



INSTITUT SAINT JOSEPH

Ecole • Collège • Lycée • Enseignement supérieur

Etablissement privé sous contrat d'association avec l'Etat

Classe de Terminale STMG

Nice, le 03 juillet 2023

L'année scolaire prochaine sera synonyme de conclusion de votre parcours lycéen. Elle revêt plusieurs enjeux majeurs tels que l'obtention du baccalauréat ou l'orientation en études supérieures. Ainsi, une attitude sérieuse et un travail régulier seront incontournables pour asseoir votre réussite.

Les résultats obtenus tout au long de l'année sont essentiels dans le cadre du contrôle continu. Ils seront d'autant plus importants qu'ils seront intégrés dans PARCOURSUP, plateforme web destinée à recueillir et gérer les vœux d'affectation des futurs étudiants de l'enseignement supérieur français.

Chacun, s'il s'en donne les moyens, peut réussir et réussira !

Ce courrier précise les fournitures à prévoir pour la rentrée scolaire en fonction de chaque discipline. Il est inutile de les apporter le jour de la rentrée, à l'exception de la calculatrice.

En attendant de vous accueillir pour la dernière ligne droite de ce cycle terminal, je vous souhaite un bel été, serein et reposant.

Le chef d'établissement adjoint
M. DUBOIS-DARET

L'organisation de l'établissement

Les locaux

L'**entrée** dans le lycée se fait par le **portail** situé **rue Papon**.

Chaque élève doit présenter obligatoirement son carnet de correspondance et ouvrir son sac pour contrôle visuel.

Les cours du **lycée** se déroulent intégralement dans le bâtiment **principal**.

Chaque classe dispose de sa propre salle de cours :

Terminale STMG : salle 516 (5^{ème} étage)

Le personnel administratif et éducatif du second degré

Direction		
Chef d'établissement coordonnateur Chef d'établissement du 2 nd degré	M. VELASCO	Bâtiment principal 1 ^{er} étage
Chef d'établissement adjoint	M. DUBOIS-DARET	Bâtiment principal 1 ^{er} étage
Le personnel de vie scolaire		
CPE	M. LATREILLE	Bâtiment principal 2 ^{ème} étage
Surveillants	Mme BORDONNAT Mme GUEYE M. MALAUSSENE Mme VIVANCOS Mme YACOUBI	Bâtiment principal 2 ^{ème} étage
Accueil – Comptabilité – Secrétariat		
Secrétariat - Accueil	Mme ALLIOT Mme BORDONNAT	Bâtiment principal RDC
Secrétariat de direction	Mme JACQUESSON Mme SUSTRA	Bâtiment principal 1 ^{er} étage
Comptabilité	Mme BOSIO	Bâtiment principal 1 ^{er} étage
Pastorale		
Animateurs Pastorale Scolaire	Mme CAYOL M. PIANA	Bâtiment principal 3 ^{ème} étage

Les horaires

Matin	08h00 – 12h00	Récréation De 09h55 à 10h10
Après-midi	13h30 – 17h25	Récréation De 15h20 à 15h35

