BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

ÉPREUVE D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

SESSION 2024

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION

Management, sciences de gestion et numérique

Durée de l'épreuve : **4 heures**
Coefficient **: 16**

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 15 pages numérotées de 1/15 à 15/15.

Notation	20 points

Liste des dossiers **Barème indicatif sur 100**

Dossier 1 – Les choix de l'entreprise pour faire face à son environnement	32 points
Dossier 2 – L'analyse de la performance d'OPC	28 points
Dossier 3 – La démarche RSE mise en place par OPC	40 points

Liste des documents à exploiter :

Document 1 – OPC, la griffe d'une glisse écolo chic

Document 2 – En Mode Climat : changer les lois pour que le secteur de la mode réduise son impact

Document 3 – Les pays de plus en plus soucieux de la cause environnementale

Document 4 – Le *Made in France* désormais bien ancré dans les habitudes des Français

Document 5 – Le marché du textile *outdoor*

Document 6 – Extraits du site web d'OPC

Document 7 – Dialogue avec l'agent conversationnel d'OPC

Document 8 – bilan fonctionnel 2022 de l'entreprise OPC

Document 9 – Équilibre financier de l'entreprise en 2021

Document 10 – Données financières de l'entreprise OPC

Document 11 – Les pionniers du « durable »

Document 12 – Le témoignage d'un salarié

Document 13 – Le nouveau siège social d'OPC

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

OPC

L'entreprise OPC a été fondée par Jérémy ROCHETTE, Julien DURANT et Vincent ANDRÉ, trois amis passionnés de sport de glisse et soucieux de l'environnement. En 2008, ils créent une ligne de vêtements techniques pour les amateurs de sports *outdoor*[1], tout en développant une marque engagée, éco-conçue et inscrite dans une démarche de développement durable.

Dès le départ, ils ont fait le choix d'utiliser des matériaux écologiques pour leurs vêtements. Ils ont opté pour des tissus recyclés à partir de bouteilles en plastique, de fibres de polyester recyclées et de coton biologique. OPC base son concept sur des valeurs fortes : une conception produit la plus respectueuse possible de l'environnement ; des créations originales remarquées pour leurs *designs* colorés et appréciées pour leur qualité ; des prix de vente contrôlés pour que leurs produits représentent une alternative réaliste aux produits conçus de manière conventionnelle. Ils ont collaboré avec des designers spécialisés dans les sports *outdoor* pour créer des collections à la fois techniques et tendances. Au fil des années, l'entreprise a étendu sa gamme de produits pour inclure des vestes, des pantalons, des sweat-shirts, des t-shirts et même des accessoires tels que des casquettes et des sacs à dos.

Attachés à leur histoire, les trois dirigeants ont pris la décision d'installer leurs deux locaux, l'un au pied des volcans du Puy-de-Dôme et l'autre au pied des montagnes de Haute-Savoie. Ils distribuent leurs articles au travers 1 700 points de vente multimarques dans le monde et 12 franchises en nom propre en France.

OPC est reconnue comme l'une des marques leaders dans le domaine des vêtements techniques et éco-responsables. Implantée dans dix pays, la marque a su se développer au-delà des frontières tricolores. Elle poursuit sa croissance en maintenant sa politique d'innovation en matière de durabilité et de performance.

Comment l'entreprise OPC peut-elle maintenir une croissance durable tout en préservant ses valeurs écoresponsables ?

Afin d'analyser cette situation, il vous est demandé d'étudier :

Dossier 1 – Les choix de l'entreprise pour faire face à son environnement

Dossier 2 – L'analyse de la performance d'OPC

Dossier 3 – La démarche RSE mise en place par OPC

[1] Sports d'extérieur.

Dossier 1 – Les choix de l'entreprise pour faire face à son environnement

Documents à exploiter :

Document 1 – OPC, la griffe d'une glisse écolo chic
Document 2 – En Mode Climat : changer les lois pour que le secteur de la mode réduise son impact
Document 3 – Les pays de plus en plus soucieux de la cause environnementale
Document 4 – Le *Made in France* désormais bien ancré dans les habitudes des Français
Document 5 – Le marché du textile *outdoor*
Document 6 – Extraits du site web d'OPC
Document 7 – Dialogue avec l'agent conversationnel d'OPC

OPC évolue sur le marché de l'industrie textile et des vêtements techniques pour les sports *outdoor*. Ce marché se distingue par une demande croissante en matière de produits éco-responsables et une concurrence intense. Les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact environnemental de leurs achats et cherchent des alternatives durables.

