|  |
| --- |
| **THÈME 2 : LA RÉGULATION DE L’ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE** |

**Comment l’entreprise intègre-t-elle la connaissance**

**de son environnement dans sa prise de décision**

|  |  |
| --- | --- |
| Compétences | Savoirs associés |
| * Repérer les principaux éléments du macro environnement de l’entreprise * Analyser les évolutions de l’environnement et en identifier les conséquences sur la situation de l’entreprise | * Les caractéristiques de l’environnement : facteurs politiques, légaux, économiques, socioculturels, technologiques et environnementaux * Le rôle de l’innovation |

L’environnement des entreprises textiles est en permanente évolution, il est porteur de menaces et d’opportunités. C’est pourquoi la société Lilou Créations doit surveiller son environnement et le prendre en compte dans sa prise de décision stratégique.

La société Lilou Créations dirigée par Lise Delhau a mis au point des tissus intelligents combinant des fibres textiles traditionnelles aux technologies numériques, optiques, ou encore biotechnologiques. Mais la matière première principale utilisée pour le tissage reste le coton.

Plan du dossier

[les Ressources notionnelles 3](#_Toc525483536)

[Ressource 1 : La méthode d’analyse du macro-environnement : PESTEL. 3](#_Toc525483537)

[Ressource 2 : Le rôle de l’innovation selon Schumpeter 3](#_Toc525483538)

[Ressource 3 : « L’innovation, c’est stratégique ! » 3](#_Toc525483539)

[Ressource 4 : Les quatre types d’innovation selon l’OCDE 4](#_Toc525483540)

[Les ressources documentaires 5](#_Toc525483541)

[Annexe 1 : La consommation mode et textile en France 5](#_Toc525483542)

[Annexe 2 : Panorama du marché du textile en France 5](#_Toc525483543)

[Annexe 3 : La part du budget « vêtements » a diminué d’un tiers depuis 55 ans 5](#_Toc525483544)

[Annexe 5 : Les nouveaux dragons du textile 6](#_Toc525483545)

[Annexe 6 : Une mise en concurrence mondiale 6](#_Toc525483546)

[Annexe 7 : L’évolution du cours du coton. 7](#_Toc525483547)

[Annexe 8 : Textiles, la révolution technologique 7](#_Toc525483548)

[Annexe 9 : Le textile connecté n’est-il qu’un simple gadget pour geek ? 7](#_Toc525483549)

[Annexe 10: Dispositifs d'appui aux industries de la mode 8](#_Toc525483550)

[Annexe 11 : Le Crédit d'impôt recherche (CIR) 8](#_Toc525483551)

[Annexe 12 : L’objectif du R3ILAB : soutenir l’innovation 8](#_Toc525483552)

**À partir des annexes 1 à 12 et avec l’aide de la ressource 1, répondre aux questions suivantes :**

**1.** Repérer les menaces de l’environnement qui pèsent sur la société Lilou Créations et caractériser-les à l’aide de la méthode PESTEL.

**2.** Relever et classer les opportunités du marché du textile offertes à la société Lilou Créations.

**3.** Montrer les impacts des innovations technologiques sur les entreprises Textiles.

**4.** Indiquer quelles sont les orientations stratégiques ?) possibles pour l’entreprise Lilou Créations.

**5.** Analyser les conséquences du réchauffement climatique sur l’activité et le développement des entreprises textiles.

Concurrence internationale oblige, dans la confection comme dans la création, se distinguer par l’innovation est essentiel pour pouvoir concurrencer les tissus fabriqués dans les pays asiatiques ou du Moyen Orient où les coûts de fabrication sont moindres. C’est pourquoi la société Lilou Créations a réalisé de nombreux investissements depuis dix ans.

La société possède un parc ultra moderne de 12 métiers à tisser sur son site au cœur des Bouches du Rhône. Dans les mois à venir, le site de la société, devrait encore s’étendre pour accueillir deux nouveaux métiers à tisser améliorant les procédés de fabrication et financés notamment grâce aux aides de l’État.

La haute technologie de ce nouvel équipement lui permettra de répondre à toutes les demandes avec un maximum de souplesse et de réactivité.

