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 2024

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 14 pages numérotées de 1/14 à 14/14.

Notation	20 points

Liste des dossiers **Barème indicatif sur 100**

Dossier 1 : l'analyse managériale de l'entreprise Renou Textiles	41 points
Dossier 2 : l'adaptation de la politique commerciale de Renou Textiles	35 points
Dossier 3 : la performance sociale et financière chez Renou Textiles	24 points

Liste des documents à exploiter :

Document 1 : Entretien avec Aymeric Renou (partie 1)

Document 2 : Renou Textiles s'est réinventé

Document 3 : Renou Textiles demande l'aide du gouvernement au nom de la filière textile

Document 4 : Le *made in France* n'est pas qu'un slogan

Document 5 : Quels sont les enjeux du *made in France* ?

Document 6 : En 2022, l'e-commerce français poursuit sa croissance à deux chiffres

Document 7 : Les perspectives 2023 pour Renou Textiles

Document 8 : L'entreprise Renou Textiles lance un cri d'alarme sur la situation dans le secteur du textile

Document 9 : La hausse du prix des matières premières pèse sur la filière textile en Haute-Vienne

Document 10 : Maison Renou, une chaussette maison

Document 11 : Étude sur l'expérience produit

Document 12 : Les raisons de la présence des entreprises sur les réseaux sociaux

Document 13 : Renou Textiles recycle son coton pour tisser des chaussettes

Document 14 : Entretien avec Aymeric Renou (partie 2)

Document 15 : Bilan fonctionnel 2021 de l'entreprise Renou Textiles

Pour des raisons de confidentialité, le nom de l'entreprise et certaines données ont été modifiés.

Renou Textiles

Fondée par Adrienne et Henri Renou en 1938, Renou Textiles rassemble trois générations qui se transmettent la passion du tricotage depuis 80 ans. Dans son village du Limousin, Les Cars, cette entreprise familiale conjugue la tradition des fabricants de chaussettes et la recherche de l'innovation. L'esprit de la création française souffle depuis toujours sur les collections de l'entreprise car les chaussettes suivent aussi la mode et les tendances !

L'entreprise fabrique tous types de chaussettes, des modèles de ville aux modèles sports (football, vélo, ski, etc.). L'entreprise s'adresse à deux catégories de clients :

- des professionnels du textile, qui confient la conception et la production de leurs produits à Renou Textiles qui a donc un rôle de façonnier[1] ;
- des particuliers, pour lesquels Renou Textiles produit ses propres chaussettes sous la marque Maison Renou depuis 3 ans (2021).

Dans la continuité familiale, Bernard et Christine Renou dirigent l'entreprise depuis 2006. Fidèle à son territoire, Renou Textiles a modernisé son site de production sans jamais déménager. Elle a fait de la qualité sa marque de fabrique, un savoir-faire reconnu par les labels Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) et Origine France Garantie (OFG). Les chaussettes Renou expriment une certaine idée du style,100 % *made in France*.

Le *made in France* correspond à une tendance forte pour les entreprises du secteur textile dont certaines sont clientes de Renou Textiles telles que : Archiduchesse, Royalties Paris, Bonne Maison, Mosaert, Le Slip Français, À l'aise Breizh, Maillebike, etc.

L'entreprise a sélectionné les meilleurs teinturiers[2] et filateurs[3] en France, Italie, Allemagne et Portugal et s'approvisionne en matières premières de qualité adaptées à sa production.

Les entreprises des secteurs du textile évoluent dans un environnement de plus en plus instable, pouvant rendre plus conflictuelles les relations entre partenaires. Afin de faire face à ces difficultés, Bernard et Christine Renou ont décidé d'investir dans leur capacité de production et de développer leurs propres produits Maison Renou. Ils sont confrontés à la problématique suivante :

Les choix stratégiques de l'entreprise Renou Textiles lui permettent-ils de faire face aux évolutions de son environnement ?

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

Dossier 1 : l'analyse managériale de l'entreprise Renou Textiles
Dossier 2 : l'adaptation de la politique commerciale de Renou Textiles
Dossier 3 : la performance sociale et financière de Renou Textiles

[1] Façonnier : entreprise sous-traitante ou d'externalisation dans la fabrication de produits textiles.
[2] Teinturiers : personne qui s'occupe de colorer des tissus.
[3] Filateurs : industriel assurant la production des fils textiles.