Afin d'évoluer et de se développer dans cet environnement concurrentiel, les dirigeants s'interrogent sur les choix effectués.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
1.1	Réaliser le diagnostic stratégique externe de l'entreprise OPC.
1.2	Montrer que les innovations développées par OPC favorisent sa stratégie de différenciation.
1.3	Montrer que les outils numériques utilisés par OPC contribuent à une relation client satisfaisante.
1.4	Expliquer en quoi un élément de la chaîne de valeur n'est pas en cohérence avec les nouveaux de mode de consommation.

Dossier 2 – L'analyse de la performance d'OPC

Documents à exploiter :

Document 8 – Bilan fonctionnel 2022 de l'entreprise OPC
Document 9 – Équilibre financier de l'entreprise en 2021
Document 10 – Données financières de l'entreprise OPC

L'entreprise OPC a choisi de développer des produits éco-responsables sur un marché fortement concurrentiel. Pour assurer son développement, l'entreprise recrute près de 10 salariés par an.
Les produits d'OPC sont vendus à des prix proches de ceux de ses concurrents malgré des charges plus élevées.

Les dirigeants souhaitent étudier la performance financière de leur entreprise.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
2.1	Calculer l'évolution du résultat d'exploitation d'OPC entre 2021 et 2022.
2.2	Commenter ce résultat.

Le dirigeant s'interroge également sur le niveau de sa trésorerie et de son besoin en fonds de roulement.

2.3	Calculer, pour 2022, le fonds de roulement net global (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR) et la trésorerie de l'entreprise OPC, puis analyser l'équilibre financier et son évolution.
2.4	Proposer des solutions pertinentes à l'entreprise pour financer son cycle d'exploitation.

Dossier 3 – La démarche RSE mise en place par OPC

Documents à exploiter :

Document 1 – OPC, la griffe d'une glisse écolo chic
Document 2 – En Mode Climat : changer les lois pour que le secteur de la mode réduise son impact
Document 11 – Les pionniers du « durable »
Document 12 – Le témoignage d'un salarié
Document 13 – Le nouveau siège social d'OPC

Depuis la création, les dirigeants d'OPC ont à cœur de placer la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) au centre de la culture d'entreprise. Pour ce faire, une personne est entièrement dédiée à la RSE et travaille en étroite collaboration avec la responsable des ressources humaines et la direction. De plus, ils impliquent leurs salariés dans la démarche RSE de l'entreprise, ce qui renforce la qualité de vie au travail et contribue à la performance de l'organisation.

Les dirigeants souhaitent s'assurer que leur gestion des ressources humaines est cohérente au regard de la démarche RSE de l'entreprise.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
3.1	Relever les composantes de la démarche RSE de l'entreprise OPC.
3.2	Repérer et justifier le style de direction des dirigeants de l'entreprise OPC.
3.3	Montrer que l'entreprise OPC a mis en place des dispositions favorisant la motivation de ses salariés.
3.4	En une quinzaine de lignes, à partir de vos connaissances et d'exemples d'organisations dont celui de l'entreprise OPC, montrer que la mise en place d'une démarche RSE peut influencer la performance globale d'une entreprise.

Document 1 – OPC, la griffe d'une glisse écolo chic

OPC, c'est aujourd'hui 1 300 références pour l'hiver, 900 pour l'été, une présence affirmée dans une cinquantaine de pays à travers 1 700 points de vente dans le monde et douze franchises en nom propre en France, dont un magasin pilote appartenant à OPC à Clermont-Ferrand, berceau de la marque. L'entreprise y a installé son siège social, tandis que la création, le *showroom*[2], la communication et le service commercial sont réunis à Annecy.

OPC, c'est aussi un chiffre d'affaires qui avoisine les 28 millions d'euros, et un effectif total de 68 collaborateurs, qui augmente à raison d'une dizaine d'embauches par an, en moyenne. Sa croissance est telle que les dirigeants se contraignent à la limiter autour de 15-20 %. L'entreprise préfère privilégier une croissance progressive en ayant des appuis solides. Elle se concentre sur des innovations écologiques et sur l'idée de fédérer les grandes marques autour d'un projet commun durable.