Le laboratoire de recherche est composé d’un ingénieur textile et de deux ingénieurs chimistes en charge de la découverte de textiles innovants, par exemple, l’équipe vient d’inventer une nouvelle fibre à base d’algues brunes et rouges qui stimule le métabolisme et crée une sensation de bien-être immédiate.

Par ailleurs, la société vient d’investir dans un studio de style, véritable force de proposition pour les clients à partir du plan de collection jusqu’à la mise au point du tissu.

Pour information

*Algues: Ensemble des organismes autotrophes c'est-à-dire capables de se développer uniquement à partir d'éléments simples comme le gaz carbonique, l'eau, les sels minéraux..., éléments à partir desquels ils se développent par photosynthèse. Présentes depuis la nuit des temps, on en recense aujourd’hui près de 70 000 espèces à travers le monde ! 1 goutte d’eau de mer recèle 1 million de micro-algues ! Elles peuplent pour la grande majorité les milieux aquatiques eau de mer et eau douce. Les algues font partie du règne végétal.*

**À partir des annexes 1 à 12 et avec l’aide des ressources 2 à 4, répondre aux questions suivantes :**

**6.** Identifier les impacts de l’environnement économique et politique sur la politique d’innovation de la société Lilou Créations.

**7.** Définir le rôle de l’innovation selon Joseph Schumpeter puis indiquer les effets attendus de l’innovation pour la société Lilou Créations.

**8.** Caractériser les innovations de la société Lilou Créations selon la typologie définie par de l’OCDE en complétant le tableau ci-dessous.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Innovation | Produit | Procédé | Commercialisation | Organisation |
| Vêtement avec fibre à base d’algues |  |  |  |  |
| Création d’un studio de style |  |  |  |  |
| Nouveaux métiers à tisser modifiant les techniques de production |  |  |  |  |

# les Ressources notionnelles

## Ressource 1 : La méthode d’analyse du macro-environnement : PESTEL.

**La méthode PESTEL** permet de déterminer l'influence que peut avoir le macro-environnement sur la prise de décision dans l’entreprise. L'étude du macro-environnement permet d'identifier les facteurs propres à une situation en termes de menaces et d’opportunités pour l’entreprise. Le mot PESTEL est un acronyme : il s’agit d’analyser les facteurs macro-environnementaux qui influencent l’entreprise en les classant selon leur nature : **P**olitique - **É**conomique - **S**ociologique - **T**echnologique - **É**cologique -  **L**égal :– Politique : influence des pouvoirs publics (programmes des partis politiques, politique monétaire, protection sociale, politiques fiscales… en tenant compte des élections) ;

– Économique : inflation, chômage, croissance, taux de change, pouvoir d’achat, prix du carburant, etc. ;

– Sociologique : démographie, niveau culturel, vieillissement de la population, taux de natalité, valeurs, etc. ;

–Technologique : impact des innovations, investissements en R&D, etc. ;

– Écologique : climat, lutte contre la pollution, gestion des déchets, RSE, économies d’énergie, etc. ;

– Légal : textes juridiques applicables aux organisations (normes de sécurité, autorisations/ interdictions, droit du travail, droit commercial, droit fiscal…)

## Ressource 2 : Le rôle de l’innovation selon Schumpeter

|  |  |
| --- | --- |
|  | Joseph Schumpeter est un économiste autrichien, il naît en 1883, la même année que Keynes et l’année de mort de Marx. Il meurt en 1950.  Ce qui l’intéresse par-dessus tout, c’est l’évolution du système capitaliste : « il constitue, de par sa nature, un type ou une méthode de transformation économique, et non seulement il n’est jamais stationnaire mais il ne pourra jamais le devenir » écrit-il en 1942. Le moteur du système, c’est l’innovation et le progrès technique à travers le phénomène de « destruction créatrice ». |

C’est grâce à un « entrepreneur innovateur » que la dynamique économique se fait sentir à travers des progrès aussi bien quantitatifs (avec l’augmentation du niveau de production) que qualitatifs. L’entrepreneur est donc l’acteur fondamental de la croissance économique. Il aime le risque et est à la recherche du profit maximal. L’innovation lui permettra d’obtenir un monopole temporaire sur le marché. Il sera donc le seul pendant un certain temps à pouvoir produire cet objet qui lui rapportera donc gros.