Dossier 1 – L'analyse managériale de l'entreprise Renou Textiles

Documents à exploiter

Document 1 : Entretien avec Aymeric Renou (partie 1)

Document 2 : Renou Textiles s'est réinventé

Document 3 : Renou Textiles demande de l'aide au gouvernement au nom de la filière textile

Document 4 : Le *made in France* n'est pas qu'un slogan

Document 5 : Quels sont les enjeux du *made in France* ?

Document 6 : En 2022, l'e-commerce français poursuit sur une croissance à deux chiffres

Document 7 : Les perspectives 2023 pour Renou Textiles

Document 8 : L'entreprise Renou Textiles lance un cri d'alarme sur la situation dans le secteur du textile

Document 9 : La hausse du prix des matières premières pèse sur la filière textile en Haute-Vienne

Tout en réaffirmant l'identité de l'entreprise Renou Textiles, Bernard et Christine Renou ont à cœur d'en assurer le développement. Confrontés à un environnement de moins en moins stable, les dirigeants se préparent à prendre des décisions stratégiques.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
1.1	Identifier les finalités de l'entreprise Renou Textiles.
1.2	Réaliser le diagnostic externe de Renou Textiles et en déduire les facteurs clés de succès.
1.3	Montrer que l'obtention de la certification « Origine France Garantie » constitue un avantage concurrentiel pour Renou Textiles.
1.4	Repérer les choix stratégiques de Renou Textiles et en justifier la pertinence.
1.5	Proposer deux solutions commerciales pour l'entreprise Renou Textiles afin de répondre à la hausse des coûts des matières premières.

Dossier 2 : L'adaptation de la politique commerciale de Renou Textiles

Documents à exploiter

Document 1 : Entretien avec Bernard Renou (partie 1)

Document 5 : Quels sont les enjeux du *made in France* ?

Document 6 : En 2022, l'e-commerce français poursuit sur une croissance à deux chiffres

Document 10 : Maison Renou, une chaussette maison

Document 11 : Étude sur l'expérience produit

Document 12 : Les raisons de la présence des entreprises sur les réseaux sociaux

Document 13 : Renou Textiles recycle son coton pour tisser des chaussettes

Si la crise sanitaire a eu pour effet d'augmenter le nombre de commandes en ligne, elle a aussi eu des répercussions importantes sur le prix des matières premières, en forte hausse. Il est devenu vital pour l'entreprise Renou Textiles de s'adapter à ces évolutions. Les dirigeants ont donc mobilisé leurs salariés autour de deux projets : le développement de leur propre marque sous le nom de Maison Renou et la création d'une chaussette avec des matériaux recyclés.

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 Renou Textiles pour leur marque Maison Renou et justifier votre réponse.
2.2	Montrer que le choix de vendre les produits Maison Renou en ligne peut améliorer sa performance commerciale.
2.3	Présenter l'apport des réseaux sociaux dans la gestion de la relation client pour une marque comme Maison Renou.
2.4	En une quinzaine de lignes, à partir de vos connaissances et en vous inspirant d'exemples d'organisations parmi lesquelles l'entreprise Renou Textiles, montrer que la démarche de responsabilité sociétale (RSE) d'une entreprise peut être créatrice de valeur.

Dossier 3 : La performance sociale et financière de Renou Textiles

Documents à exploiter

Document 7 : Les perspectives 2023 pour Renou Textile

Document 14 : Entretien avec Aymeric Renou (partie 2)

Document 15 : Bilan fonctionnel 2021 de l'entreprise Renou Textiles

Le déploiement de sa propre marque de chaussettes produites avec des matériaux recyclés suscite un certain engouement des consommateurs. Afin de faire face à la demande croissante, Renou Textiles décide d'investir massivement dans l'agrandissement de ses locaux et ainsi améliorer ses capacités de production malgré la conjoncture du marché. Le bâtiment de stockage des matières premières passera de 1800 à 2200 mètres carrés pour permettre à l'entreprise de produire 40 000 paires de chaussettes supplémentaires par mois, soit 480 000 paires par an. Il s'agit ainsi pour Renou Textiles de gagner en flexibilité et réactivité pour ses clients.