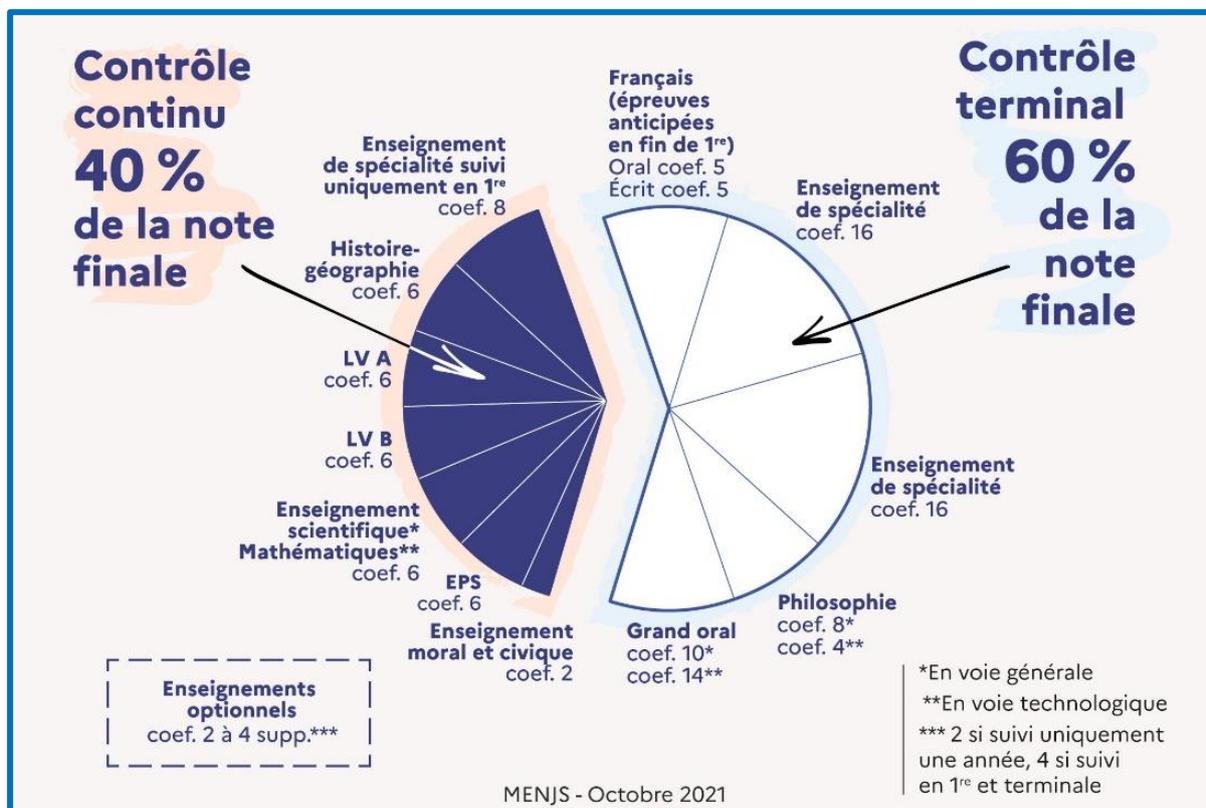
Les enseignements de Terminale dans la voie technologique STMG

Enseignements communs	2 Enseignements de spécialité :
<ul style="list-style-type: none"> Philosophie Mathématiques Histoire, géographie Enseignement Moral et Civique Langues vivantes A et B EPS 	<ul style="list-style-type: none"> Droit et économie Management, Sciences de gestion et numérique (MSDGN) <ul style="list-style-type: none"> ☞ enseignement commun ☞ enseignement spécifique : GF, MK, RH, SIG
+ Enseignement technologique en langue vivante A (cours de management en anglais)	

Option

Droit et grands enjeux du monde contemporain

Les épreuves du baccalauréat technologique STMG



EVALUATION EN CLASSE DE TERMINALE

Evaluation en contrôle continu :

- Mathématiques
- Histoire-géographie
- EMC
- Langue vivante A
- Langue vivante B
- EPS
- Option

Epreuves ponctuelles :

- Spécialités : 1 épreuve écrite par spécialité
- Philosophie : épreuves écrites
- Grand oral