<https://www.economie.gouv.fr/facileco/joseph-schumpeter>

## Ressource 3 : « L’innovation, c’est stratégique ! »

Selon la Commission Européenne, les entreprises ayant innové sur les 3 dernières années ont eu une croissance de 10% en moyenne de leur CA contre une baisse de 3% pour celles qui n'ont pas innové

L’[**innovation**](http://www.bpifrance.fr/Qui-sommes-nous/Nos-metiers/Innovation/Innovation) est le moyen de transformer les industries existantes pour qu’elles absorbent les révolutions en cours, et notamment celle du digital. Et même si on parle beaucoup de digital et de nouvelles technologies, pour Paul-François Fournier, la vision de l’innovation de Bpifrance va au-delà : « *L'innovation s'incarne dans le réel, pour le plus grand nombre. La technologie, c'est un élément, bien sûr, mais il faut aussi parler du modèle économique, trouver l’interface utilisateur, trouver de nouveaux usages…*».

Si l’innovation demande des moyens financiers, sa rentabilité est prouvée. Le retour sur investissement est souvent mesurable : préférence du consommateur, ouverture d’un nouveau marché, production plus rentable… autant d’éléments qui jouent sur le chiffre d’affaires.

<http://www.bpifrance.fr/A-la-une/Dossiers/innovercapaye-les-5-points-a-retenir/Pourquoi-innover>

## 

## Ressource 4 : Les quatre types d’innovation selon l’OCDE

 (L’OCDE) définit quatre types d'innovation : les innovations **de produit**, les innovations **de procédé**, les innovations **de commercialisation** et les innovations **d'organisation**.

|  |
| --- |
| **L'innovation de produit** |

L'introduction d'un bien ou d'un service nouveau. Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composants et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles.

|  |
| --- |
| **L'innovation de procédé** |

La mise en œuvre d’une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel et/ou le logiciel.

|  |
| --- |
| **L'innovation de commercialisation** |

La mise en œuvre d’une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d’un produit.

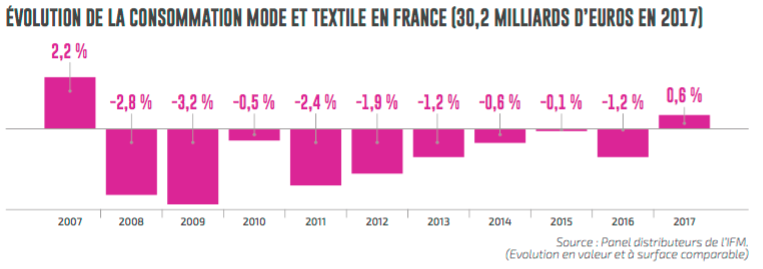
|  |
| --- |
| **L'innovation d'organisation** |

La mise en œuvre d’une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l’organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de la firme.

<http://www.oecd.org/fr/sites/strategiedelocdepourlinnovation/definirlinnovation.htm>

# Les ressources documentaires

## Annexe 1 : La consommation mode et textile en France



## Annexe 2 : Panorama du marché du textile en France

**Le marché des vêtements en France**

**Que représentent les frais d’habillement en France ?**

3,8 % - En France, en 2016 les achats consacrés à l’habillement, vêtements plus chaussures, représentent 3,8 % des dépenses des ménages contre 11,8 % en 1960.

**Les ventes de vêtements en Europe**

**Que représentent les ventes de vêtements et de chaussures dans l’Union européenne ?**

395 400 000 000 € - Les ménages européens ont consacré 395,4 milliards d’euros à l’achat de vêtements et de chaussures en 2016 (Eurostat).

**Les achats de textile par ménage en Europe**

**Combien représentent les achats de textile en Europe ?**

800 € - Toujours selon cette étude Eurostat, cela représente en 2016 l’équivalent de 800 € par habitant consacré à l’achat de vêtements et de chaussures, l’équivalent de 4,9 % de l’ensemble du budget des ménages.

