DICAMER. *Quatre documents pour décider.*

Cas pédagogique fictif, dérivé d'un cas remanié. Données de l'année N ; aucune entreprise réelle n'est décrite. Les évolutions PESTEL et de marché sont des hypothèses du scénario.

01 · CONTEXTE MANAGÉRIAL

L'entreprise et ses moyens

DICAMER fabrique et distribue des articles de mercerie à **Wambrechies** : ciseaux, fermetures et accessoires de couture. Patrice Druelle a repris l'entreprise à Marie Callens. Ses clients sont des grossistes et des merceries.

12,2 M€	520 000 €	28
chiffre d'affaires · année N	résultat courant avant impôts · N	salariés

- **F1 —** Un atelier maîtrise des finitions techniques de qualité.
- **F2 —** Un réseau de merceries connaît et revend les produits.
- **F3 —** DICAMER ne dispose pas d'équipe numérique interne.
- **F4 —** L'entrepôt, encore partiellement manuel, ralentit la préparation des petites commandes.

Décision à préparer : choisir le cap des deux prochaines années. Une enveloppe pédagogique de **60 000 €** est réservée à un **test limité sur douze mois**, parmi cinq projets. Elle ne représente ni la trésorerie totale ni le coût d'un déploiement complet.

Trois commerciaux salariés et douze agents indépendants suivent les clients. Les agents sont la force de vente ; les merceries sont les revendeurs.

02 · PESTEL

Les évolutions extérieures

Six hypothèses de scénario pour DICAMER. Les effets sont explicités pour ce cas.

Dimension	Fait du scénario	Effet sur DICAMER
Politique	P1. Un programme local ouvre une aide aux tests de réparation textile.	Opportunité Faciliter un test, si DICAMER est éligible.
Économique	P2. Le coût du transport de ses importations augmente.	Menace Réduire la marge si les prix restent identiques.
Socioculturelle	P3. Les clients des merceries demandent davantage de conseils pour réparer leurs vêtements.	Opportunité Vendre des kits et du conseil adaptés.
Technologique	P4. Des solutions de commande en ligne deviennent accessibles aux petites entreprises.	Opportunité Faciliter les commandes des partenaires.
Écologique	P5. Un aléa climatique perturbe la route d'un fournisseur asiatique.	Menace Allonger les délais de livraison.
Légale	P6. Dans le scénario, une nouvelle exigence de traçabilité impose de compléter les fiches produits.	Menace Consommer du temps et un budget de conformité.

P1 n'est pas une aide déjà obtenue. P6 est une hypothèse pédagogique, pas l'annonce d'une réglementation réelle.

03 · SWOT

Les quatre cases du diagnostic

Le SWOT synthétise les faits des autres fiches. Il ne crée pas de nouvelles informations.

Forces · interne +

F1. Finitions techniques maîtrisées.
F2. Réseau de merceries déjà installé.

Faiblesses · interne −

F3. Pas d'équipe numérique interne.
F4. Préparation des petites commandes lente.

Opportunités · externe +

P3. Demande de réparation et de conseil.
P4. Solutions de commande en ligne accessibles.

Menaces · externe −

P2. Transport des importations plus coûteux.
M1. Pression sur les prix des produits standards.

Un croisement utile : F1 + P3 permettent d'envisager des kits techniques de réparation. Il reste à tester la demande et à chiffrer les moyens.

04 · MICRO-ENVIRONNEMENT

Les acteurs et les rapports de force

Acteur / pression	Fait du scénario	Enjeu
Concurrents	M1. Des vendeurs en ligne proposent des accessoires standards moins chers.	Justifier la différence ou subir la pression sur les prix.
Fournisseurs	M2. Certaines références importées n'ont pas encore de fournisseur de remplacement.	Prévoir une solution de secours.
Clients et distributeurs	M3. Les merceries apportent proximité et conseil. Les grandes enseignes demandent des remises et des volumes réguliers.	Comparer débouchés, marge et dépendance.
Substituts	M4. Faire réparer un vêtement par un professionnel ou le remplacer évite d'acheter soi-même un kit.	Expliquer l'intérêt de la réparation à faire soi-même.
Nouveaux entrants	M5. Un vendeur peut ouvrir une boutique en ligne ; construire une réputation technique et un réseau fiable prend du temps.	La confiance et le savoir-faire constituent des barrières à l'entrée.

Le même mercier est un client de DICAMER et un distributeur auprès du consommateur final.