Ce projet commun se traduit par son implication dans la Fair Wear Foundation[3], qui œuvre à rendre la filière textile plus transparente. « Il s'agit de donner au grand public l'accès total à l'information sur les matières, les techniques, les usines, pour qu'il prenne sa décision en conscience, mais aussi de mettre nos innovations à disposition des acteurs du secteur, dans un esprit de partage et de coopération. Si l'on veut faire avancer la cause écologique, ça ne rime à rien de déposer son petit brevet et de faire les choses dans son coin. L'impact environnemental ne vaut que s'il y a du volume et des économies d'échelles possibles. »

L'écologie se conjugue au pluriel chez OPC, avec du bio, du recyclé et du biosourcé[4]. Après le polyester recyclé, le coton ou la laine bio, OPC a enrichi son offre en développant des matières inédites comme le NaturalPrene et l'EicoPrene, des alternatives au néoprène[5]. Le NaturalPrene est fabriqué à base d'hévéa. L'EicoPrene est une mousse élaborée grâce à un mélange de calcaire (70 %) et du recyclage de pneus (30 %) qui prend la forme et les caractéristiques techniques du néoprène conventionnel. Ces deux matières ont l'avantage de ne pas être dérivées du pétrole, contrairement au néoprène.

Les prix de vente sont par ailleurs contrôlés. Pour démocratiser un mode de consommation et en faire une norme, il faut s'aligner en termes de prix public sur ce qui est déjà perçu comme étant « la norme ».

[2] Salle d'exposition.
[3] Fondation internationale qui s'est donné pour mission de travailler sur l'amélioration des conditions de travail dans l'industrie textile.
[4] Produit conçu à partir de matières premières issues du vivant (végétal ou animal).
[5] Matériau synthétique utilisé pour la fabrication d'équipements de sports nautiques (ex : combinaison).

Au lancement de la marque, la stratégie de distribution fut de travailler avec des magasins indépendants pour se retrouver au côté de ses concurrents et être perçue comme une alternative crédible aux grandes marques de la glisse. La culture et l'histoire des sports de glisse (ski, snowboard, surf, skate) sont directement liées aux magasins physiques, véritables liens entre les marques et les consommateurs finaux. Ces magasins sont depuis longtemps ancrés dans le paysage économique local et concentrent de nombreux emplois en France et à l'étranger. Ils entretiennent la proximité avec le consommateur grâce à leurs conseils et à leur participation à la vie locale.

Pour tenir ses engagements tout en conservant un prix de vente raisonnable au regard de la concurrence, OPC a fait le choix de produire à l'étranger, notamment en Turquie et en Chine dans deux usines socialement irréprochables. Celles-ci sont des partenaires historiques depuis la création de la marque en 2008 et assurent 84 % du volume total de production de l'entreprise.

Le coût du travail étant moins élevé dans ces pays, l'entreprise parvient à acheter un produit fini à un fournisseur, le vendre à un magasin, qui ensuite le revend à un prix aligné sur la concurrence.

Ce choix entraîne de nombreuses interrogations de la part de leurs clients : « À quand le *Made in France* pour vos produits ? Vous vous prétendez "éco", mais pourquoi fabriquez-vous à l'autre bout du monde ? ».

Source : d'après lesechos.fr, 05/01/2021 et site web de l'entreprise

Document 2 – En Mode Climat : changer les lois pour que le secteur de la mode réduise son impact

En Mode Climat est une association française rassemblant plus de 600 acteurs économiques du textile et de la mode. OPC en est un membre actif depuis plusieurs mois.

Pour l'association, il est vain de compter sur les changements de comportement spontanés des entreprises pour que le secteur du textile et de la mode réduise significativement ses émissions de CO2, parce qu'elles n'auraient pas d'intérêt économique à le faire. Il faut donc une législation contraignante qui les oblige à adopter un modèle de production plus raisonnée.

L'association utilise son pouvoir d'influence pour demander des lois qui luttent contre la catastrophe climatique, qui servent le bien commun et non les intérêts économiques du secteur.

Source : d'après enmodeclimat.fr et site web de l'entreprise

Document 3 – Les pays de plus en plus soucieux de la cause environnementale

La consommation de textile est la quatrième principale source d'impact sur l'environnement au sein de l'Union Européenne (après l'alimentation, le logement et les transports). Le secteur textile est aussi le troisième en termes de consommation d'eau et d'utilisation des sols et le cinquième en termes de consommation de matières premières primaires. Par ailleurs, les Européens jettent en moyenne 11 kilogrammes de matières textiles chaque année.