Fournitures à prévoir

FOURNITURES COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ENSEIGNEMENTS	
<ul style="list-style-type: none"> Feuilles doubles à grands carreaux ; Feuilles simples à grands carreaux ; Pochettes plastifiées. 1 pochette de 8 surligneurs minimum ; 1 pochette de stylos « feutres Flair Papermate » (au moins 8 couleurs différentes) ; 1 stylo 4 couleurs 2 ramettes de papier A4 80g <p>(à apporter le jour de la rentrée)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 paire de ciseaux ; 1 agrafeuse ; 1 tube de colle ; 1 ruban adhésif ; 1 règle ; 1 crayon à papier ; 1 gomme ; 1 correcteur.
ENSEIGNEMENTS DE SPECIALITE	
Droit - Economie	<ul style="list-style-type: none"> 1 classeur souple.
Management, SDGN <i>Enseignement commun</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1 classeur à dos large (70 mm) ; 5 intercalaires (4 thèmes = 1 intercalaire par thème + 1 intercalaire méthodologie) ; 50 Feuilles simples à grands carreaux de couleur jaune (rédaction des synthèses) ; 1 porte-vues (40 vues) pour la réalisation de l'étude de gestion ; 1 calculatrice.
Management, SDGN <i>Enseignement spécifique</i> <i>GF, MK, RH, SIG</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1 classeur souple.
Enseignement technologique en langue vivante (ETLV)	<p>1h de cours de Management par semaine assuré en anglais <i>La séance est animée conjointement par un professeur de management et d'anglais</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 1 classeur.
ENSEIGNEMENTS GENERAUX COMMUNS	
Philosophie	<ul style="list-style-type: none"> 1 cahier 24x32 ou 1 classeur 1 répertoire pour noter les concepts philosophiques et leur définition
Mathématiques	<ul style="list-style-type: none"> 1 cahier 24x32 ; 1 calculatrice TEXAS INSTRUMENT mode examen au choix : TI-83 Premium ou TI-82 Advanced <p style="text-align: center; color: red;">⇒ calculatrice à apporter le jour de la rentrée</p>
Histoire géographie EMC	<ul style="list-style-type: none"> 2 porte-documents (160 vues) crayons de couleur Gabarit NORMOGRAPHE TECHNIC
LVA Anglais	<ul style="list-style-type: none"> 1 cahier 24x32.
LV B Allemand	<ul style="list-style-type: none"> 1 classeur ou 1 cahier 24x32, au choix de l'élève ; 1 dictionnaire français-allemand / allemand-français ; 1 carnet de vocabulaire (pas de répertoire).

LV B Espagnol	<ul style="list-style-type: none"> • 1 cahier 24x32 ou un classeur, au choix de l'élève.
LV B Italien	<ul style="list-style-type: none"> • 1 classeur • 4 intercalaires • 1 cahier petit format pour le lexique
EPS	<ul style="list-style-type: none"> • Short ou jogging • Tee-shirt de l'établissement remis à la rentrée scolaire • Chaussures de sport (pas de chaussures en tissu) • Bouteille d'eau ou gourde • Sac de sport
Option Droit et Grands enjeux du monde contemporain	<ul style="list-style-type: none"> • 1 classeur souple.

Cours de philosophie

Lecture d'été **OBLIGATOIRE** :

Charles Pépin, Une semaine de philosophie.
Collection J'ai Lu.

Mme Billy, professeure de philosophie

Cours de droit-économie

Revoir le cours de droit et d'économie. A la rentrée il y aura un QCM de révision (qui comptera dans la moyenne du 1^{er} trimestre).

Mme Pozo, professeur de droit-économie

Cours de management

L'épreuve de spécialité Management, Sciences de gestion et numérique au baccalauréat STMG porte sur le programme de :

- Sciences de Gestion et Numérique de 1^{ère} STMG ;
- Management de 1^{ère} STMG ;
- Management, SDGN enseignement commun de Tle STMG.

Ainsi, il convient pour chaque élève de mettre à profit l'été pour s'assurer des acquis de la classe de première, ne pas les fragiliser ou les renforcer.

Chaque élève pourra prendre plaisir à « surfer » sur les vagues du Management et de la Gestion au cœur de cet été 2023.

L'ensemble du travail sera à apporter lors du premier cours de management de l'année scolaire.

Parallèlement à ces applications, les élèves veilleront à revoir régulièrement les notions des programmes de première.

Bon été et à bientôt pour de nouvelles aventures au cœur des organisations !

