

Bertrand LEMAIRE

Initiation à
l'environnement
économique et juridique

1. Table des Matières

1. TABLE DES MATIÈRES.....	2
2. ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE.....	3
2.1. OBJECTIFS DU DOCUMENT ET CONTENU :	3
2.1.1. Objectifs :	3
2.1.2. Contenu.....	3
2.2. INTRODUCTION.....	3
2.3. ÉCONOMIE ET MARKETING (MARCHÉAGE).....	4
2.3.1. Les individus économiques : <i>Qui échange quoi ?</i>	4
2.3.2. Bilan et résultat.....	6
2.3.3. Le résultat, le bénéfice, le déficit	6
2.3.4. La TVA	7
2.3.5. Les salaires	7
2.4. NOTIONS DE MARKETING (MARCHÉAGE).....	8
2.4.1. Marchéage : Définition, utilité	8
2.4.2. Le marché en marketing (marchéage).....	8
2.4.3. Comprendre le marché : segmentation, besoins, enquêtes	9
2.4.4. L'attitude marketing.....	10
2.4.5. Comprendre la politique de l'entreprise offreuse : Notion de mix-marketing	10
2.4.6. Comprendre la politique de l'entreprise offreuse : Notion de positionnement et d'image.....	11
2.4.7. Vendre à partir d'un bon mix-marketing.....	11
2.4.8. Communication et marketing	12
2.4.9. Argumentaire et Copy-Stratégie.....	12
2.4.10. Diagramme d'Ishikawa et mix-marketing	12
2.5. ÉCONOMIE DU MÉNAGE	13
2.6. DROIT.....	14
2.6.1. Généralités.....	14
2.6.2. Comment travailler en juriste ?.....	14
2.6.3. Les sources du Droit Objectif.....	15
2.6.4. L'organisation judiciaire.....	15
2.6.5. Responsabilité civile ou pénale ?.....	15
2.6.6. La personnalité juridique.....	16
2.6.7. Les personnes morales.....	17
2.6.8. Les droits subjectifs.....	17
2.6.9. Les contrats.....	18
2.6.10. Comment payer ?.....	18
2.6.11. Les prêts et les crédits.....	18
2.6.12. Le Droit de la consommation.....	19
2.6.13. Droit Social - Droit du Travail.....	20
2.6.14. Vie des salariés dans l'entreprise.....	21
2.6.15. CDD, temps partiel et Intérim.....	23
2.6.16. Commerçants, gérants et PDG.....	23
2.6.17. Notions du fonctionnement des institutions politiques.....	24

2. Environnement Économique et Juridique

2.1. Objectifs du document et contenu :

2.1.1. Objectifs :

- Donner une Culture Générale Juridique, Économique et Marketing
- Sensibiliser aux aspects juridiques d'une activité professionnelle

2.1.2. Contenu

Première Séance : Introduction

Économie :

- Nature de l'économie : micro/macro-économie, marketing...
- Notions de patrimoine (bilan comptable) et d'échanges

Droit :

- Généralités : sources du droit, différentes matières... contrats (nature, conditions de nullités...)
- Relations Externes à l'entreprise :
 - * Droit des Sociétés : SA, SARL,... Gérant, PDG, etc...
 - * Droit Commercial : acte de commerce, paiements...
 - * Droit de la Consommation
- Relations Internes à l'entreprise :
 - * Droit du Travail, distinction salarié/mandataire social/etc...,
 - * le contrat de travail et ses conséquences

Marketing :

- Définition, utilité
- Notions de marché : rappels et compléments du cours d'Économie.
- Comprendre le marché : segmentation, besoins, enquêtes ...
- Comprendre la politique de l'entreprise offreuse : notion de mix-marketing, de positionnement, ...
- Vendre à partir d'un bon mix-marketing

2.2. Introduction

Recherches individuelles ou en groupe :

Définitions, utilité. Qu'est-ce que le Droit ? Différence Droit/Morale ?

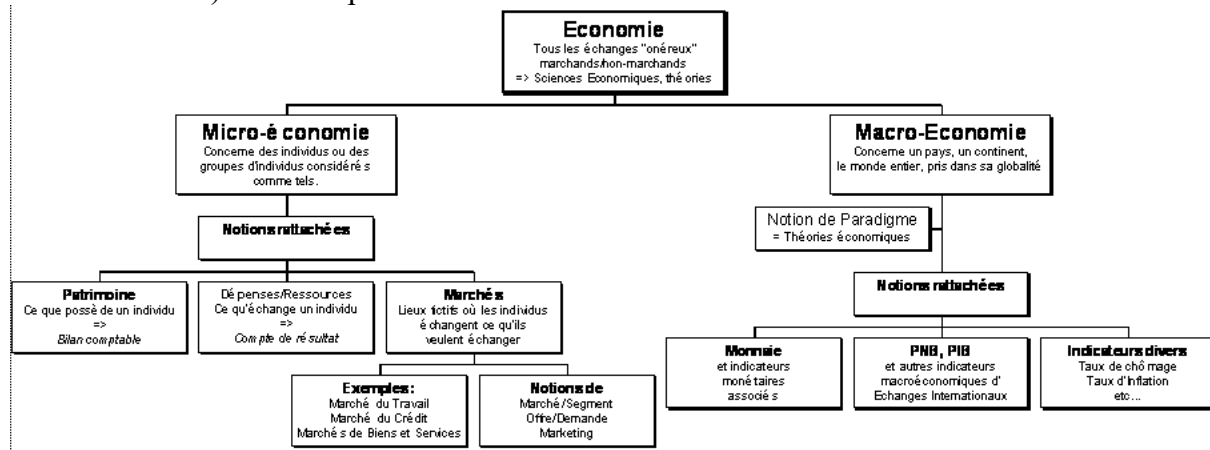
Qu'est-ce que l'économie ? Qu'est-ce qu'un échange marchand/non-marchand

Qu'est-ce que l'économie sociale ?

A quoi sert d'étudier le Droit et l'Économie ?

2.3. Économie et Marketing (Marchéage)

On peut diviser l'économie, ensemble des échanges onéreux, comme nous l'avons vu à la première séance selon la nature des échanges. On peut aussi la diviser (c'est une autre manière de voir) selon les personnes en cause et leur nombre.



2.3.1. Les individus économiques : Qui échange quoi ?

Entreprises :

- achètent des fournitures, des matières premières, du travail etc...
- vendent des biens et/ou des services
- se fournissent en moyens financiers (argent)

Individus (personnes physiques) :

- vendent leur travail (salariés...) et empruntent
- achètent de quoi consommer

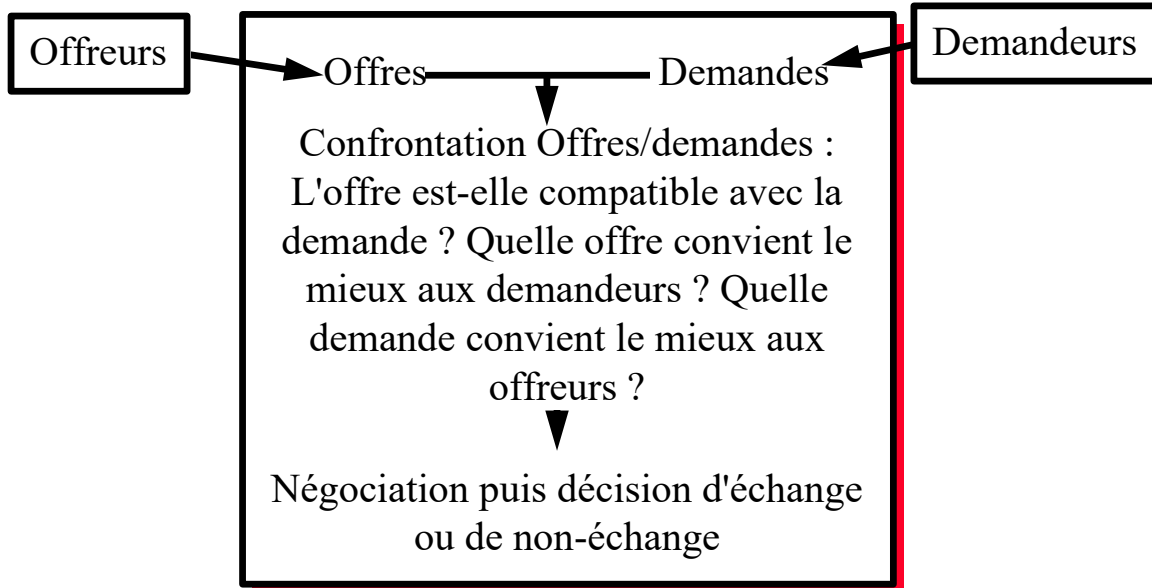
Banques :