**Vêtements : ne pas jeter, donner...**

**Combien représentent les déchets de textile en France ?**

12 kg - Chaque Français jette 12 kilos de vêtements par an.

<https://www.planetoscope.com/Commerce/1157-depenses-en-vetements-par-les-menages-francais-en-euros-.html>

## Annexe 3 : La part du budget « vêtements » a diminué d’un tiers depuis 55 ans

|  |  |
| --- | --- |
| Part des cinq postes dans les dépenses en « apparence physique » | Le premier poste des dépenses en « apparence physique » est celui des vêtements. En 1960, sa part atteignait 66 % ; en 2015, elle n’en représente plus que 41 %, soit 1 230 euros en moyenne par ménage.  Ainsi, en volume, les achats de vêtements ont d’abord fortement augmenté entre 1960 et 1973 (+ 4,9 % en volume par an en moyenne). Ils se sont ensuite stabilisés (+ 0,3 % seulement en moyenne par an entre 1974 et 2015). De nouveaux besoins concurrents ont émergé au fil des années : en loisirs, en produits de beauté ou encore en produits high-tech. Ainsi, depuis la crise économique de 2008, qui a réduit le pouvoir d’achat des ménages, le volume des dépenses en vêtements s’est même contracté (– 1,3 % en moyenne par an). |

**Annexe** 4**: Principaux fournisseurs de textile en France**

|  |
| --- |
|  |

## Annexe 5 : Les nouveaux dragons du textile

Ce sont les nouveaux dragons du textile mondial. Bien sûr, ils partent de loin par rapport à la Chine (138 milliards de dollars d'exportations rien que dans le textile et l'habillement), mais le Vietnam a doublé ses exportations en cinq ans et c'est aujourd'hui le troisième fournisseur d'habillement de la planète (22 milliards de dollars), derrière la Chine et le Bangladesh, mais devant la Turquie.

Même progression fulgurante pour le Cambodge (8 milliards de dollars). Quant à la Birmanie c'est encore le bébé dragon du textile (250 millions de dollars), mais sa croissance est phénoménale, ses exportations de vêtements ont quadruplé en cinq ans.

<http://www.rfi.fr/emission/20160219-dragons-textile-cambodge-vietnam-birmanie-commerce> Par [Claire Fages](http://www.rfi.fr/auteur/claire-fages/)

## Annexe 6 : Une mise en concurrence mondiale

**Le textile-habillement français est en très mauvaise posture. (…)**

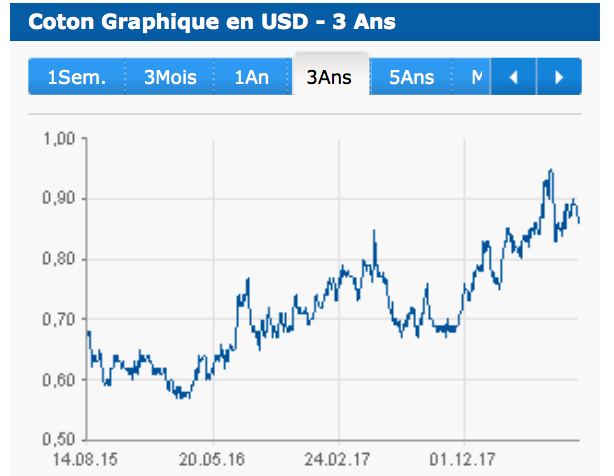
Un simple flash-back pour bien mesurer ce qui est en œuvre depuis 25 ans déjà. D'abord, la relative indifférence des consommateurs quant à l'origine géographique des produits pour le prêt à porter de grande consommation. Seul le prix compte ce qui a encouragé la distribution de se fournir au moins cher, c'est-à-dire dans les pays à bas coût. L'impact a été d'autant plus dévastateur avec l'arrivée des nouvelles technologies : l'informatique et les réseaux ont procuré aux distributeurs des outils d'une efficacité inédite et redoutable en permettant la mise en concurrence des industriels partout dans le monde. Dans les secteurs exposés à la concurrence internationale, dont les produits sont le plus souvent standardisés et où la main d'œuvre représente une part importante du coût total, la bataille était perdue d'avance. (…)

**…. Sauf pour les textiles techniques**

L'ère du « smart textile » ou du textile intelligent en français offre aussi de nouvelles perspectives à l'ensemble de la filière tant les applications potentielles sont nombreuses (vêtements de protection, chauffants ou connectés, rideaux en fibres optiques, etc.).