Une analyse de la structure de l'entreprise s'avère indispensable pour comprendre les répercussions de cet investissement sur ses ressources, tant humaines que financières.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
3.1	Montrer que le projet d'agrandissement des locaux s'accompagne d'une démarche de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences.
3.2	Analyser la structure financière de l'entreprise Renou Textiles en calculant le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin de fonds de roulement (BFR) et la trésorerie nette (TN). Commenter vos résultats.
3.3	Identifier les modalités de financement de cet investissement, puis proposer d'autres moyens pour financer l'agrandissement de Renou Textiles.

Document 1 - Entretien avec Aymeric Renou (partie 1)

Pouvez-vous nous présenter votre entreprise ?
Aymeric Renou - L'entreprise Renou Textiles est une entreprise familiale, créée par mes grands-parents, Adrienne et Henry Renou. Après des années difficiles, en 2006, mon épouse et moi avons repris l'entreprise pour un nouveau départ tout en conservant son métier d'origine : façonnier. Avec notre équipe de 60 salariés, nous confectionnons, créons et produisons des chaussettes pour le compte de nos clients professionnels qui sont des entreprises telles que les marques Le slip français, Archiduchesse, etc...

Le marché de la chaussette doit être très concurrentiel. Comment faites-vous pour faire face aux pays ayant des coûts de production plus bas ?
Aymeric Renou - Nous ne fabriquons pas les mêmes produits. Entrer en concurrence frontale avec des entreprises implantées dans ces pays serait impossible. C'est une question de coûts. D'ailleurs, je ne les considère pas comme des concurrents directs, nous ne proposons pas la même offre. En effet, notre production est destinée à des marques haut de gamme. Nous sommes donc très attentifs à répondre aux demandes de nos clients, et à la qualité de nos chaussettes. Elle est d'ailleurs liée au savoir-faire de nos ouvriers, que nous entretenons par une formation permanente grâce à un plan de formation sous la responsabilité du directeur industriel. Et, bien sûr, nos produits ont la certification « Origine France Garantie », c'est une autre de nos forces et en cohérence avec notre volonté de valoriser l'économie locale.

Vous dites être très attentif à répondre aux demandes de vos clients, c'est-à-dire ?
Aymeric Renou - Nous sommes à leur écoute, tout simplement. Nous sommes très flexibles tant sur la conception des modèles de chaussettes que sur les quantités produites. Nos clients professionnels recherchent des partenaires capables de s'adapter à leurs exigences de marché.

Vous avez l'expérience, le savoir-faire et le matériel de production, pourquoi ne pas produire pour vous ?
Aymeric Renou - C'est ce que nous faisons depuis 2021. Nous produisons pour notre propre compte sous la marque Maison Renou, labellisée « Origine France Garantie » bien entendu. Nous commercialisons les produits de notre marque via notre site marchand, mais aussi notre boutique ouverte dans le centre-ville de Limoges. Actuellement, la vente de nos produits Maison Renou génère un chiffre d'affaires de 100 000 € (pour 2022) mais nous ambitionnons de la développer.

Pourriez-vous nous parler de la volonté de développer votre marque Maison Renou ?
Aymeric Renou - Nous sommes actuellement dépendants des commandes de nos clients professionnels, c'est-à-dire les entreprises pour qui nous travaillons. Il s'agit donc d'augmenter le chiffre d'affaires réalisé par notre marque Maison Renou.
Pour y parvenir, nous devons accroître la notoriété de Maison Renou, encore trop faible. Pour cela, nous comptons sur notre site marchand et des vidéos mises en ligne sur les réseaux sociaux. Ce mode de distribution nous permet, en plus, d'avoir un lien plus direct avec les consommateurs finaux, savoir ce qui va, ce qui doit être amélioré et ainsi augmenter leur satisfaction.
Nous projetons aussi de vendre les produits de notre marque sur les places de marché (*market place*) d'Amazon, de La Redoute, etc... Il faut être réaliste, pour améliorer notre notoriété, une entreprise comme la nôtre ne peut pas avoir la prétention de se passer de la puissance de ces places de marché.
Enfin, nous envisageons de nous orienter vers les marchés amateurs de produits français : Asie et plus précisément Japon. Ces consommateurs étrangers disposent d'un pouvoir d'achat élevé.