- Se fournissent des ressources sous forme de dépôts
- Prêtent de l'argent issu de ces dépôts

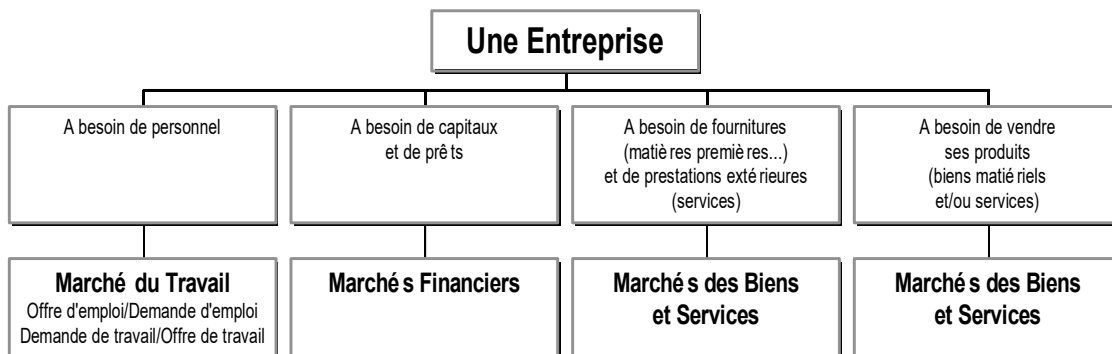
État (et autres organismes publics) :

- Se fournit des ressources par les impôts, taxes, cotisations et emprunts
- Dépense cet argent sous forme de salaires pour les fonctionnaires, de subventions, d'équipements, de prestations sociales...

Un Marché (1)



Les Marchés de l'Entreprise



2.3.2. Bilan et résultat

ATTENTION : explication très simplifiée, ne posant pas notamment la question de la variation des stocks.

<u>BILAN</u>		<u>RÉSULTAT</u>	
État du patrimoine (possessions) d'un individu ou d'une entreprise à un <u>moment</u> donné (en fin d'année par exemple)		Différence entre ce que l'on a gagné et ce que l'on a dépensé sur une <u>période</u> de temps (un an par exemple)	
<u>ACTIF</u> Ce à quoi on utilise ses biens (= les <i>emplois</i> de ces biens) :	<u>PASSIF</u> Ce dont on dispose (Ressources) :	<u>PRODUITS</u> Ce que l'on a gagné (recettes)	<u>CHARGES</u> Ce que l'on a dépensé
- Investissements - Dépôts en banque - Stocks - ...	- Résultat (positif) - Capital - Reports des résultats précédents - Emprunts et dettes	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> Produits - Charges = Résultat </div>	

2.3.3. Le résultat, le bénéfice, le déficit

Le **RÉSULTAT** est issu de la somme de tous les gains de l'entreprises moins toutes ses charges. Il peut être **positif** : l'entreprise gagne alors de l'argent (elle fait du **bénéfice**, elle est bénéficiaire). Il peut être **négatif** (les gains sont inférieurs aux charges) : l'entreprise perd alors de l'argent, elle a un **déficit**, elle est déficitaire. On peut donc calculer un résultat sur l'ensemble de l'activité de l'entreprise : c'est ce qui vient d'être dit. On peut aussi calculer des résultats partiels : sur une partie de l'activité de l'entreprise, par exemple sur une vente d'un produit. On calculera alors tout ce qu'a coûté ce produit pour être fabriqué : les frais de fabrication. Le résultat de la vente de ce produit sera donc égal au prix de vente moins les frais de fabrication. Le Bénéfice de la vente sera aussi ce résultat qu'on appellera également **VALEUR AJOUTÉE**.

Une entreprise ne dépense pas seulement des frais de fabrication de ce qu'elle vend. Les frais de fabrication sont nommés Charges Directes car elles sont directement liées à une fabrication d'un produit. Il existe d'autres frais : les frais de personnel (salaires), les frais de chauffage, les frais de publicité... C'est pourquoi une entreprise qui n'a pas le droit de vendre à perte (de perdre de l'argent sur une vente) peut tout de même, au bout du compte, être déficitaire.

(ATTENTION : explication simplifiée.)

2.3.4. La TVA

Attention : explication simplifiée

La Taxe sur la Valeur Ajoutée n'est pas une charge pour l'entreprise !!! En effet, dès que quelqu'un vend quelque chose de neuf (sauf exceptions), il doit ajouter à son prix la Taxe sur la Valeur Ajoutée que son client lui paye. Le Taux de TVA varie selon ce qu'il vend : 18,6% la plupart du temps, 5,5% sur les biens dits "de consommation courante" (alimentation), etc... Un particulier qui achète un bien neuf paye donc cette TVA sans s'en apercevoir. Pour lui, c'est une charge, un impôt. L'entreprise, elle, a le droit de récupérer la TVA qu'elle a elle-même payée à ses fournisseurs. La TVA qu'elle a payée viendra en déduction de la TVA qu'elle a collectée au profit de l'État auprès de ses clients sur les biens qu'elle a elle-même vendus. Elle paiera donc à l'État cette différence entre la TVA collectée et la TVA payée déductible. L'entreprise se comporte donc simplement comme un collecteur d'impôt.

TVA à payer =

TVA collectée (payée par clients) - TVA déductible (payée par l'entreprise)

ATTENTION : pour pouvoir déduire de la TVA, la facture (qui doit donc exister) d'achat doit distinguer le prix Hors Taxe (prix réel) et la TVA. C'est pourquoi une entreprise exige toujours une facture avec un montant HT, sinon la TVA deviendrait une charge supplémentaire puisqu'elle ne serait plus récupérable (comme pour les particuliers).

Question : Justifier le nom de Taxe sur la Valeur Ajoutée alors que la TVA est calculée sur les prix.

2.3.5. Les salaires

Le salaire est ce qui est payé à un salarié (titulaire d'un contrat de travail - Voir cours de Droit) pour rémunérer son travail.

Les cotisations sociales sont des prélèvements qui ont pour but de financer la sécurité sociale (Assurance Maladie, ASSEDIC, Retraites, etc...). Il existe des cotisations sociales patronales (payées en plus du salaire par l'employeur) et salariales (qui viennent en déduction du salaire brut, payées par le salarié).

Coût du personnel pour l'employeur = salaires bruts + charges patronales

Salaire brut = charges salariales + salaire net

Questions :

- Quel est le montant total des cotisations sociales ?
- Exprimer le coût du personnel en y faisant apparaître le salaire net.

2.4. Notions de Marketing (marchéage)

2.4.1. *Marchéage : Définition, utilité*

Le Marketing est l'ensemble des techniques qui permettent à un offreur de concevoir un produit ou un service adapté à un ou plusieurs demandeur(s) sur un ou plusieurs marché(s). Il comprend donc :

Les techniques de connaissance du marché :

- enquêtes
- analyses
- etc...

Les techniques de conception de l'offre adaptée à la cible choisie :

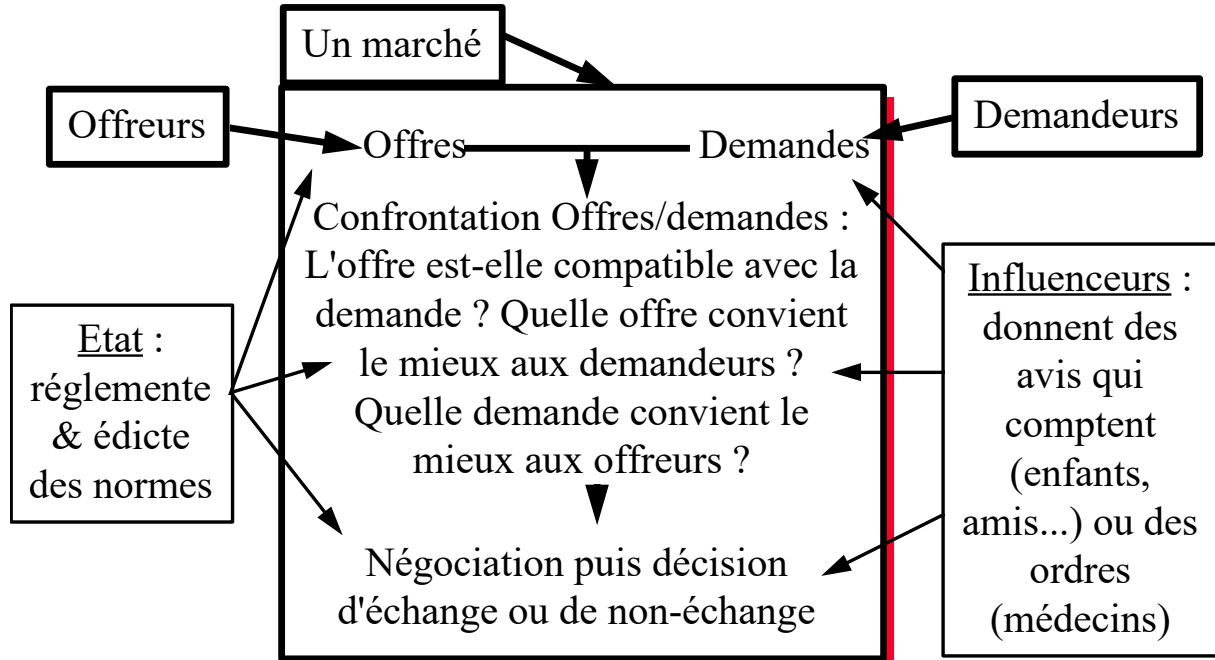
- création ou adaptation d'un produit/service
- mix-marketing, ...