Les gouvernements de chaque pays et l'Union Européenne sont de plus en plus conscients des problématiques environnementales. Ils cherchent ainsi à mettre en œuvre des politiques qui incitent les entreprises à faire évoluer leurs pratiques.

Ainsi, afin de favoriser la transparence vis-à-vis des consommateurs, l'État français met en place des réglementations plus strictes. La loi Climat et résilience prévoit l'entrée en vigueur le 1er janvier 2024 d'une étiquette environnementale – le futur « affichage environnemental » ou « éco-score » – dans le secteur de l'habillement. L'affichage environnemental apportera dès 2024 une information simple sur l'impact environnemental des vêtements. Il permettra aux consommateurs de devenir des consom'acteurs.

Source : d'après les données issues des sites vie-publique.fr et ecologie.gouv.fr

Document 4 – Le *Made in France* désormais bien ancré dans les habitudes des Français

Malgré quelques réserves persistantes sur le prix, les consommateurs français semblent revoir leurs priorités en matière de mode et se tourner progressivement vers un dressing *Made in France*. […]

C'est ce que révèle une nouvelle étude réalisée par OpinionWay. […] Les Français semblent en tout cas de plus en plus informés et sensibilisés aux enjeux du *Made in France*. Plus de six consommateurs sur dix (61 %) affirment inclure ou avoir déjà inclus des articles *Made in France* dans leurs achats mode au cours des 12 derniers mois, et plus de la moitié (58 %) déclarent même qu'il s'agit aujourd'hui d'un critère prioritaire de leurs actes d'achats.

Près des trois quarts des personnes interrogées (74 %) expriment une confiance sans faille pour le *Made in France* qu'ils voient comme un gage d'éthique et d'éco-responsabilité. Le chiffre grimpe à 82% pour la part des Français qui considèrent que les collections et les marques Made in France sont par extension synonymes de qualité. Seul bémol mis en avant par les sondés : le prix. Plus d'un consommateur sur deux (52%) estime qu'il s'agit d'un point à améliorer en matière de mode.

Source : ladepeche.fr, 15/03/2022

Document 5 – Le marché du textile *outdoor*

L'appétence pour les activités *outdoor*, qui englobent les sports en contact avec la nature et incluent pêle-mêle la marche, le vélo, l'alpinisme, le kitesurf ou encore le parapente, ne fait que se confirmer depuis le début de la pandémie. Privés de liberté de mouvement pendant un long moment, les néophytes[6] ont été nombreux à vouloir retrouver les grands espaces dans les montagnes, les mers ou les forêts. L'European Outdoor Group, qui représente les industries du secteur, a ainsi mesuré un taux de croissance à deux chiffres en 2021, avec une valeur des marques européennes en augmentation de 18,7%.

Les amoureux de la nature sont 87 % à considérer comme important l'aspect du développement durable au cours de leurs achats de matériel, selon le dernier rapport Deloitte & Outdoor by ISPO. Ils doivent pourtant faire face à un paradoxe : leurs matériels et vêtements de haute technicité contiennent beaucoup de plastiques et autres produits toxiques pour la nature, comme le révélait en 2016 un rapport de Greenpeace.

Source : lesechos.fr, 11/07/2022

Document 6 – Extraits du site web d'OPC

OPC dispose d'un site web marchand qui facilite la relation client en proposant des fonctionnalités diverses.



Le formulaire de contact permet aux internautes de communiquer avec OPC en cas de besoin d'aide ou de conseil.

Le formulaire SAV permet aux clients de contacter le service après-vente concernant une commande

Pour interagir avec les internautes, le site web propose un agent conversationnel.[7]

Source : *site web de l'entreprise*

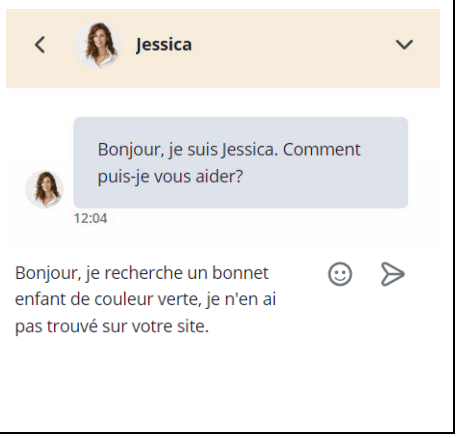
[6] Débutants.