M. Dubois-Daret, professeur d'économie-gestion

Dossier 1

1. Repérer les éléments caractéristiques de l'organisation Lelandais Fermetures.
2. Identifier le problème de management auquel a été confrontée cette organisation à ses débuts.
3. Repérer et analyser les choix stratégiques opérés par Lelandais Fermetures pour remédier à ce problème.
4. Préciser l'objectif stratégique actuel de l'organisation puis indiquer les décisions prises par le dirigeant pour l'atteindre.
5. Montrer comment le système d'information participe à la performance de Lelandais Fermetures.

14 rue Barla – 06300 NICE

Tél : 04 92 00 47 47 – Fax : 04 93 89 15 59 – Site Internet : www.stjoseph-nice.com

Annexe 1 : Découvrez Lelandais Fermetures

La société Lelandais Fermetures, est implantée à Saint-Maur-des-Fossés (Île-de-France) où elle a ouvert son showroom et basé son entrepôt. Liée à un secteur d'activité spécifique du bâtiment, celui de la serrurerie métallerie, cette organisation est spécialisée dans la fourniture et la pose d'équipements de fermeture pour les particuliers, les magasins, les restaurants. Elle commercialise des fenêtres, des portes, des volets et stores, des portails, des automatismes de fermeture.

Monsieur Jean-Claude Lelandais a fondé cette organisation en 2011 avec 7 500 euros de capital. Celle-ci propose des produits de qualité car son dirigeant a conclu un contrat de distribution lui accordant une exclusivité sur l'Île-de-France avec le chef de file et pionnier européen Internorm (marque autrichienne) qui fait référence en matière de robustesse des matériaux et de haute technologie. Monsieur Lelandais a recruté une équipe de poseurs qui possèdent un savoir-faire d'exception dont les compétences accompagnent des clients prestigieux dans des projets qui proposent un défi technologique.

Jean-Claude Lelandais s'appuie, au total, sur une équipe de neuf personnes dont un technicien conseil, deux commerciaux juniors, quatre poseurs, une assistante de direction. Son entreprise possède une flotte de quatre véhicules.

Cette SARL effectue ses chantiers exclusivement en Île-de-France. Son chiffre d'affaires provient pour 75 % des particuliers. Elle a obtenu le label Reconnu Garant de l'Environnement (RGE) qui permet à ses clients l'obtention d'un Crédit d'Impôt pour la Transition Énergétique (CITE) de 30 %. Ce dispositif légal sera prolongé en 2016.

Source : d'après www.lelandaisfermetures.com

Annexe 2 : Entretien avec le dirigeant de Lelandais Fermetures

Quelles ressources avez-vous mobilisées lors de la création de votre entreprise ?

« Nous avons sollicité un prêt d'aide à la création d'entreprise de 25 000 euros fourni par la Banque Publique d'Investissement (BPI) car j'avais un capital initial limité à 7 000 euros. Les fonds ont été utilisés pour l'achat de véhicules commerciaux, l'équipement informatique de la société, l'achat de logiciels bureautiques et la communication ».

Quels ont été vos principaux choix ?

« Les deux premières années, nos réalisations étaient standards donc je ne me démarquais pas de la concurrence. Dans un contexte de morosité du secteur d'activité, notre positionnement sur l'entrée et le milieu de gamme nous exposait à une concurrence très vive, ce qui contraignait fortement nos marges et freinait notre développement. Ainsi, l'impérative maîtrise de nos frais fixes nous imposait de recourir à la sous-traitance pour nos prestations de pose. En outre, nous manquions de visibilité et de notoriété.

J'ai alors pris la décision capitale de monter en gamme en privilégiant le fournisseur Internorm. J'ai aussi fait de mon showroom une vitrine de la technologie actuelle et déplacé celui-ci dans un endroit très accessible et visible. Dès lors, mon chiffre d'affaires a décollé et ma notoriété s'est développée. Précédemment, je réalisais mes chantiers avec une équipe de poseurs sous-traitants particulièrement efficace.