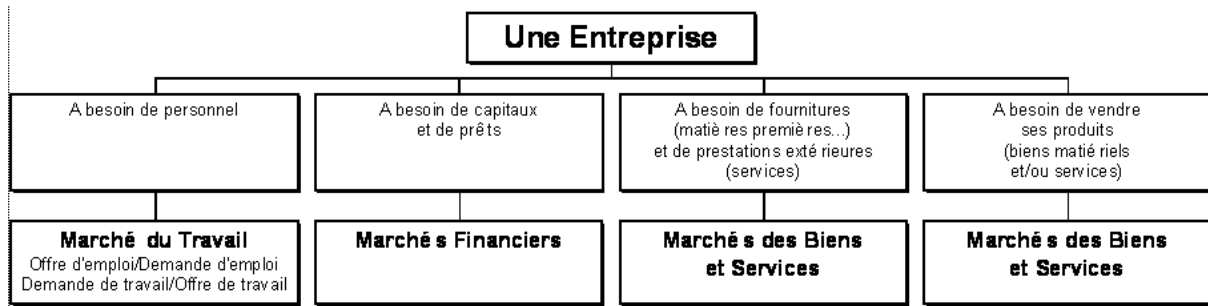
Les techniques de séduction, de mise à disposition et de vente de cette offre à cette cible :

- publicité
- agencement des étalages et logistique de la distribution (merchandising)
- techniques de vente...

Le Marketing doit donc aussi être une attitude qui transparaît à tout moment, de l'idée de création d'un produit à son achat par le consommateur final.

2.4.2. *Le marché en marketing (marchéage)*





L'entreprise va être confrontée aux différentes stratégies marketing de ses fournisseurs et va devoir mettre en place une stratégie marketing ciblée sur ses clients réels ou ses prospects (demandeurs des marchés où elle offre des biens ou services).

Question : Définir les mots Cible, Client, Prospect.

Question : Y-a-t-il une stratégie marketing sur le marché de l'Emploi ? Si non, pourquoi ? Si oui, est/sont-elle(s) le fruit des entreprises ou des demandeurs d'emplois ?

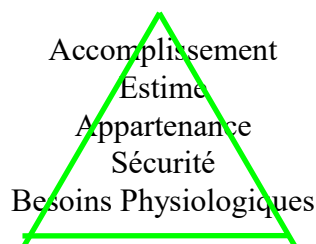
2.4.3. Comprendre le marché : segmentation, besoins, enquêtes ...

Jadis, l'offre était presque toujours inférieure à la demande. Les demandeurs avaient donc tendance à "acheter n'importe quoi (ou presque)". Aujourd'hui, la situation est inversée et les offreurs se livrent à une bataille féroce, la concurrence, pour vendre leurs produits aux demandeurs. Chaque demandeur va donc acheter le produit qu'il juge le plus adapté à ses désirs.

Il faut donc que les offreurs connaissent ces désirs et ce qui les limitent (freins), grâce notamment à des enquêtes (de motivations auprès des cibles ou des vendeurs, de volume du marché, etc...) des offreurs pour pouvoir y répondre au mieux dans la limite des possibilités ou des intérêts (concurrence faible, bonne marge possible, etc...) de l'entreprise. C'est l'objectif des techniques de compréhension des marchés.

Un demandeur achètera un produit en fonction de besoins qu'il ressent. Il existe plusieurs classifications de ces besoins. La plus célèbre est celle de Maslow qui distingue cinq classes de besoins : Physiologie (boire, manger...), Sécurité (Préservation de la santé, assurance d'une retraite...), Appartenance (sentiment d'être membre de la Société ou d'une de ses élites), Estime (être respecté et même admiré), Accomplissement Individuel (philosophie, religion, éducation, sport...).

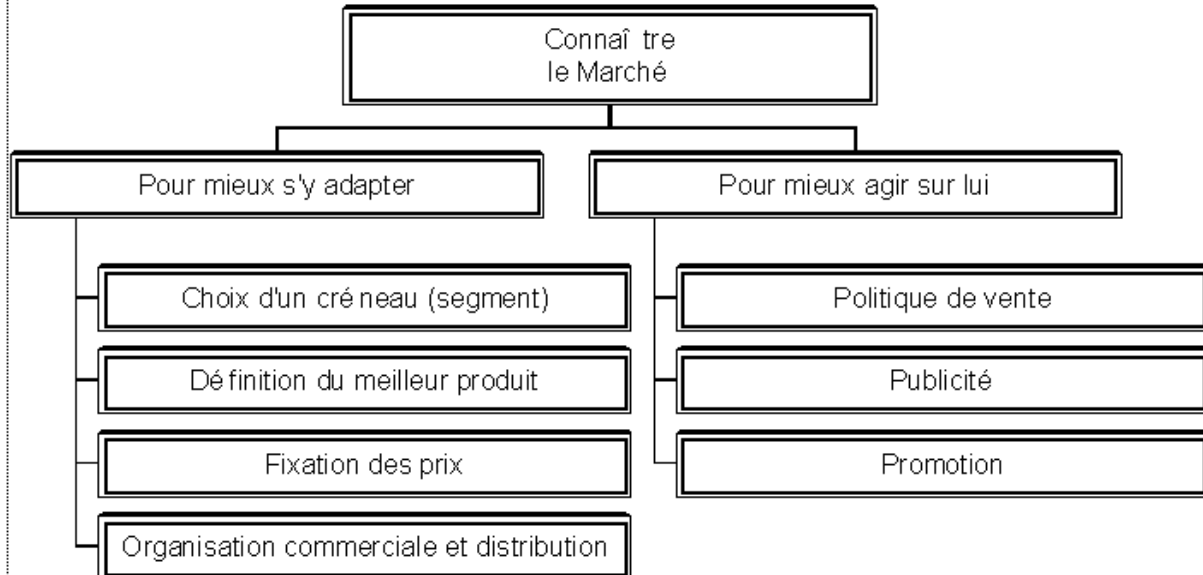
Pyramide de Maslow :



Tous les demandeurs peuvent ne pas avoir les mêmes attentes. Le marché sera donc **segmenté** en plusieurs groupes de demandeurs ayant les mêmes désirs. Une entreprise pourra choisir de ne cibler que tel ou tel segment qu'elle juge plus intéressant pour elle.

2.4.4. L'attitude marketing

Schéma inspiré du Mercator (Ed. Dalloz - 1983), page 9.



Question : Faire une liste de dix produits et retrouver à quels besoins ils répondent dans la théorie de Maslow et quels sont les différents segments existant sur leurs marchés. Donner des exemples de freins à l'achat de ces produits. Citer ensuite les différentes marques de produits présentes sur ces marchés et donner les segments qu'elles ont choisis.

2.4.5. Comprendre la politique de l'entreprise offreuse : Notion de mix-marketing

Pour résumer la définition marketing d'un produit/service, on utilise souvent le mix-marketing, plus connu sous le nom de : **RÈGLE DES 4 "P"**.

Produit : définition technique du produit physiquement vendu ou du service réellement rendu.

Prix : contrepartie donnée par le demandeur à l'offreur en échange du produit ou du service (argent, autre bien troqué, prix moral, etc...)

Place : endroit où le produit sera disponible pour le demandeur ou manière qu'il aura de se le procurer.

Promotion : manière grâce à laquelle le produit/service aura été porté à la connaissance de la cible et promu auprès d'elle.

Question : quels sont les effets prévisibles d'une mauvaise définition de l'un ou l'autre de ces "P" ? Peut-on vendre une Mercedes 10 000 F en hypermarché ?

2.4.6. Comprendre la politique de l'entreprise offreuse : Notion de positionnement et d'image

Pour se distinguer de ses concurrents, un offreur va vouloir mettre en avant les avantages liés à son produit. Il va lui donner une POSITION par rapport aux produits concurrents. Il va également chercher à se donner à lui-même une IMAGE dans l'esprit des consommateurs pour se valoriser et valoriser ses produits vis-à-vis de ses cibles. L'IMAGE concerne une entreprise ou un autre offreur, un POSITIONNEMENT concerne un produit ou un service.