[7] Un agent conversationnel ou *chatbot* est un programme informatique qui simule et traite une conversation humaine permettant aux humains d'interagir avec des terminaux digitaux comme s'ils communiquaient avec une personne réelle.

Document 7 – Dialogue avec l'agent conversationnel d'OPC

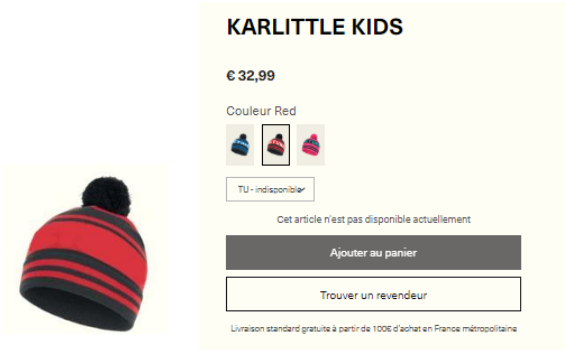
OPC propose aux internautes un agent conversationnel sur leur site web qui fonctionne grâce à l'outil Userlike.

Dialogue avec l'agent conversationnel disponible sur le site web – octobre 2023



Réponse automatique apportée par l'agent conversationnel

L'agent conversationnel pour répondre à cette demande renvoie vers une page du site web proposant des bonnets enfants rouge, rose et bleu.



Suite du dialogue avec l'agent conversationnel



L'agent conversationnel renvoie un lien vers des bonnets verts mais en modèle adulte.

L'agent conversationnel renvoie vers la même page que précédemment car OPC ne propose pas dans son offre commerciale de bonnet vert enfant.

Source : *site web de l'entreprise*

Document 8 – Bilan fonctionnel 2022 de l'entreprise OPC

Emplois		Ressources	
Emplois stables		**Ressources stables**	
Immobilisations brutes	4 510 000	Capitaux propres	5 540 000
		Emprunts	5 180 000
Total emplois stables	***4 510 000***	***Total ressources stables***	***10 720 000***
Actif circulant		**Passif circulant**	
Stocks matières premières	2 430 000	Dettes fournisseurs	1 630 000
Créances	6 480 000	Autres dettes	2 400 000
Total actif circulant	***8 910 000***	***Total passif circulant***	***4 030 000***
Trésorerie active		**Trésorerie passive**	
Disponibilités	1 330 000	Concours bancaires courants	-
Total trésorerie active	***1 330 000***	***Total trésorerie passive***	***-***
Total	**14 750 000**	**Total**	**14 750 000**

Source : Données adaptées pour les besoins du sujet d'après les comptes sociaux 2022

Document 9 – Équilibre financier de l'entreprise en 2021

Fonds de roulement net global	8 530 000
Besoin en fonds de roulement	3 900 000
Trésorerie	4 630 000

Source : Données adaptées pour les besoins du sujet d'après les comptes sociaux 2021

Document 10 – Données financières de l'entreprise OPC

	2021	2022	Évolution 2021/2022
Chiffre d'affaires	27 520 000	27 890 000	1,34 %
Consommations intermédiaires	23 640 000	23 938 000	1,26 %
Salaires bruts	1 890 000	2 420 000	28,04 %
Charges sociales patronales	700 000	840 000	20,00 %
Impôts, taxes	70 000	110 000	57,14 %
Total charges d'exploitation	26 300 000	27 308 000	3,83 %
Résultats d'exploitation	1 220 000	582 000	À CALCULER

Source : Données adaptées pour les besoins du sujet d'après les comptes sociaux 2022

Document 11 – Les pionniers du « durable »

L'entreprise OPC s'est engagée à redéfinir les normes de l'industrie vestimentaire en adoptant des pratiques durables à tous les niveaux de son activité.

La transparence est une valeur fondamentale pour les dirigeants de l'entreprise, qui communiquent ouvertement sur les matériaux utilisés, les processus de fabrication et les certifications environnementales de ses produits. Par exemple, en 2019, OPC a obtenu la certification B CORP, plus haute distinction pour les entreprises engagées qui placent les aspects environnementaux et sociaux comme primordiaux dans leurs activités. Cette transparence permet également aux consommateurs d'être informés et de faire des choix éclairés en faveur de produits respectueux de l'environnement.