Source : les auteurs

Document 2 - Renou Textiles s'est réinventé

[...] Renou Textiles a su faire évoluer son modèle économique en profitant de la sensibilité pour la fabrication française et pour l'environnement.

[...] L'entreprise familiale de chaussettes [...] connait une croissance régulière. Selon Aymeric Renou, son dirigeant, elle devrait « clôturer l'année à 5 millions d'euros de chiffre d'affaires, contre 4,7 millions en 2020 ». [...] Ses clients sont des défenseurs convaincus du *made in France*, à l'image de [...] Archiduchesse, Le Slip français, Royalties ou encore A l'aise Breizh. « Il s'agit de marques engagées en faveur de la production française qui s'adressent à des tribus de consommateurs qui aiment savoir ce qu'elles mangent et ce qu'elles portent », [...]. Un temps préoccupé par un risque de bulle du *made in France*, Aymeric Renou est aujourd'hui confiant dans la durabilité du phénomène. [...]

Conscient de la sensibilité environnementale de ses clients, Renou Textiles vient de lancer sa première chaussette recyclée. Elle a déjà été adoptée par Archiduchesse et d'autres vont bientôt suivre. « Nous n'avons jamais vu un démarrage aussi fulgurant. Fin 2021, le chiffre d'affaires réalisé avec le recyclé atteindra celui du bio enregistré en cinq ans. » [...] D'ici trois à quatre ans, l'entrepreneur vise « 40% de sa production en coton recyclé ». [...]. « Nos clients repoussent nos limites constamment [...] ».

Source : décembre 2020 - Par Marie-Emmanuelle Fron, Journal du Textile

Les données ont été adaptées pour les besoins du sujet

Document 3 - Renou Textiles demande l'aide du gouvernement au nom de la filière textile

[...] Renou Textiles demande au gouvernement une aide d'urgence pour la filière textile.
Tout a commencé en 2021 avec la hausse des matières premières et la hausse du coût des carburants. « On s'est dit [...] qu'on allait laisser passer la crise, explique Alexandra Renou, directrice générale de l'entreprise. On a serré les dents le temps que ça passe en se disant que cela irait mieux en 2022… »

Tous « en galère »
Janvier 2022 : nouvelles hausses de plus 20 % sur les matières premières et sur l'électricité. « Là, on s'est dit que ça allait être compliqué… ajoute Alexandra Renou. Nos fournisseurs nous ont dit qu'ils n'avaient aucune visibilité, qu'il n'y avait pas d'espoir d'amélioration avant la fin de l'année et que les prix allaient continuer d'augmenter… »

Alexandra Renou décide alors de contacter ses confrères fabricants de chaussettes, de pulls, de sous-vêtements en France pour échanger avec eux sur la situation de leur entreprise. « Je me suis rendu compte que tout le monde était dans la galère, résume Alexandra Renou et qu'il fallait que l'on se fasse entendre pour que le gouvernement nous aide d'une manière ou d'une autre… ».

« Nous entrons dans une nouvelle crise »
(…) « Le textile avait quasiment disparu en France. Le *made in France* avait contribué à la réindustrialisation. Mais nous sommes en train d'entrer dans une nouvelle crise. Ce n'est pas flagrant pour le moment, mais si on ne fait rien, une nouvelle fois des entreprises vont disparaître. Il faut réagir avant d'en arriver là. C'est pour cela que nous tirons la sonnette d'alarme aujourd'hui. » (...)

Source : février 2022 - Par Anne-Sophie Pédegert, Le Populaire centre

Les données ont été adaptées pour les besoins du sujet

Document 4 - Le *made in France* n'est pas qu'un slogan

Ces derniers jours, le *made in France* a été mis à l'honneur. Pourquoi ces événements ? [...]

Agnès Pannier-Runacher (A. P.-R), ministre déléguée de l'Industrie - Dès son élection, Emmanuel Macron a voulu relancer l'industrie, [...] avec plusieurs dispositifs dont le plan France Relance. C'est plus de 10 000 industriels, notamment dans le textile, qui ont été soutenus. [...]

La crise sanitaire a aussi accru l'intérêt des consommateurs pour le *made in France*. Qu'en pensez-vous ?
A. P.-R. - C'est une tendance sociétale depuis plusieurs années qui va de pair avec le développement de l'économie sociale et responsable. Si, avant le premier confinement, les consommateurs s'intéressaient déjà à l'écologie, la crise a renforcé la volonté d'être solidaires vis-à-vis des entreprises locales et des emplois français. [...]