Question : définir la notion de d'avantage comparatif.

Un positionnement ou une image réel(le) dans l'esprit du consommateur peut ne pas être ce qui est souhaité par l'entreprise : il y a alors décalage entre le réel et le voulu. Exemple : je veux être perçu comme ayant des produits de bonne qualité et pas chers mais les consommateurs me trouvent très chers et fournissant des produits de qualité médiocre. Exemple : le yaourt à boire Yop, lancé tout d'abord comme une boisson familiale à boire au verre et vendu en conditionnement familial.

Pour résumer les positionnements ou les images des différents produits/offreurs sur le marché, on peut dresser une carte (MAP en Anglais => Mapping) en plaçant les produits/services/offreurs les uns par rapport aux autres selon deux critères ou plus.

Question : dresser une carte d'un marché (ex : automobile)

2.4.7. Vendre à partir d'un bon mix-marketing

Un mix-marketing va permettre de répondre aux attentes du client et, de là, de bâtir un argumentaire de vente en fonction du positionnement du produit/service ou de l'image de l'entreprise.

Le vendeur va être un moyen de promotion du produit auprès de son interlocuteur avec parfois une certaine possibilité d'influence des prix (remises...), de la disposition des produits dans son magasin (ce qui est cher à la hauteur des yeux...), et de la **gamme** offerte (ce qu'il va accepter de vendre dans son magasin ou au contraire refuser...)

Question :

- 1) Définir la notion de gamme.
- 2) Une entreprise A vend des yaourts par l'intermédiaire de supermarchés. Ceux-ci achètent les yaourts 1 F HT et les revendent à leurs clients 5 F HT. Quels sont les demandeurs et les offreurs sur quels marchés ?

2.4.8. Communication et marketing

La communication appartient au "4ème P" du mix-marketing : la promotion. Elle peut pourtant viser des objectifs ou des cibles différents :

Objectifs :

- Faire savoir : connaissance des avantages du produit...
- Faire aimer : faire apprécier les avantages du produit...
- Faire agir : déclencher un achat...

Cibles :

- Cible Marketing : ceux qui achètent
- Influenceurs : consommateurs finaux, personnalités, leaders d'opinions,...
- Etat : pour faire évoluer la réglementation (lobbying)

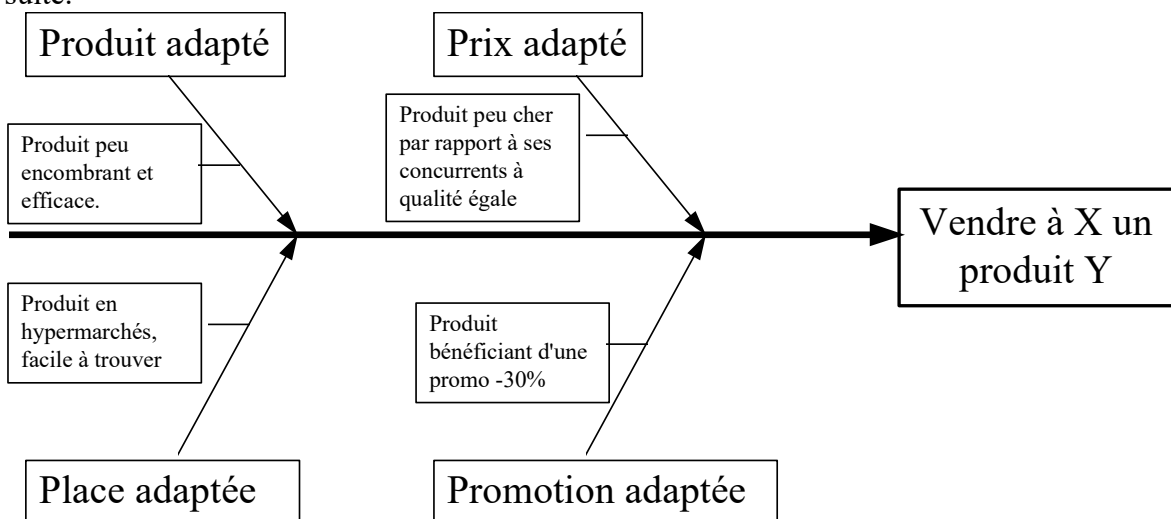
2.4.9. Argumentaire et Copy-Stratégie

Un argumentaire de vente, en tant que communication, doit suivre les mêmes principes que la conception d'une publicité. On peut donc le bâtir sur une Copy-Stratégie simplifiée :

- Cible(s)
- Bénéfice(s) Consommateur : avantage(s) comparatifs
- Preuve(s) de ce bénéfice
- Slogan résumant les deux éléments précédents
- Ton de la communication : amical, pompeux, ...

2.4.10. Diagramme d'Ishikawa et mix-marketing

Ce diagramme a été mis au point pour la gestion de la production par l'analyse des causes de défaillance ou de mauvaise qualité. Mais on peut aussi l'utiliser pour bâtir un argumentaire de vente. Il est aussi nommé "Diagramme en arrête de poisson". L'axe central ("colonne vertébrale") représente l'objectif à atteindre, chaque "arrête" représente un sous-objectif ou un argument se ramifiant de nouveau en sous-objectifs ou sous-arguments et ainsi de suite.



2.5. Economie du ménage

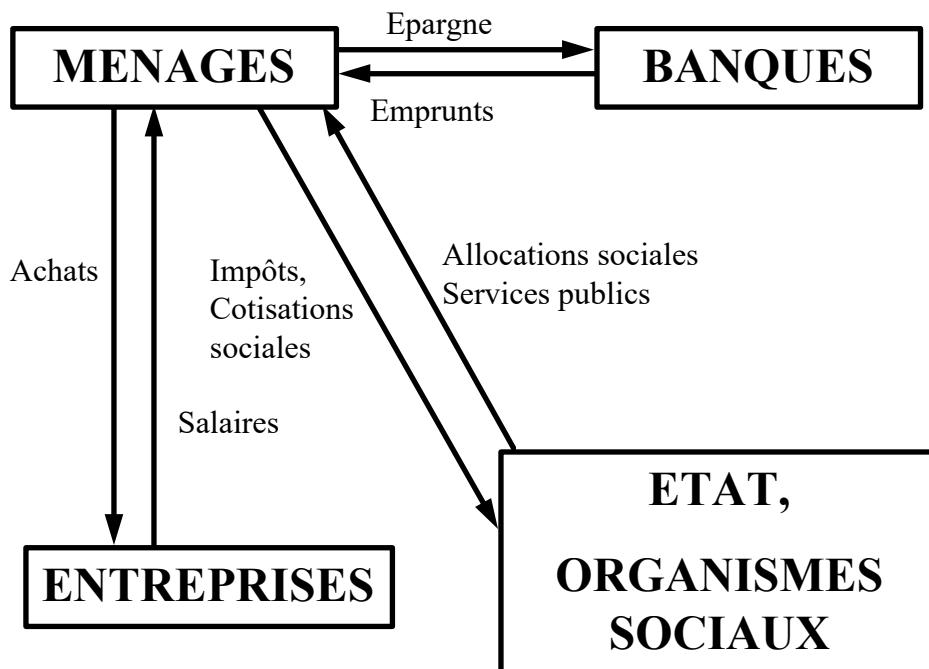
Un **ménage** est, en économie, « l'ensemble des personnes habitant un même logement, qu'elles aient ou non des liens de parenté. Un ménage, au sens statistique peut ne comporter qu'une seule personne » (définition de l'INSEE).

Un ménage CONSOMME des biens et des services (les utilise), au contraire des entreprises qui les produisent (= fabriquent). Ces biens peuvent être durables (maison), semi-durables (voiture) ou de consommation immédiate (hamburger).

Comme il s'agit d'économie, un ménage va devoir dépenser de l'argent pour acquérir ces biens ou ces services, argent obtenu précédemment : salaires, prestations sociales, emprunts.

Un ménage pourra également EPARGNER des revenus (comme une entreprise), c'est à dire ne pas utiliser certains de ses revenus pour consommer mais les garder en réserves pour une consommation plus tardive ou pour parer à un accident.

Enfin, une partie de ce revenu sera versée à l'Etat (impôts, cotisations sociales).



Comme pour une entreprise, la somme des ENTREES d'argent du ménage devra être égale à la somme des SORTIES et de l'EPARGNE.

Les ASSURANCES sont des entreprises particulières qui vendent un service : en échange d'une cotisation, elles s'engagent à indemniser le ménage si un évènement se produit. (Question : déterminer les différents types d'assurance).