<https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/textile-habillement-la-crise-continue-473900.html>

## Annexe 7 : L’évolution du cours du coton.



## Annexe 8 : Textiles, la révolution technologique

**Le textile est en train de devenir un matériau de haute technologie. Il trouve de nouvelles fonctionnalités dans l'industrie, la santé, le BTP, et dans le secteur plus traditionnel de l'habillement. De quoi redonner des couleurs à une industrie mal-en-point dans les pays développés.**

Dans le courant du XIXe siècle, le textile a connu sa première révolution avec le développement de l’industrialisation et de la mécanisation. La deuxième dans les années 1930, suite à l’irruption de la chimie et des synthétiques. Il vit aujourd'hui sa troisième révolution en étant essentiellement utilisé pour ses performances techniques et ses propriétés fonctionnelles : durabilité, résistance aux agressions chimiques, perméabilité ou imperméabilité, qualités thermiques, etc.

Si bien qu’au-delà des secteurs traditionnels de l’habillement et de l’aménagement de la maison, le textile a conquis tous les domaines. (…)

Réputée sinistrée, l’industrie textile des pays développés compte bien profiter de l’irruption de la haute technologie dans son secteur pour se refaire une santé. Son atout : des savoir-faire hérités de la première révolution industrielle, couplés à des stratégies de recherche et développement tous azimuts. (…)

Quoi qu’il en soit, le développement des textiles techniques bouleverse déjà l’économie du secteur textile tout entier. (…)

Pour les pays développés, c’est l’occasion de redonner des couleurs à une industrie en partie sinistrée par les délocalisations de la production de masse vers des pays tels la Chine ou l’Inde.

<http://www.savoirs.essonne.fr/thematiques/les-technologies/mecanique/textiles-la-revolution-technologique/>

## Annexe 9 : Le textile connecté n’est-il qu’un simple gadget pour geek ?

Parmi toutes les start-ups et entreprises s’étant intéressées à ce secteur, nombreuses sont celles qui ont développé des concepts qui n’ont pas vocation à révolutionner le monde mais qui sont simplement d’ingénieuses idées créatives, souvent amusantes, qui satisferont les amateurs de nouvelles technologies.

Commençons avec le projet « Intimacy 2.0 » du studio [Roosegaarde](https://studioroosegaarde.net/project/intimacy). Ceux-ci ont imaginé une robe au design futuriste qui a la caractéristique de devenir transparente en fonction des battements du cœur. La vitesse des battements est donc directement visible sur le tissu et s’accélère en fonction des émotions. (…)

**Le textile connecté à destination des sportifs**

Ici, on s’attaque déjà à un marché très intéressant car près de 55% des Français indiquent faire du sport régulièrement. Diverses entreprises ont alors décidé de créer des vêtements connectés pour accompagner et aider ces sportifs dans leurs activités physiques.

La société [Hexoskin](https://www.hexoskin.fr/) a développé un t-shirt munis de capteurs qui transmettent de multiples informations directement sur votre téléphone. Léger, confortable et lavable en machine, ce t-shirt permet de suivre votre rythme cardiaque, votre respiration ainsi que vos différents mouvements.

**Surveillez votre santé grâce au textile connecté**

C’est bien évidemment dans ce domaine que le textile connecté a le plus d’avenir. Et si nous pouvions prévoir ou détecter certains problèmes de santé et peut-être sauver des vies grâce à cette technologie ? Les innovations sont nombreuses dans ce domaine et répondent chacune à des maladies et des pathologies différentes :

(…) le [CardioNexion](http://www.healthcardionexion.com/cardionexion/) permet de récupérer certaines données médicales comme la température, la fréquence respiratoire et le rythme cardiaque pour prévenir des pathologies cardiovasculaires et alerter un médecin en cas d’anomalie. (…)

Le textile connecté est donc un marché qui a de l’avenir devant lui mais qui peine cependant à se faire sa place, la faute aux coûts de fabrication qui s’annoncent la plupart du temps assez élevés..