Comment accompagner la tendance pour le *made in France* ?
A. P.-R. - Tous les acteurs ont un rôle à jouer. Pour les responsables politiques, il s'agit d'améliorer la compétitivité du « site France » pour que les entreprises puissent avoir des prix plus compétitifs. Un produit français peut offrir une meilleure qualité de service, un circuit plus court… Ce sont ces aspects qui doivent être valorisés afin que les consommateurs se les approprient. Le *made in France* n'est pas qu'un slogan. [...]

Quel est le poids du *made in France dans* la consommation des Français ?
A. P.-R. - Le poids des produits fabriqués en France dans les achats de biens [...] atteint 36 %, avec une part non négligeable de produits agroalimentaires. On est donc loin de l'Allemagne, où cette proportion atteint 50 %. [...]

Source : juillet 2022 - Par Véronique Yvernault, LSA Green

Document 5 - Quels sont les enjeux du *made in France* ?

[...] Le *made in France* est également un véritable atout au niveau *marketing*. Il permet d'améliorer l'image de marque dans les secteurs de la mode, de la beauté…[...]

Le *made in France* a un enjeu au niveau de la production avec un véritable soutien à l'activité et un contrôle des conditions sociales et environnementales. Il s'agit de miser sur l'excellence, la qualité du produit et la satisfaction du consommateur. Au-delà du produit, le consommateur achète des valeurs, il regarde avant tout si la marque :

- est certifiée ou labellisée (pour 62 % des consommateurs) ;
- s'appuie sur un historique tant pour elle, que ses produits (pour 50 % des consommateurs) ;
- a pris des engagements en matière d'environnement et de durabilité des produits (pour 49 % des consommateurs).

Lorsque le respect de ces valeurs est affiché, plus d'un consommateur sur deux (52 %) est prêt à payer plus cher. « Origine France Garantie » est l'unique certification qui atteste l'origine française d'un produit. [...]

Sources : avril 2021, https://www.akeneo.com/ et décembre 2021 - Par Nicolas, Exa France

Document 6 - En 2022, l'e-commerce français poursuit sur une croissance à deux chiffres

Quelle évolution pour le e-commerce en 2022 ? L'activité du e-commerce français a atteint 146,9 milliards d'euros en 2022 contre 129,1 milliards d'euros en 2021, selon La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) [...].

Qu'en est-il des achats sur les places de marché ? En 2022, les achats effectués sur les places de marché [...] ont progressé de 5 %.

Quelles sont les catégories qui ont le plus progressé ? Les ventes sur les sites de Voyage-Tourisme ont progressé de 42 % sur l'ensemble de l'année 2022 suivi du Mobilier-Décoration et de l'Habillement-Mode avec respectivement +18 % et +6 %.



Source : février 2023 - Par Sarah N'tsia, JDN

Document 7 - Les perspectives 2023 pour Renou Textiles

Quelles perspectives ?

[...] Après des commandes à l'arrêt et des annulations lors du premier confinement en 2020, l'activité est depuis soutenue. La demande est forte. [...] Renou Textiles prépare l'avenir avec des investissements importants. La première étape consiste à réaménager le site pour pouvoir accueillir de nouvelles machines et répondre aux nouvelles commandes. Les travaux viennent de commencer. « Nous avons cassé toutes les cloisons de notre bâtiment [...] », explique Alexandra Renou. « Il va y avoir un escalier central qui va desservir tous les niveaux, administratif, production, finition… »

Coût global de l'investissement : 1,4 million d'euros. L'entreprise s'est financée « par elle-même » en utilisant ses profits (de l'année et des années antérieures) et avec l'aide des banques qui soutiennent le projet. L'entreprise, certifiée « Entreprise du Patrimoine Vivant » et « Origine France Garantie » a reçu le soutien financier de la région Nouvelle-Aquitaine pour ce projet […]

Le chantier a été lancé [...]. « Cet agrandissement va nous permettre de stocker toute notre matière première, et de réorganiser l'atelier de tricotage qui était surchargé, explique Alexandra Renou. Nous allons aussi garder de la place pour ajouter une quarantaine de machines. [...] et recruter quatre nouvelles personnes : une à la maintenance, une au conditionnement, un magasinier [4] et un directeur industriel. »

En décembre, les dirigeants ont lancé d'autres travaux [...] pour faire un espace dédié aux salariés, avec des vestiaires, des douches, une grande salle de repos, un coin cuisine, un jardin extérieur…

Source : janvier 2023 - Par Anne-Sophie Pédegert, Le Populaire centre

Les données ont été adaptées pour les besoins du sujet

[4] Magasinier : salarié qui réceptionne, stocke et prépare les produits destinés à être livrés.