2.6. Droit

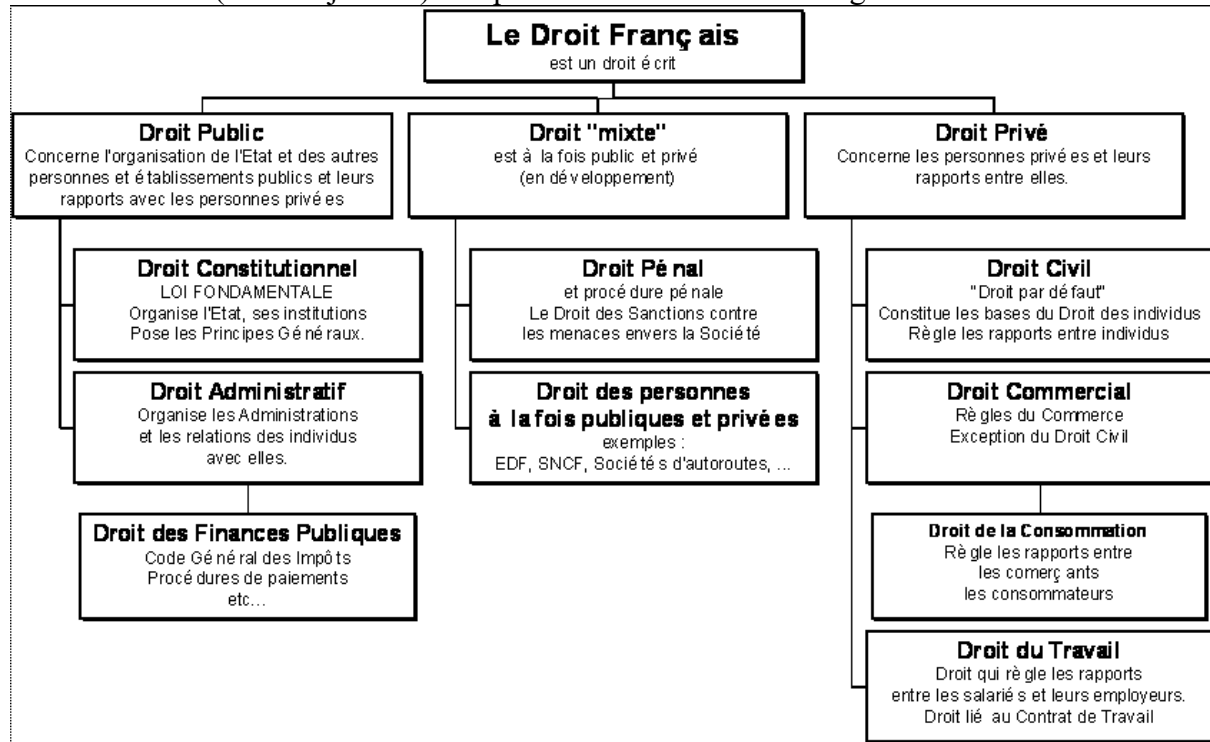
2.6.1. Généralités

"Le Droit est celui d'un lieu à un moment donné"

Le Droit évolue dans le temps. Il n'est pas non plus le même selon les pays. Pour les affaires qui concernent plusieurs pays, il existe une matière juridique particulière : le Droit International, issu des traités internationaux. Nous ne verrons que le Droit Français.

Le Droit se divise en plusieurs branches nommées "matières".

Note : Le Droit (avec majuscule) comprends des droits et des obligations.



2.6.2. Comment travailler en juriste ?

Pour pouvoir comprendre un juriste ou un problème de droit, il faut utiliser ses méthodes. Le juriste dispose pour travailler :

- De documents :

Recueils de sources du Droit (Cf. ci-après). En France, le Droit est écrit (la coutume est rarement acceptée). Le Droit est le plus souvent organisé logiquement. Toutes les lois et décrets concernant un sujet seront par exemple regroupées dans un Code (Code Civil, Code Pénal...)

- D'un vocabulaire :

Il n'est pas toujours simple de le comprendre mais les notions de base une fois comprises, cela va tout seul ... Ce langage existe parce qu'il faut être précis.

- D'une technique de raisonnement :

Analyser une source du droit (Cf. ci-après) et l'appliquer à une situation.

Le droit se distingue en droit objectif qui pose les règles générales (ex : Droit de Propriété) et les droits subjectifs qui ne s'appliquent qu'à quelqu'un en particulier (ex : Propriété de ceci ou cela).

2.6.3. Les sources du Droit Objectif

La Loi (avec une majuscule)

Source formelle du Droit : Constitution, traités internationaux, lois (sans majuscules), décrets, arrêtés, règlements, etc... La Loi s'impose à tous du jour de sa promulgation jusqu'au jour de son abrogation (suppression) expresse (le parlement vote sa suppression) ou indirecte (une loi nouvelle change des éléments de la loi précédente). Voir : Notions de rétroactivité, de loi supplétive/impérative.

La Jurisprudence :

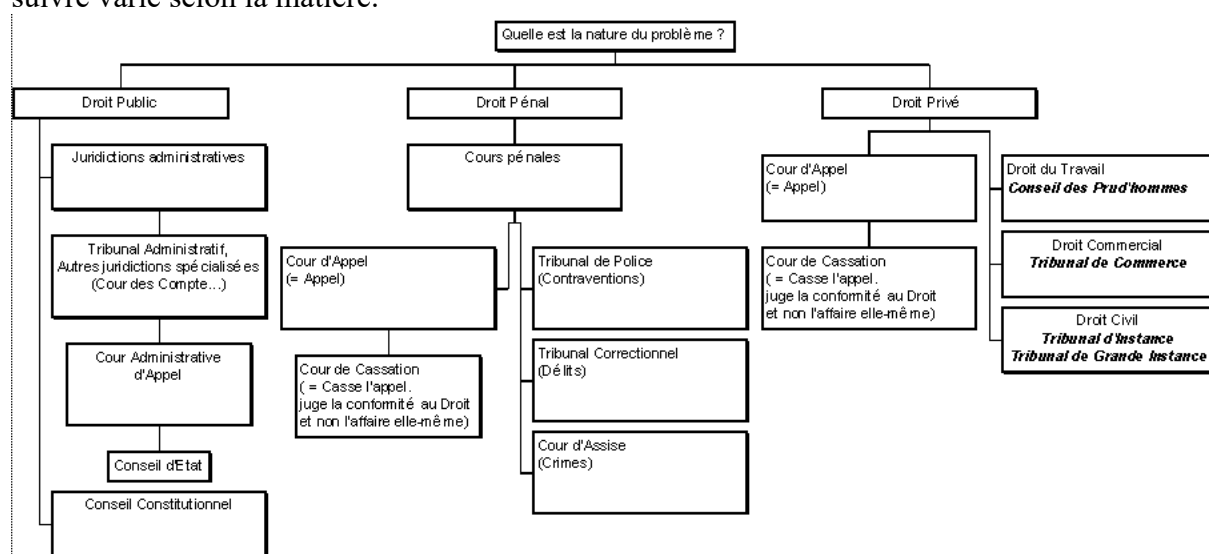
Interpréter la Loi dans le cadre d'une situation précise n'est pas toujours simple. les tribunaux s'inspirent donc souvent de décisions déjà rendues auparavant par d'autres tribunaux dans des situations similaires. L'ensemble des décisions des tribunaux constitue la jurisprudence. La jurisprudence n'a pas, en France, force de Loi : un tribunal peut être d'un avis contraire à un autre tribunal dans une situation similaire.

La Coutume, la Doctrine :

Pour être une source de droit, la coutume doit correspondre à un usage général, ancien et constant. Elle ne s'impose donc que par l'adhésion de chacun à sa règle non-écrite. La Doctrine est constituée de l'ensemble des avis généraux de juristes. Ces avis guident de fait les tribunaux mais ne s'imposent pas à eux (la Doctrine n'a pas force de Loi).

2.6.4. L'organisation judiciaire

La justice a pour but de régler les litiges qui lui sont présentés afin d'appliquer la Loi. Un tribunal a une compétence territoriale (Le tribunal saisi est celui dans le ressort duquel se situe le domicile de l'attaqué) et une compétence liée à une matière du droit. La procédure à suivre varie selon la matière.



Si une affaire est à la fois civile et pénale, c'est le tribunal pénal qui sera compétent. Attention : une affaire pénale ne devient aussi civile que s'il y a une "partie civile".

2.6.5. Responsabilité civile ou pénale ?

Responsabilité civile :

Art 1382 et 1383 du Code Civil : toute personne doit réparer les dommages qu'elle cause à quelqu'un d'autre. => Une personne s'oppose à une autre personne.