Mais le coût de la sous-traitance et le risque lié à la perte d'information me posaient problème. J'ai donc décidé de les embaucher en contrat à durée indéterminée (CDI). Pour la partie commerciale, j'ai instauré une réunion tous les mardis après-midi, durant laquelle nous analysons une feuille de résultats, sur tableur.

Cela me permet de mesurer les écarts par rapport aux objectifs mensuels et d'effectuer une analyse fine de la situation : d'où proviennent mes clients, quels types de produits demandent-ils ? »

Comment l'entreprise entre-t-elle en contact avec sa clientèle ?

« En partenariat avec notre fournisseur, nous participons à un salon commercial d'envergure, la foire de Paris, qui génère de nombreux contacts. Mais la collecte de l'information ne s'arrête pas là : les demandes proviennent également de notre site internet, du showroom et du

parrainage des anciens clients. Cela alimente notre base de données interne, laquelle enregistre les coordonnées des clients, le type de prestation à réaliser. À la signature du contrat, nous compléterons celle-ci par le chiffre d'affaires généré ».

Le système d'information joue-t-il un rôle central chez Lelandais Fermetures ?

« Le projet du client doit être soigneusement étudié. Le croquis établi par le commercial permet de voir la faisabilité de celui-ci. Un devis est envoyé au client par courriel. En cas d'accord, un contrat est rédigé et enregistré dans notre base de données avec une référence client. Notre commercial effectue alors un relevé plus détaillé des mesures avec le progiciel Autocad puis c'est l'assistante commerciale qui fait parvenir, par internet, la commande à notre fournisseur. Celui-ci nous communique par courriel la date de livraison et mon assistante contacte le client par téléphone pour fixer le jour de pose. Cette information est immédiatement basculée sur l'agenda partagé où l'on peut suivre l'évolution de nos chantiers. Le chantier terminé, le commercial fait signer au client un « procès-verbal de réception » des travaux avec la mention « certification conforme » (celle-ci indique la conformité des travaux au contrat de départ). Quelques semaines plus tard, nous procédons à une enquête de satisfaction. Ce retour d'information nous conforte sur le choix de qualité pour lequel j'ai opté. L'ensemble de nos clients est satisfait ou très satisfait. Nous collectons aussi les commentaires sur le réseau social de l'organisation. Mais j'ai également à ma disposition une source d'information permanente pour suivre les faits et gestes de mes concurrents : je suis abonné au site www.societe.com qui propose une option d'alerte dès que l'un d'entre eux fait l'objet d'une publication ».

À quelles contraintes devez-vous faire face ?

« La coordination de l'information me soucie : je dois réunir les données issues des différents supports et je n'ai pas une vision en temps réel de mon activité. Je cherche aujourd'hui à faire évoluer mon système d'information afin d'être encore plus réactif dans ma prise de décision. D'autre part, en matière de logistique, les marchandises me sont livrées par containers puis sont entreposées sur des palettes avec des risques de détérioration. J'ai aussi l'obligation légale de recycler les anciennes fenêtres des clients en les apportant jusqu'à la déchetterie. Enfin, je me dois de suivre l'évolution législative liée aux avantages fiscaux, à la réglementation du travail ».

Quelles sont vos perspectives actuelles ?

« Nous sommes en phase de croissance : chaque année le chiffre d'affaires augmente de 50%. J'ai pour objectif de rester sur cette cadence qui garantira notre développement, je recherche un emplacement pour l'ouverture d'une nouvelle agence. Le challenge est important, la charge de travail de chacun s'intensifie. J'effectue actuellement un recrutement ambitieux : deux poseurs, une assistante commerciale. J'espère ainsi faire face à ce défi ».

Dossier 2

Pour répondre aux attentes des consommateurs et accentuer sa différenciation, Raidlight innove sans cesse. Un nouveau produit a été lancé en 2015 : le sac de course trail « Responsiv 15 L ».

Calculez le prix de vente public du sac « Responsiv 15 L ».