Document 8 - L'entreprise Renou Textiles lance un cri d'alarme sur la situation dans le secteur du textile

L'entreprise de chaussettes Renou [...], confrontée au coût de plus en plus élevé des matières premières, s'inquiète de la situation qui commence à peser sur sa trésorerie.

[...] Aujourd'hui, le prix des matières premières explose à cause de la pénurie due au Covid-19. C'est aussi le cas pour le coût du transport et forcément, l'entreprise de chaussettes Renou va se voir obligée de répercuter cette augmentation sur ses produits. « C'est pourquoi nous voulons aussi alerter le public car le risque, vu que le pouvoir d'achat n'augmente pas, c'est que les clients n'achètent plus nos produits » explique Aymeric Renou, qui se dit inquiet pour l'avenir de son entreprise.

Source : février 2022 - Par Françoise Ravanne, France Bleu Limousin

Document 9 - La hausse du prix des matières premières pèse sur la filière textile en Haute-Vienne

L'activité varie selon les marchés. [...]. Renou Textiles, le fabricant de chaussettes, qui doit faire face à une forte demande, va investir dans de nouvelles machines et recrute.

[...] Alexandra Renou, la directrice générale de Renou Textiles, a constaté « une explosion » des coûts des matières premières.

Renou Textiles, qui perd aujourd'hui entre 10 et 15 points de marge, est obligé de répercuter une partie de cette augmentation (5 %) sur ses clients. « On ne peut pas faire autrement, assure Alexandra Renou. La plupart des clients le comprennent, quelques-uns pas du tout. »

Source : mai 2021 - Par Anne-Sophie Pédegert, Le Populaire centre

Document 10 - Maison Renou, une chaussette maison

[...] Maison Renou lance sa propre marque sous son nom et vise ainsi les amateurs du *made in France*, qu'ils soient sur son sol ou à l'étranger [...]. L'entreprise familiale qui travaille pour de nombreuses marques se devait de concevoir et produire, dans son usine de Haute-Vienne, une collection sous le nom de Maison Renou en visant un marché plutôt haut de gamme. [...] L'idée est de rester sur un secteur de marché qualitatif et engagé sur des enjeux sociétaux et environnementaux, chers à l'entreprise. « Avec cette nouvelle marque et ce positionnement haut de gamme, nous visons le marché à l'export en nous appuyant sur notre réseau qui fonctionne déjà en Europe et aux États-Unis », explique Alexandra Renou. [...]. Il était donc temps pour [...] Renou Textiles de lancer sa propre marque « premium ». [...] « Nous sommes fiers de pouvoir faire perdurer un savoir-faire français reconnu par les labels « Entreprise du Patrimoine Vivant » et « Origine France Garantie ». Notre objectif principal est de proposer des chaussettes de qualité, douces, confortables et faites pour durer ! », conclut Alexandra Renou.