Responsabilité pénale :

Il existe des textes qui interdisent expressément de faire certaines actions ou au contraire obligent à les faire. Ne pas agir volontairement comme indiqué par ces textes est une faute envers l'Etat qui est sanctionnée, punie. La contravention, le délit ou le crime sont

constitués s'il y a un texte qui le définit (élément légal), si l'on peut prouver qu'il y a eu infraction (élément factuel ou matériel) et si le coupable a commis cette infraction volontairement ou par négligence (élément moral). C'est là l'Etat qui s'oppose à une personne donnée.

Cas particulier des Personnes Morales : elles peuvent être poursuivies elles-mêmes mais, souvent, leurs dirigeants, responsables d'elles, le seront à leur place.

Pour dégager sa responsabilité il faut un FAIT JUSTIFICATIF :

- L'ordre de la Loi : un militaire tuant à la guerre sur ordre n'est pas un meurtrier
- La Force Majeure
- La Légitime Défense
- Démence
- etc...

Question : Trouvez le bon tribunal :

- Vous recevez chez vous un avis de la mairie vous informant que vous êtes expulsé : votre maison va être rasée pour construire un parking. Vous habitez Lille.
- Le parlement français vient de voter une loi interdisant le port du pantalon aux femmes. Vous êtes un groupe suffisant de députés à vous y opposer.
- Votre petit frère vient de voler l'autoradio de la voiture de votre voisin, à Tourcoing.
- Votre voisin, passionné de bricolage, entrepose un chalumeau oxydrique dans son sellier. Les bouteilles de gaz explosent accidentellement, entraînant la destruction du mur mitoyen et de votre propre sellier. En entendant le bruit, votre belle-mère a eu une crise cardiaque et est morte de peur. Cela se passe à Marseille.
- Vous contestez l'amende pour stationnement gênant posée sur votre pare-brise lorsque vous êtes allé faire des courses à Paris. Vous habitez Tourcoing.
- Vous tenez une épicerie à Roubaix. Un client maubeugeois à qui vous avez fait crédit de 500 F refuse de vous rembourser.
- Vous êtes concessionnaire automobile à Lille. L'un de vos clients lillois vous doit depuis un an la somme de 50 000 F. Votre domicile est à Arras.
- Vous êtes fabricant de jouets à Saint Amand les Eaux. Vous vendez ceux-ci habituellement en accordant un délai de paiement de 30 jours à vos distributeurs. L'un d'eux, dont les établissements sont dans toute la France et le siège social à Villeneuve d'Asq, ne vous a toujours pas payé au bout de deux mois.
- Votre ex-petit(e) ami(e) tue votre amant/maîtresse actuel(le) chez vous, à Rouen.

2.6.6. La personnalité juridique

Celui qui dispose de droits ou qui doit répondre par lui-même à des obligations est une personne. C'est un acteur de la vie juridique.

- Personnes Physiques : Êtres humains, de leur naissance à leur mort.
- Personnes morales : Groupes de personnes qui disposent d'une "vie" juridique, avec une naissance (constitution) et une mort (dissolution).

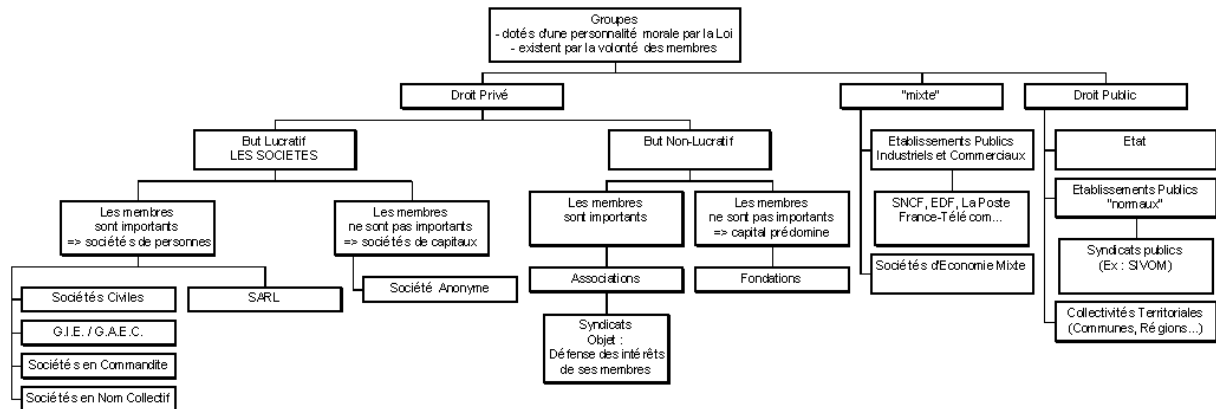
Les personnes ont donc des droits et des obligations. Certains droits ou obligations ont une valeur, peuvent être vendus ou donnés. Ils constituent le patrimoine (droits de propriété...). D'autres droits ne sont pas patrimoniaux : libertés individuelles, intégrité physique, etc... Une personne a un nom, un domicile, une nationalité, un patrimoine unique.

Question : un chien est-il une personne juridique ?

Une personne peut se voir interdire d'acquiescer certains droits certains droits ou de les exercer. Elle est alors INCAPABLE. Exemples : mineurs ne peuvent pas signer de contrats, étrangers ne peuvent pas devenir fonctionnaires, notaires ne peuvent pas être commerçants.

Les droits et obligations d'une personne dépendent aussi de son statut (qu'elle choisit) : commerçant, titulaire d'une profession libérale, salarié...

2.6.7. Les personnes morales



Question : Choisir son statut (sa personnalité morale)...

Vous voulez créer un club amateur de pétanque pour pouvoir louer un terrain.
 Vous décidez de créer une entreprise de fabrication d'oreillers. Vous disposez de 250 000 F.

Vous venez de gagner au Loto la somme de 100 000 000 F. Vous voulez que cet argent profite aux chiens de race épagneule abandonnés en Île de France.

Vous souhaitez investir vos économies avec celles de plusieurs amis dans l'achat d'un immeuble destiné à la location.

Vous voulez ouvrir un restaurant. Vous disposez de 50 000 F.

Vous êtes maire de votre ville. Vous voulez partager les frais de création puis de fonctionnement de votre service de bus avec les villes voisines.

Vous êtes ministre de l'Équipement et de l'Aménagement du Territoire. Vous voulez construire une autoroute en la concédant à des investisseurs privés.

Vous êtes Ministre de la Communication. Vous voulez créer une nouvelle radio.

ATTENTION : les statuts d'une personne morale sont un contrat entre ses membres. Ils obéissent donc aux règles générales des contrats.

2.6.8. Les droits subjectifs

Comment une personne a-t-elle des droits ou des devoirs particuliers différents des droits des autres personnes ?

Il existe des FAITS involontaires ayant des conséquences juridiques involontaires.

Exemples : naissance, mort, catastrophes naturelles, accidents, crimes (les criminels ne VEULENT pas à se faire juger)...

Il existe des ACTES qui sont des volontés exprimées ayant des conséquences juridiques recherchées : contrats (de vente, de société...), actes administratifs, législatifs ou judiciaires...

Exemple : vente ou donation qui transmet un droit de propriété.

Si quelqu'un prétend posséder un droit ou au contraire être libéré d'une obligation, il doit en apporter la preuve. Il a la charge de la preuve. La preuve peut être un écrit, un témoignage, un aveu, etc... Exemple : un contrat écrit engage les signataires (contrat de vente). Montrer le contrat suffit à prouver l'engagement des signataires.

La propriété est un droit subjectif (qui est attaché à quelqu'un) réel (qui est attaché à une chose). Il est constitué de 3 droits qui peuvent être séparés les uns des autres : le droit d'usage (usus), le droit de tirer profit (fructus) et le droit de destruction (abusus). Usufruit = Usus + Fructus.

2.6.9. Les contrats

Un contrat est un accord entre plusieurs personnes nommées contractants par lequel ils s'engagent les uns envers les autres à faire ou ne pas faire quelque chose. Exemple : contrat de vente = contrat par lequel on s'engage à céder la propriété d'un bien contre son paiement. C'est un acte juridique qui crée des droits et obligations subjectifs.

Pour qu'un contrat soit valable, il faut :

- que son objet soit légal : un "contrat" pour engager un tueur n'est pas valable.
- que son objet soit certain : les droits et obligations découlant du contrat doivent exister et être clairs et possibles.
- que les contractants soient consentants (une erreur sur l'objet ou les qualités essentielles (substantielles) de l'objet est un vice de consentement, notamment le dol, le fait pour l'un des contractant de tromper sciemment l'autre)
- que les contractants soient capables juridiquement de contracter
- que les contractants soient en mesure de prouver l'existence du contrat : l'écrit (voire devant notaire) est souvent obligatoire.

