir et gourmand, sans impacter la glycémie », explique Anthony Beyer. Le projet, mené avec le CEED (Centre européen d'étude du diabète), s'adresse aux diabétiques aussi bien qu'aux consommateurs désireux de garder la ligne. [...]

Source : www.pointsdevente.fr, 06/12/2021 - Texte : Sylvie Druart

Document 10 : Extrait de l'entretien n° 3 avec Nicolas Beyer

L'internationalisation de l'entreprise

Comment l'entreprise BEYER s'est-elle développée à l'international ?

Depuis trois ans, nous sommes présents en Corée du Sud et aux Pays-Bas et nous avons investi dans un deuxième cuiseur et une machine à remplir les bocaux plus rapide et automatisée. Six personnes ont également été embauchées, ce qui nous permet aujourd'hui de bénéficier du savoir-faire de 30 personnes. C'était une nécessité pour subvenir à cette demande internationale.

Des contraintes s'imposent-elles à l'entreprise pour la vente à l'étranger ?

Nous avions 3 certifications alimentaires obtenues grâce au savoir-faire de nos salariés mais nous avons dû acquérir de nouvelles compétences pour obtenir la certification IFS Food[4] obligatoire pour vendre à l'international. Cette certification est exigeante car elle nécessite la mise en place d'un système de management permettant de garantir la qualité et la sécurité des aliments. Des formations pour permettre à certains salariés de passer « responsable qualité », en adéquation avec le système

[4] La certification IFS Food est un prérequis essentiel pour accéder à la grande distribution internationale, permettant d'évaluer la conformité des produits et des processus en matière de sécurité et de qualité des aliments.

de management du référentiel de la certification ont dû être organisées. Pour Israël, nous avons obtenu une certification Kasher sans grande difficulté puisqu'elle n'a pas nécessité de modification de notre processus de production.

À combien s'élèvent vos ventes à l'international ?

En 2019, le chiffre d'affaires réalisé à l'international s'élevait à 300 000 €. Mais avec la crise sanitaire et la forte augmentation du coût des transports maritimes de marchandises, il n'a atteint que 80 000 € en 2021. Néanmoins, nous espérons que la dynamique d'exportation instaurée avant la pandémie reprendra à l'avenir.

L'entreprise et le numérique

Quels sont les moyens numériques mis en œuvre par l'entreprise au niveau de la relation client ?

Nous disposons d'un site internet présentant l'entreprise, son histoire et son savoir-faire sur lequel nous avons ajouté une boutique de vente en ligne permettant la commande et l'envoi de produits en France et à travers le monde. Les ventes en ligne représentent environ 1 % du chiffre d'affaires de l'entreprise en 2021. Nous pouvons livrer tous nos produits à l'étranger lorsque nos clients commandent en ligne. Notre croissance a été rapide et si nous avons investi dans notre boutique en ligne, nous sommes conscients que nous n'exploitons pas encore toutes les possibilités proposées par cet outil. Son interfaçage avec notre progiciel de gestion est à améliorer pour nous permettre de mieux traiter et exploiter les données dont nous disposons.

Nous sommes aussi présents sur les réseaux sociaux *Facebook* et *Instagram*. La gestion de ces pages en français et en anglais est assurée par un salarié mais personne ne s'occupe de nos avis clients positifs ou négatifs !

En revanche, rien d'autre n'est mis en place en ce qui concerne l'interactivité numérique avec les clients et la gestion de la e-réputation de l'entreprise. J'ai d'ailleurs remarqué hier que notre onglet contact permettant au client de communiquer avec nous par courriel ne fonctionnait pas !

Les ressources humaines

Comment le développement de l'entreprise impacte-t-il vos ressources humaines ?

Comme évoqué précédemment, nous avons récemment embauché six salariés que nous avons affectés à la production, mais aussi au marketing et à la communication, pour accompagner notre croissance à l'international et nos ventes sur notre gamme innovante « Fruits à tartiner ». De plus, nous avons recours à des travailleurs saisonniers en été, période durant laquelle l'effectif peut atteindre jusqu'à 50 personnes. En cas de besoin, nos salariés effectuent des heures supplémentaires en fonction de l'intensité de l'activité.

Source : d'après un entretien en juin 2022 avec Nicolas Beyer, responsable production

Document 11 : Confitures Beyer, d'hier et du futur (partie 2)

[…] Ces trois dernières années, l'outil de travail a bénéficié d'investissements massifs (2,7 millions d'euros) motivés par la croissance régulière du chiffre. Mieux, « pour nos 100 ans, l'usine a été terminée » , se réjouit Nicolas Beyer. Les 30 salariés de l'entreprise participent à la transformation de plus de 1500 tonnes de fruits par an.

Nouveau bâtiment de stockage, nouvelles doseuse et zone de préparation des commandes, nouveaux congélateur et cuiseur, on fabrique ici les confitures d'aujourd'hui et les perspectives du lendemain. […] Celles-ci s'ouvriront forcément davantage au monde, sous l'impulsion de la cinquième génération de la famille Beyer.

Démarrée il y a quatre ans, la démarche à l'export va bien. Elle est portée par la certification *IFS Food* de l'entreprise et par ses succès sur le marché israélien, que symbolise un contrat avec le géant de l'alimentaire Strauss. « Nous faisons un beau métier, qui sent bon, qui fleure bon la noblesse des fruits. Cela nous encourage à anticiper, à évoluer, à voir loin pour exister dans cinquante, cent ans. Qu'on se le dise, les confitures, compotes, gelées et pulpes Beyer ont encore de l'appétit. »

Source : www.ami-hebdo.com, 23/09/2021.

Document 12 : Avis clients publiés sur les produits Beyer



Source : www.ami-hebdo.com, 23/09/2021 - Texte : Florent Mathern.

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.