Source : décembre 2021 – d'après Mag'in France

Document 11 - Étude sur l'expérience produit

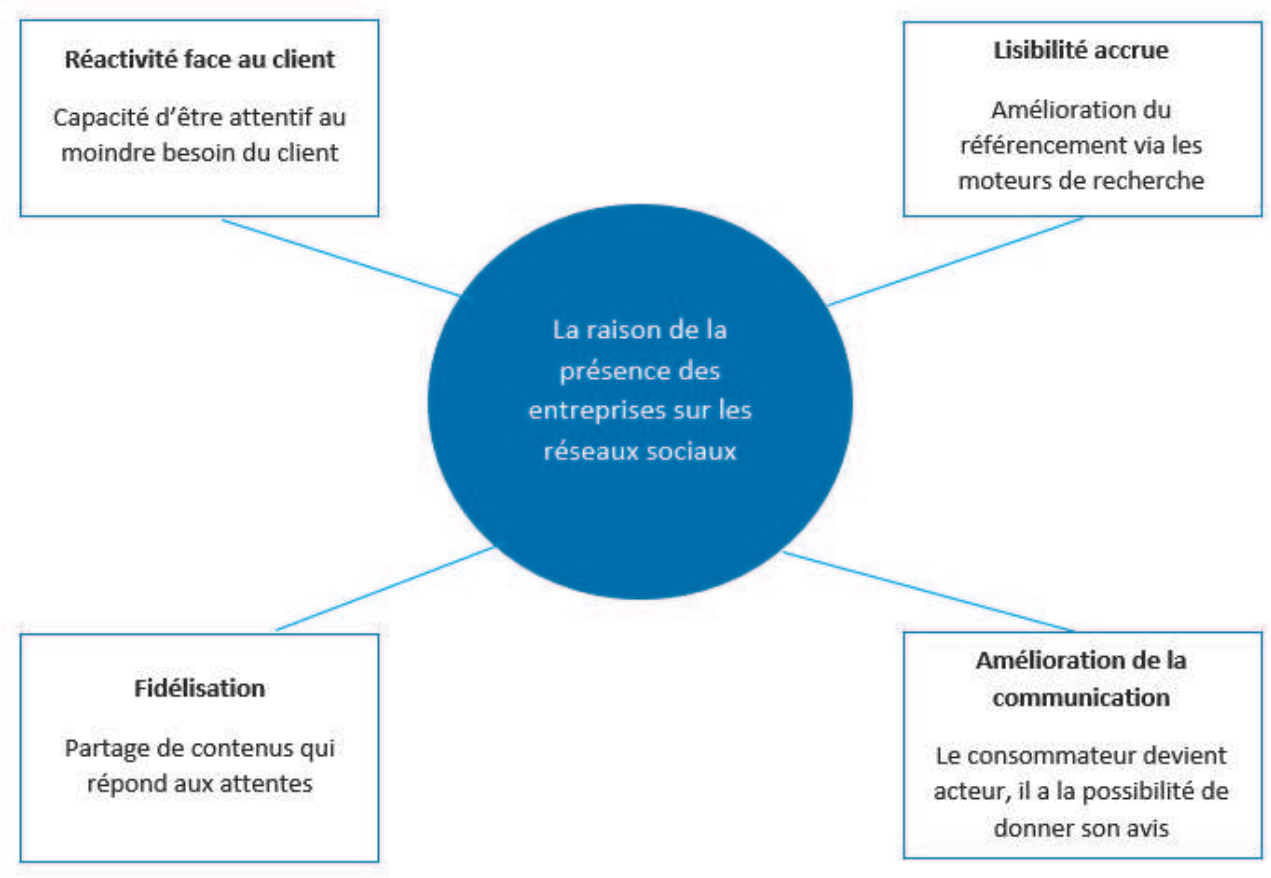
Les consommateurs exigent d'être bien informés tout au long de leur parcours d'achat [...].

[...] À quelques nuances près, où qu'ils soient dans le monde, ils ont les mêmes attentes : une information claire et complète [...], des sources diversifiées, des conseils personnalisés proposés par de « vrais » vendeurs, la caution des labels et certifications, des valeurs de marque mises en avant ou encore le respect de l'environnement.

En France, 86 % des consommateurs se sont renseignés sur internet avant d'acheter en magasin. [...] et 39 % sont prêts à payer plus cher pour des informations de qualité [...].

Source : avril 2021 - Étude OpinionWay pour Akeneo sur l'expérience produit.

Document 12 - Les raisons de la présence des entreprises sur les réseaux sociaux



Source : les auteurs

Document 13 - Renou Textiles recycle son coton pour tisser des chaussettes

L'entreprise limousine lance une gamme fabriquée à partir de chutes de tissu [...] En fin d'année dernière, Renou Textiles a trouvé la technique pour revaloriser ses chutes de coton inutilisées, qui étaient auparavant [...] détruites. Une manière d'éviter le gaspillage et de se positionner sur le créneau d'une industrie de la mode qui se veut plus respectueuse de l'environnement. « Cela représente environ 60 000 euros de matières premières chaque année et jusqu'à présent, il n'existait pas vraiment de solution », explique Aymeric Renou, dirigeant de l'entreprise [...].