2.6.10. Comment payer ?

Plusieurs moyens existent :

- Numéraire ou espèces : argent liquide.
- Chèque, virements.
- Lettre de change et billet à ordre (effets de commerce).
- Moyens électroniques : carte bleue, etc...

2.6.11. Les prêts et les crédits

Prêt d'une chose non-détruite par son usage :

Ce prêt est nécessairement gratuit, sinon c'est une location. Exemple : prêt d'une voiture.

Prêt d'une chose détruite par son usage :

C'est le prêt, par exemple, d'argent : la somme prêtée va être utilisée par l'emprunteur pour faire quelque chose. Elle va être dépensée et ne sera plus disponible. Elle est "détruite". Ces prêts là peuvent être (c'est d'ailleurs le cas général) rémunérés par des intérêts. L'emprunteur va devoir rembourser celui à qui il a emprunté, en plus du paiement des intérêts, mais il le fera avec un équivalent de la chose empruntée et non la même chose (exemple : il va dépenser le montant d'un emprunt d'argent puis le rembourser grâce à ce qu'il aura gagné en travaillant).

Le prêt est un contrat entre l'emprunteur et le prêteur. L'emprunteur a l'obligation de rendre ce qu'il a emprunté à une date dite, avec intérêts si c'est prévu dans le contrat de prêt.

Le prêteur peut exiger des garanties :

- garantie personnelle : la caution d'une autre personne qui signe donc aussi le contrat de prêt non pas en tant que prêteur ou emprunteur mais en tant que garantie, cautionneur.
- garantie réelle (Question : expliquer le sens juridique de "réel") : gage, hypothèque, nantissement

Dans le cas d'un crédit, la chose vendue n'appartient pas à l'acheteur tant qu'il ne l'a pas entièrement payée en cas de clause de réserve de propriété.

2.6.12. Le Droit de la consommation

Objectif : protéger le consommateur contre les abus des vendeurs.

Obligation d'informer le consommateur :

Information sur les prix (Titre IV articles 28 et 29 de l'ordonnance 1/12/86), la qualité des produits (publicité trompeuse interdite), les services associés (garanties, Service Après Vente), ...

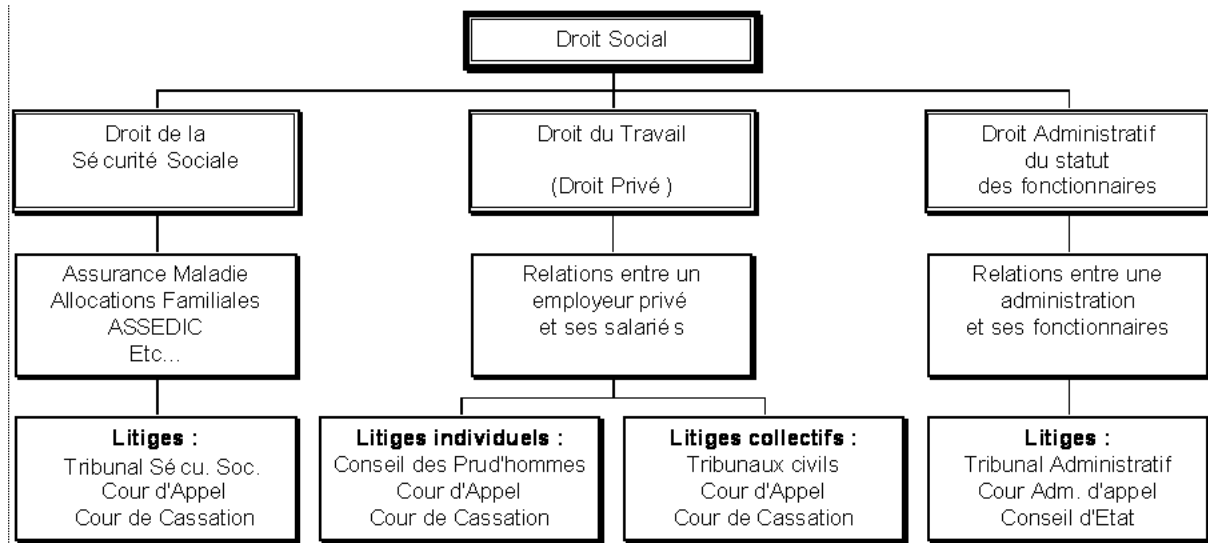
Protection du consommateur :

Mesures très diverses visant à protéger le consommateur. Par exemple, un acheteur a le droit de renoncer sans frais à son achat dans les 10 jours s'il a été démarché à son domicile.

Il existe des organismes chargés d'aider le consommateur :

- DGCCRF : Direction Générale à la Concurrence, à la Consommation et à la Répression des Fraudes (« gendarme » de la consommation)
- CIC : Centre d'Information de la Consommation (édite « 50 Millions de Consommateurs »)
- Associations privées : UFC (Union Fédérale des Consommateurs, édite « Que choisir ? »), ...

2.6.13. Droit Social - Droit du Travail



Un mandataire social (gérant, administrateur, PDG, ...) n'est pas un salarié même si son régime social (sécurité sociale) s'en rapproche parfois. De même une personne physique fournissant des prestations de services est un indépendant et non pas un salarié.

Le salarié est celui qui est titulaire d'un contrat de travail : Cf ci-après.

2.6.13.1. Le Contrat de Travail

Le contrat de travail est un contrat de droit privé liant un employeur et un salarié. Il suit les règles générales du Droit Privé, en particulier le Droit Contractuel. Il ne concerne pas les fonctionnaires qui ont un statut et non un contrat négocié et signé. Il en existe 2 sortes : le Contrat à Durée Déterminée (CDD) et le Contrat à Durée Indéterminée (CDI). L'employeur s'engage à verser un salaire et, en échange, le salarié s'engage à réaliser personnellement le travail demandé.

3 éléments "substantiels" : _____

- Travail demandé à l'endroit demandé
- Lien de subordination (place hiérarchique)
- Rémunération (montant du salaire, des avantages en nature ou divers)

La Convention Collective est un accord-cadre (qui encadre les autres accords, en l'occurrence les contrats de travail) passé entre un/plusieurs syndicat(s) patronal(aux) (d'employeurs) et un/plusieurs syndicat(s) représentatif(s) de salariés. Elle n'engage que les entreprises membres du/des syndicat(s) d'employeurs signataire(s). Un contrat de travail signé dans une telle entreprise suit obligatoirement la Convention Collective considérée. Dans une entreprise n'adhérant pas à un syndicat patronal, il n'y a donc pas de convention collective sauf si elle a elle-même signé un accord d'entreprise qui en tient lieu. Une entreprise où aucune convention collective n'existe (PME...) peut néanmoins librement se référer pour tel ou tel point d'un contrat de travail (rémunérations...) à une convention collective sans que la totalité de celle-ci ne s'applique nécessairement.

2.6.13.2. La "vie" du Contrat de Travail

- Début :

Depuis 1993, un écrit est exigé précisant les 3 éléments "substantiels".

Modification :

La modification peut être issue d'un accord entre l'employeur et le salarié. Si l'employeur exige une modification, le salarié peut la refuser mais l'employeur peut alors terminer le contrat de travail (Cf. "fin").

Fin (Préavis souvent obligatoire pour les deux parties : employeur et salarié) :

- Fin normale : fin prévue d'un contrat à durée déterminée.
- Licenciement : fin du contrat à l'initiative de l'employeur. Dans le cas du refus d'une modification du contrat de travail par le salarié aboutissant à une fin de celui-ci, il s'agit d'un licenciement si la modification portait sur des éléments "substantiels", c'est une démission dans les autres cas (la différence est importante pour les ASSEDIC).
Le licenciement peut être également pour motif économique (suppression d'un poste ou modification de celui-ci avec inaptitude du salarié à suivre l'évolution) ou pour motif réel et sérieux (exemple : modification refusée du contrat de travail, perte de confiance) ou pour faute grave ou lourde. Une procédure précise doit être suivie, sinon, le licenciement n'est pas valable.
- Démission : fin du contrat à l'initiative du salarié.

2.6.14. Vie des salariés dans l'entreprise

2.6.14.1. Congés payés :

Les salariés ont droit à des congés payés. S'ils ne les prennent pas (cas fréquent pour les CDD), ceux-ci sont payés. Il existe d'autres sortes de congés (maladie, maternité, CIF...).

2.6.14.2. Formation :

La formation peut être à l'initiative de l'employeur ou du salarié. L'employeur a l'obligation de payer 1,6% de la masse salariale en formation ou, à défaut, en taxe d'apprentissage.

Il dépense cette somme dans le cadre du Plan Annuel de Formation :

- Congé individuel de formation (CIF)
- Formation individuelle sans absence de l'entreprise
- Contrats de travail spéciaux : Apprentissage, Contrat de Qualification, SIVP...