<http://www.mbadmb.com/2017/12/28/textile-connecte-nouvelles-technologies-vetements/>

## Annexe 10: Dispositifs d'appui aux industries de la mode

*Je recherche des financements pour développer mon entreprise :*

* [Les aides de BPI France](http://www.bpifrance.fr/votre_projet)
* [Euroquity : accompagner la croissance de votre PME](https://www.euroquity.com/fr/)
* [Les aides des chambres de commerce et d’industries](http://les-aides.fr/)
* [Les aides du DEFI (Comité professionnel de développement économique)](http://www.defimode.org/)
* [Le fonds Mode et Finances](http://www.bpifrance.fr/Bpifrance/Nos-metiers/Fonds-propres/Fonds-directs-Bpifrance/Capital-Developpement-Transmission-Thematique/Mode-Luxe/Mode-et-Finance)
* [Le fonds pour les savoir-faire d'excellence](http://www.bpifrance.fr/actualites/a_la_une/bpifrance_lance_le_fonds_pour_les_savoir_faire_d_excellence)
* [Le fonds de garantie de l'IFCIC (Institut de financement du cinéma et des industries culturelles)](http://www.ifcic.fr/vous-etes-une-entreprise-culturelle/les-jeunes-createurs-de-mode.html)
* [Le fonds d'avances remboursables de l'IFCIC (Institut de financement du cinéma et des industries culturelles)](http://www.ifcic.fr/vous-etes-une-entreprise-culturelle/les-jeunes-createurs-de-mode.html)

<https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/boite-a-outils>

## Annexe 11 : Le Crédit d'impôt recherche (CIR)

Le crédit d'impôt recherche (CIR) est une mesure générique de soutien aux activités de recherche et développement (R&D) des entreprises, sans restriction de secteur ou de taille. Les entreprises qui engagent des dépenses de recherche fondamentale et de développement expérimental peuvent bénéficier du CIR en les déduisant de leur impôt sous certaines conditions. Le taux du CIR varie selon le montant des investissements.

<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23533>

## Annexe 12 : L’objectif du R3ILAB : soutenir l’innovation

Le R3iLab est un réseau de chefs d'entreprises du textile, de la mode et des industries créatives dont l'objectif est de promouvoir l’innovation, notamment immatérielle, dans l'industrie. Ce mouvement, piloté par des industriels pour des industriels, met en place, anime et organise un certain nombre d’actions et de projets destinés à soutenir l’innovation au sein des entreprises.

<http://r3ilab.fr/scenarii-2030-i-imaginer-lavenir-textile/>

**Annexe 13 : Le réchauffement climatique**

« Pas besoin de faire de catastrophisme : la situation est catastrophique. » L'avertissement fait froid dans le dos. Le climatologue et ancien vice-président du Giec (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) Jean Jouzel, dresse un bilan bien sombre sur l'évolution du [réchauffement climatique](https://www.lejdd.fr/Societe/Avec-le-rechauffement-climatique-attention-aux-chutes-de-glaciers-841756). « Pour espérer rester en deçà de 2°C de réchauffement par rapport à l'ère préindustrielle, il faudrait que le pic d'émissions de gaz à effet de serre survienne au plus tard en 2020 », souligne le climatologue. Nous n'avons que trois ans devant nous.  « Face au réchauffement climatique, il prévoit notamment des étés de plus en plus chauds, jusqu'à 6 à 8°C de plus dans les années à venir. On n'est plus dans le futur : ce sont les enfants d'aujourd'hui, ceux des cours d'école, qui pourraient subir ces étés à 50°C », s'inquiète Jean Jouzel.

<https://www.lejdd.fr/societe/rechauffement-climatique-pour-jean-jouzel-climatologue-nous-navons-que-trois-ans-pour-agir-3409817>