Annexe : Données chiffrées pour la fixation du prix du sac « Responsiv 15 L »

☞ Coût de revient pour un sac :

-Matières premières (plastique, tissu) : 160 grammes à 50 euros le kilo ;

-Systèmes de fermeture : 7 euros ;

-Production pour un sac :

Découpe des matières	30 minutes	
----------------------	------------	--

14 rue Barla – 06300 NICE

Tél : 04 92 00 47 47 – Fax : 04 93 89 15 59 – Site Internet : www.stjoseph-nice.com

Thermocollage	1 heure	Coût estimé à 17 euros de l'heure
Finitions et tests	1 heure et 30 minutes	

-Autres charges (recherche et développement, distribution) : 20 euros.

- ⇒ Taux de marge de Raidlight : 35 %.
- ⇒ Marge moyenne des distributeurs : 21,40 euros.
- ⇒ TVA : 20 %

Dossier 3

Créée en 1924 et située à Montceau-les-Mines (Saône-et-Loire), la Manufacture Perrin est spécialisée dans la confection de chaussettes et de collants. Au fil du temps, d'autres produits coordonnés (gants, bonnets, écharpes) sont venus élargir la gamme et ont contribué à entretenir la réputation de la société, devenue un symbole du savoir-faire français dans la bonneterie.

Afin d'atteindre l'objectif préalablement fixé (conquérir de nouvelles parts de marché en développant leur clientèle), de nouveaux projets sont envisagés par les dirigeants de la Manufacture Perrin. Franck et Martine Couturier envisagent de participer au salon « Who's Next » qui se déroule chaque année à Paris.

1. Calculez le coût fixe de la participation au salon « Who's Next ».
2. Déterminez le seuil de rentabilité en valeur de la participation à ce salon.
3. Appréciez la pertinence, pour la Manufacture Perrin, de participer au salon « Who's Next ».

Annexe 1 : Présentation du salon « Who's Next »

« Who's Next » est le rendez-vous incontournable pour tous les acteurs de la mode.

Réservé aux professionnels, il présente tous les secteurs du marché : prêt-à-porter féminin, mode urbaine et homme, accessoire de mode, chaussure, maroquinerie et bagage, bijou.

Plus qu'un salon, « Who's Next » est aussi, au travers de ses expositions, défilés et conférences, une source indispensable d'informations sur les tendances.

Depuis plus de 20 ans, « Who's Next » Prêt-à-porter Paris se positionne comme LE lieu pour promouvoir la création.

Des jeunes créateurs de marques bien établies, des labels urbains aux artisans, nos équipes ont toujours mis en avant la beauté des produits et le savoir-faire, quel que soit le contexte ou l'origine.

Cette recherche de la nouveauté, de l'innovation et de l'esthétisme, sans oublier la dimension humaine a probablement contribué à ce que nos événements acquièrent une reconnaissance internationale.

À une époque où la standardisation et la mondialisation sont partout, nous faisons de notre mieux pour répondre aux questions, aux doutes, aux besoins et aux espoirs des acteurs de la mode.

Chiffres clés :

- 5 000 visiteurs à chaque édition
- 2 000 exposants

Catégories d'exposants :

- Vêtements* : 39 %
- Bijoux* : 15 %
- Chaussures* : 14 %
- Maroquinerie, sacs, bagages* : 14 %
- Foulards* : 8 %
- Chapeaux* : 5 %
- Autres accessoires* : 5 %

Profil des visiteurs professionnels :

- Acheteurs* : 48 %

- Agents commerciaux¹⁰ : 6 %
- Concept stores¹¹ : 5 %
- Grands Magasins : 4 %
- E-commerce : 4 %
- Autres (stylistes....) : 33 %

Source : *promosalons.com*

Annexe 2 : Coûts liés au salon « Who's Next »

Franck Couturier se rendra sur le salon en compagnie de son designer Régis Gautreau, pour une durée de 4 jours. Ils seront présents sur un stand de 20 m².

Toutes les données fournies sont exprimées hors taxes.