Une formation peut ou non être rémunérée. Si l'employeur demande qu'un salarié ait une formation mais que celle-ci modifie la rémunération, il y a une modification substantielle du contrat de travail.

2.6.14.3. Droit d'expression et de représentation

Il existe :

- Délégués du personnel (obligatoires si plus de 11 salariés dans une entreprise ou une Unité Économique),
- Délégués syndicaux (représentants des syndicats)
- Comité d'Entreprise (si l'entreprise ou l'Unité Économique a plus de 50 salariés). Il gère les "oeuvres sociales" de l'entreprise.

Tous les représentants du personnel sont des salariés protégés qui ne peuvent pas être licenciés sans l'accord de l'Inspecteur du Travail. Ils bénéficient d'heure de délégation pour remplir leur rôle. Il existe un "délict d'entrave".

Effectif salarié	Nombre de délégués (autant de suppléant)
11 à 25	1
26 à 74	2
75 à 99	3
100 à 124	4

125 à 174	5
175 à 249	6
250 à 499	7
500 à 749	8
750 à 999	9
à partir de 1000	1 par tranche supplémentaire de 250

2.6.14.4.Sanctions du salarié par l'employeur

2 types :

- Sanctions n'ayant pas d'effets sur la rémunération : avertissement, blâme. Signifiées par lettre recommandée.
- Sanctions ayant une incidence sur la rémunération : mises à pieds, licenciements pour faute grave/lourde, licenciements pour motif réel et sérieux (Sanctions pécuniaires (amendes) interdites. Toute demande de dédommagement doit être présentée en justice).

On ne peut pas cumuler successivement plusieurs sanctions pour une même faute. Une succession de fautes légères déjà sanctionnées peut déboucher lors d'une nouvelle faute à une sanction plus grave (licenciement).

2.6.14.5.La procédure de licenciement

Un employeur peut prononcer une exclusion du lieu de travail du licencié à titre conservatoire ou le dispenser de réaliser son préavis mais, dans les deux cas, le préavis doit être payé. La procédure exacte varie selon que le licenciement est individuel ou collectif (dans ce cas, selon le nombre de personnes licenciées), qu'il est économique ou pour faute. D'une manière générale, le salarié (ou ses représentants pour un licenciement collectif) doit être d'abord convoqué à un entretien par son patron où il défendra son point de vue. Ce n'est qu'au moins 24 heures après que le licenciement pourra être décidé et notifié. Le salarié convoqué peut se faire assister par un délégué du personnel ou, s'il n'y en a pas, par certaines autres personnes (recommandé si vous n'êtes pas juriste).

2.6.14.6. Accidents du travail et maladies professionnelles

Les préjudices subis sur sa santé par le salarié à l'occasion de son travail ou du trajet entre son domicile et son travail suivent un régime de protection sociale spécifique. L'ensemble des frais médicaux sont couverts par la sécurité sociale dans sa totalité. Les pensions d'invalidité seront également plus élevées

Il existe toute une large législation concernant la prévention des accidents du travail : obligation de mettre des barrières anti-chutes sur les chantiers, par exemple.

L'employeur paye des « Cotisations Accidents du Travail » qui dépendent de son secteur d'activité et d'un « bonus-malus » selon le nombre d'accidents survenus dans son entreprises.

Tout accident du travail doit faire l'objet d'une déclaration spécifique et être porté sur un registre tenu par l'employeur.

2.6.15. CDD, temps partiel et Intérim

Ces contrats de travail sont très particuliers. Leur qualification "CDD" (Contrat à durée déterminée), « Temps partiel » ou "Intérim" sont nécessairement écrites, sinon le contrat est réputé à durée indéterminée et temps plein (169h/mois en 1994).

On ne peut théoriquement avoir recours aux CDD et à l'intérim que pour des missions passagères. Ils sont interdits dans le cadre d'un remplacement de salariés grévistes. La durée maximale d'un CDD est de 2 ans, reconduction éventuelle obligatoirement unique comprise.

Le CDD ne peut être interrompu que pour faute du salarié, sinon l'employeur doit payer le salaire jusqu'au bout du CDD même s'il dispense le salarié de travail (Écrit => Preuve !!!).

En fin de CDD, s'il ne débouche pas sur un CDI, une prime de précarité est due (6% du salaire brut). Il existe des sanctions pénales pour « contrats illégaux » : 4000 à 20000 F d'amende (le double si récidive), 2 mois à 6 mois de prison si récidive. Les syndicats de salariés peuvent poursuivre en justice en lieu et place des salariés lésés.

2.6.16. Commerçants, gérants et PDG

Les commerçants sont des personnes physiques ou morales qui tirent l'essentiel de leurs revenus d'opérations de commerce. Sont aussi commerçants les associés de SNC. Les titulaires de professions libérales (avocats, médecins...) ne sont pas des commerçants mais sont néanmoins aussi des indépendants, non-salariés. Les dirigeants de SARL sont des gérants. Le gérant est nécessairement un associé.

Les dirigeants, toujours actionnaires, de SA sont de plusieurs types :

1) SA à conseil de surveillance et directoire : les dirigeants sont des Directeurs Généraux. Le Président du Directoire (ensemble des DG) prend parfois à tort le titre de PDG. Les membres du Conseil de Surveillance ne sont pas des dirigeants mais contrôlent que les intérêts des associés, assemblés annuellement ou plus souvent en Assemblée Générale, sont défendus.

2) SA à conseil d'administration : le dirigeant est le Président du Conseil d'Administration, le PDG, assisté éventuellement de Directeurs Généraux. DG et PDG sont membres du Conseil d'Administration. Les autres Administrateurs ne sont pas des dirigeants mais représentent les associés, assemblés annuellement ou plus souvent en Assemblée Générale.

La responsabilité des associés vis-à-vis des dettes de l'entreprise varie selon le statut de celle-ci : illimitée (SNC, Sociétés Civiles, Commerçants ou Titulaires de Profession Libérale

Indépendants...) ou limitée aux apports initiaux (SA, SARL, ...). Cette responsabilité ne tient pas compte des cautions apportées par un dirigeant à un tiers.

La différence majeure entre un mandataire social ou un fournisseur d'une part et un salarié d'autre part réside dans l'absence ou l'existence du lien de subordination.

2.6.17. Notions du fonctionnement des institutions politiques

L'Etat se décompose en une administration, simples organes d'exécution, et des instances politiques qui ont un plein pouvoir de décision. La France est une démocratie : ses instances politiques sont élues au suffrage universel, direct ou indirect, depuis 1848.

2.6.17.1. Pouvoirs Nationaux

Le Président de la République est élu directement lors d'un scrutin majoritaire à deux tours pour un mandat de 7 ans. Il nomme le Premier Ministre. Celui-ci désigne les membres du Gouvernement (Ministres, Secrétaire d'Etat). Le Premier Ministre détermine et conduit la politique de la Nation et ne peut être renversé que par l'Assemblée Nationale (vote d'une motion de censure).

Le Gouvernement édicte des décrets, les ministres des Arrêtés Ministériels. Les Arrêtés appartiennent au Droit Administratif.

Il nomme les Préfets et un grand nombre de Hauts-Fonctionnaires (dirigeants d'administrations civiles et militaires) ainsi que les dirigeants d'entreprises publiques.

L'Assemblée Nationale est élue directement pour un mandat de 5 ans. Elle est composée de députés élus chacun dans une circonscription au scrutin majoritaire à deux tours. Le Sénat, lui, est renouvelé par tiers et est élu indirectement. Les sénateurs sont élus pour un mandat de neuf ans. Sénat et Assemblée Nationale composent le Parlement, qui vote les lois (Principe de la Navette).

2.6.17.2. Pouvoirs départementaux et régionaux

Le Conseil Général (département) est élu sur un modèle proche de celui de l'Assemblée Nationale. Il est composé de Conseillers élus pour six ans, à raison d'un par canton (quelqu'en soit la population). Il gère le département. Son président est le chef de l'exécutif départemental.

Le Conseil Régional est élu au scrutin direct proportionnel de listes à un tour pour six ans. Il a un rôle similaire (mais moins important) au niveau régional.

2.6.17.3. Pouvoir local

Le Conseil Municipal est élu pour six ans. Dans les grandes villes, il s'agit d'un scrutin de listes bloquées (le votant ne peut pas changer les membres de la liste pour laquelle il vote) à deux tours. Si une liste obtient plus de la moitié des voix au premier tour, celui-ci sera le dernier. Dans le cas contraire, les listes ayant obtenu plus de 5% des voix peuvent fusionner pour se présenter au second tour, les listes ayant plus de 10% des voix peuvent s'y maintenir en l'état. Au dernier tour, la liste arrivée en tête obtient la moitié des sièges du Conseil Municipal, le solde étant réparti proportionnellement entre les listes.