La PME espère produire 10 000 paires de chaussettes recyclées cette année. Elle devrait vendre les premiers modèles courant mars, sous sa propre marque Maison Renou, mais aussi pour Archiduchesse, [...] l'un des clients professionnels de Renou Textiles déjà converti au coton recyclé. Pour Aymeric Renou, c'est une « tendance de fond, nous n'avons pas le choix » [...]. D'autant que c'est dans l'air du temps. « Les nouvelles générations, comme nos enfants, nous en parlent tout le temps ».

Sources : D'après Janvier 2022 - Par Nathalie CoL, France Bleu Limousin et Mars 2022 - Par Romain Béteille, Les Echos

Document 14 - Entretien avec Aymeric Renou (partie 2)

Le contexte économique et sanitaire a-t-il impacté votre activité ?

Aymeric Renou - Comment ne l'aurait-il pas impacté ? La Covid et les fermetures d'usines que cela a entraînées ont touché nos fournisseurs, et les fournisseurs de nos fournisseurs. La production qui a été perdue durant cette période ne sera pas rattrapée. Il y a donc des pénuries qui risquent de durer, accompagnées de hausses de prix de matières premières. Mais l'approvisionnement ne concerne pas que l'achat de matières premières. Certains de nos fournisseurs se trouvent à l'autre bout du monde, et le coût du transport maritime a explosé : + 60 %. Donc, oui, nous avons été impactés, mais nous sommes optimistes.

En 2022, grâce au plan « France relance », nous agrandissons notre usine avec le soutien financier de l'État. Actuellement nous disposons de 120 machines qui fonctionnent 24h sur 24h. Cet investissement, d'environ 1,4 million d'euros, va permettre d'augmenter notre production totale de 500 000 paires.

Beaucoup d'entrepreneurs évoquent des difficultés de recrutement, est-ce aussi votre cas ?

Aymeric Renou - Oui, nous sommes confrontés à ce problème.

On a peu de rotation, certains salariés sont chez nous depuis des décennies. Mais pour limiter les départs, nous améliorons les conditions de travail. Sur certains postes de production, les tâches sont répétitives, nous sommes donc attentifs à l'ergonomie.

Les besoins en ressources humaines sont plutôt liés à nos projets : l'agrandissement et le développement de notre marque.

Les nouveaux robots qui équiperont notre parc de production vont nous permettre d'être plus productifs pour fabriquer nos chaussettes, donc l'effectif salarié évoluera peu. Mais nous aurons besoin de nouvelles compétences. On agit en interne, on n'hésite pas à faire évoluer nos employés,

comme je vous l'ai déjà dit, on les forme. Nous avons ainsi les compétences nécessaires et les salariés ont l'opportunité d'augmenter leur salaire.

Mais tout ne peut pas se faire en interne. Nous chercherons aussi à recruter en externe pour ce projet et pour le développement commercial de notre marque.

Source : document interne, les auteurs

Document 15 - Bilan fonctionnel 2021 de Renou Textiles

ACTIF		**PASSIF**	
	2021		2021
Emplois stables		**Ressources stables**	
- Immobilisations brutes	1 875 278	*- Capitaux propres*	1 904 898
- immobilisations incorporelles	*39 583*	*- Amort., dépréciat. et prov.*	1 128 196
- immobilisations corporelles	*1 734 551*	*- Dettes financières stables*	586 902
- immobilisations financières	*101 144*		
Total	**1 875 278**	**Total**	**3 619 996**
Actif circulant		**Passif circulant**	
- Stocks	488 944	*- Avances et acomptes reçus*	-
- Avances et acomptes versés	-	*- Dettes fournisseurs*	298 810
- Créances clients	689 348	*- Dettes fiscales et sociales*	359 458
- Autres créances	201 273	*- Dettes sur immobilisations*	-
- Charges constatées d'avance	1 855	*- Autres dettes*	89 837
Total	**1 381 420**	*- Produits constatés d'avance*	-
		Total	**748 105**
Trésorerie active	**1 111 403**	**Trésorerie passive**	-
Total	***4 368 101***	**Total**	**4 368 101**

Les données ont été adaptées pour les besoins du sujet.

Source : document interne à l'entreprise

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.