Tarifs du stand de 20 m² au salon « Who's Next » :

- Frais d'inscription au salon : 1 000 €
- Emplacement nu : 260 € par m²
- Équipement (tapis, moquette, cloisons, spots, enseignes) : 44 € par m²
- Mobilier (formule haut de gamme : 1 comptoir, fauteuils, table basse) : 350 €
- Assurance obligatoire : 70 €
- Nettoyage du stand : 15 € par jour

Charges fixes supplémentaires :

- Forfait hébergement : 85 € par jour et par personne
- Forfait restauration : 400 € par personne pour la totalité du séjour
- Autres charges fixes (frais de déplacement, frais d'accueil des visiteurs....) : 700 €

Charges variables :

Sur cette opération, les charges variables sont constituées du coût de revient moyen qui est de 16 € par produit vendu.

Taux de marge :

L'entreprise applique un taux de marge de 40 % sur ses produits.

Dossier 4

Réaliser le diagnostic externe de Printo3D.

Annexe 1 - La start-up du mois : Printo3D

Implantée à Roubaix (59), la SAS Printo3D au capital de 150 000 euros, créée en 2014 par deux jeunes ingénieurs, Gatien Vignal et Mathias Régent, conçoit et vend des imprimantes 3D, simples à utiliser. En 2012, la vision des deux futurs entrepreneurs est la suivante : les imprimantes 3D coûtent une petite fortune et ne sont pas complètement compréhensibles pour tout le monde. Leur conviction : cette technologie a sa place dans les foyers, à condition de la rendre techniquement et financièrement accessible. Cette start-up a vite grandi et compte aujourd'hui 34 collaborateurs de 25 ans de moyenne d'âge. Son but : démocratiser l'usage de la 3D.

Annexe 2 - Printo3D, l'Ikea de l'impression 3D

Ne dites pas à Gatien Vignal, le cofondateur de Printo3D, que l'impression 3D est réservée aux professionnels. « On disait la même chose des ordinateurs dans les années 1970 », s'agace-t-il. « Je pense que d'ici quelques années, beaucoup de gens se serviront d'une imprimante 3D, même si elle ne ressemblera pas à celle-ci ». En l'occurrence, il désigne une

14 rue Barla – 06300 NICE

Tél : 04 92 00 47 47 – Fax : 04 93 89 15 59 – Site Internet : www.stjoseph-nice.com

petite imprimante rudimentaire orange et grise baptisée P3DEasy. Il s'agit d'une imprimante commercialisée sous deux formes : en kit ou déjà montée. Elle permet d'imprimer très facilement des objets en plastique de 200x200x200 mm. « Le but était de concevoir l'imprimante la plus simple possible pour que tout le monde puisse l'utiliser », explique le jeune homme.

Printo3D a vendu 500 imprimantes par mois en 2016. Elles sont fabriquées dans son usine de Roubaix (Nord). La start-up table sur 2,5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017 et sur le double l'année prochaine. Selon le cabinet Gartner, les ventes d'imprimantes 3D devraient passer à 6,7 millions d'unités en 2020, contre 200 000 en 2015. Malgré les réticences du grand public concernant la complexité et l'utilité de l'imprimante 3D, les deux fondateurs restent persuadés que ce marché encore très étroit va devenir un marché de masse à condition de proposer des produits adaptés à la clientèle des particuliers.

Cette vision est confirmée par l'arrivée de nouveaux concurrents européens et américains sur le marché.

Face à ce constat, la logique des deux entrepreneurs demeure celle de l'audace, de la créativité et de l'innovation. En effet, la jeune pousse souhaite poursuivre sa démocratisation de l'impression 3D avec un nouveau produit simple et bon marché (300 euros). En effet, la société vient d'emprunter trois millions d'euros sur les marchés financiers pour investir et mener à bien son nouveau projet. Elle va donc faire évoluer la P3DEasy, son imprimante phare, qui deviendra la P3D200. Plus performante, encore plus simple à monter et à utiliser, elle sera proposée à partir de 299 euros pour le modèle en kit. La P3D200 sera plus stable et silencieuse grâce à ses patins en silicone et plusieurs renforts seront ajoutés pour renforcer la structure. En somme, la machine sera plus fiable.

De plus, Printo3D proposera de nouveaux services pour diffuser son usage. Elle va ainsi enrichir son offre grâce à un système de box : en plus du fichier numérique de l'objet à imprimer (éolienne, microscope, enceintes...), l'utilisateur recevra une petite boîte contenant notamment des composants électroniques qui complètent la pièce.

Pour accompagner le lancement de ce nouveau produit, Gatien Vignal souhaite embaucher dix demandeurs d'emploi en situation de chômage de longue durée.

Dossier 5

Réaliser le diagnostic interne de l'organisation Motorfy

Annexe - Motorfy : un succès technologique, industriel et commercial

En 1969, alors que le marché de la motorisation domestique reste à inventer, Motorfy, située à Dijon, 35 salariés et 6,55 millions de francs (soit l'équivalent d'un million d'euros) de chiffre d'affaires, est un fournisseur pour l'industrie de la mécanique de précision. Mais Motorfy n'arrivait plus à remplir le carnet de commandes. Son directeur s'est donc lancé dans la recherche d'un domaine d'activité où Motorfy pourrait fabriquer et commercialiser des produits finis. Au même moment, Nevo, un fabricant lyonnais de stores et volets roulants avait eu l'idée de motoriser ses produits. De cette rencontre, naissaient les premiers moteurs pour stores et volets roulants. En 1985, la SAS Motorfy rachète Nevo, investit dans une nouvelle unité de production à la périphérie de Dijon et devient fabricant de stores et volets motorisés. Fin 2016, Motorfy réalise un chiffre d'affaires de 45 millions d'euros dont 35 % à l'international (essentiellement en Belgique et aux Pays-Bas). Elle emploie 225 salariés compétents, qualifiés et fidèles à l'entreprise. 20 % d'entre eux ont plus de 58 ans.

Mais les dirigeants de Motorfy sont inquiets car leurs moteurs vont perdre leurs brevets qui tomberont bientôt dans le domaine public. De plus, la demande évolue vers les objets connectés et leur commande à distance. Ce qui suppose de nouveaux protocoles de communication pour ses automatismes commandés sans fil. Motorfy souhaite se positionner sur un nouveau marché, celui de la domotique domestique, aujourd'hui convoité par les géants américains comme Google ou Apple. Le défi de la maison connectée vient ainsi d'être confié

à Pierre Desprez, nommé à la présidence du directoire en mars dernier. Il envisage pour les dix prochaines années de réinvestir tous les bénéfices dans la recherche et développement ainsi qu'en développement commercial.

Le plan à long terme est si simple qu'il devrait fonctionner à la perfection : mise au point de nouveaux produits brevetés, développement à l'international (essentiellement dans l'Union Européenne) et relance de l'outil de production avec la création d'une nouvelle usine. « Le lancement de la gamme domotique marquera un nouveau tournant devant permettre à Motorfy de reprendre des parts de marché. Notre société a tous les atouts pour jouer un rôle déterminant. Je mettrai toute mon énergie et mes compétences pour mettre en œuvre les nécessaires adaptations de Motorfy à ces nouveaux défis. Pour entamer cette nouvelle phase du développement, je sais pouvoir m'appuyer sur l'esprit d'initiative et de performance de toutes les équipes de l'entreprise », commente Pierre Desprez.

Motorfy doit consolider son avance sur ses marchés historiques (motorisations et automatismes) tout en anticipant les mutations qu'implique l'avènement de la maison connectée. Cependant, malgré la qualité du personnel actuel, Motorfy ne possède pas toutes les compétences nécessaires pour réussir ce virage stratégique. Ce point essentiel doit être étudié afin d'aborder correctement ce challenge de taille.

Avec plus de 45 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016 et une progression de 10,6 % du résultat opérationnel courant à huit millions d'euros, le groupe bénéficie d'une bonne marge de manœuvre pour investir dans ces nouveaux projets.