Dans sa chaîne d'approvisionnement, OPC favorise des partenariats avec des fournisseurs partageant les mêmes valeurs. Ainsi, des contrôles sont régulièrement effectués pour garantir que les normes éthiques et environnementales sont respectées. En tant que membre de la Fair Wear Foundation, l'entreprise veille à ce que les normes fondamentales du travail soient respectées au sein des usines et milite en faveur de l'amélioration des conditions de travail.

L'impact climatique est une préoccupation majeure pour OPC. L'entreprise s'engage à réduire ses émissions de gaz à effet de serre et à promouvoir l'efficacité énergétique. Elle compense également les émissions inévitables en soutenant des projets de reforestation. Au-delà de son activité, OPC s'implique dans les communautés locales en soutenant des projets de sensibilisation et de préservation de l'environnement. Son objectif est d'avoir un impact positif sur les communautés touchées par son activité.

Le recyclage est également au cœur des préoccupations d'OPC. L'entreprise l'encourage en mettant en place des programmes de collecte. Elle cherche aussi à prolonger la durée de vie des vêtements et à réduire les déchets.

OPC ne travaille pas seule dans son engagement en faveur de la durabilité. En effet, elle collabore avec d'autres acteurs de l'industrie, des organisations non gouvernementales et des organismes environnementaux pour partager les meilleures pratiques et promouvoir des normes plus durables.

Source : d'après les données issues du site web de l'entreprise

Document 12 – Le témoignage d'un salarié

« Travailler chez OPC, c'est prendre part à une mission et un engagement environnemental. Tous les salariés de l'entreprise sont fiers de faire partie de ce projet, car cela donne du sens à leur activité.

Bien sûr, comme dans toutes les entreprises en forte croissance, l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle est parfois difficile à atteindre, mais nous bénéficions d'un environnement de travail agréable, il y a une forte cohésion d'équipe, tout le monde se tutoie et s'appelle par son prénom. D'ailleurs, nous avons l'habitude de passer de bons moments ensemble en dehors du travail. Ce n'est pas pour rien que l'une des valeurs de l'entreprise est le bien-être !

Les dirigeants ont des personnalités différentes, mais ils sont ouverts et à l'écoute de nos idées. Ils valorisent nos opinions et nous encouragent à travailler en équipe, ce qui accroît notre créativité. Nous disposons d'une grande autonomie dans notre travail, même si les dirigeants gardent le dernier mot sur les créations.

Nous sommes constamment en quête de nouvelles solutions pour améliorer nos pratiques écoresponsables. D'ailleurs, tous les six mois, les dirigeants organisent la OPC Mobility Cup, il s'agit d'un challenge qui nous incite à utiliser les modes de transport bas carbone. Chaque année, nous pouvons également profiter du OPC Social Program afin de partir en mission humanitaire ou environnementale.

Enfin, l'entreprise propose des programmes de coaching et de formation pour notre développement personnel et professionnel. J'ai eu la chance de participer à des formations qui m'ont permis d'acquérir de nouvelles compétences et d'évoluer dans mon poste. D'une manière générale, tous les nouveaux salariés bénéficient d'une formation au développement durable. »

Sources : Retranscription de la vidéo des 10 ans d'OPC
et témoignages de salariés sur indeed.com, 2018

Document 13 – Le nouveau siège social d'OPC

[…] En plus d'être responsable sur le plan environnemental, le nouveau siège social d'OPC, situé à Cebazat, au nord de Clermont-Ferrand, mène également sa petite révolution sur le plan social. Les manières de travailler ont été complètement repensées. Chaque collaborateur a son espace personnel, mais il est invité à ne pas s'y enraciner. Les postes sont mobiles (ordinateurs portables, casques Bluetooth, etc) et l'ergonomie du lieu est optimale.

Finies les journées passées de 9 heures à 17 heures derrière un triste bureau. Chez OPC, on peut travailler n'importe où, y compris en terrasse. On peut prendre une pause quand on veut du moment que le travail est fait. Adieu aussi le traditionnel bureau du patron. Une salle de réunion est prévue pour que Jérémy, Julien et Vincent, les dirigeants, puissent s'isoler si besoin, mais ils passent la plupart de leurs journées de travail avec leurs collaborateurs.

En plus de ces méthodes de travail novatrices, la trentaine de salariés du site clermontois profite également de nombreux aménagements qui font du siège de la marque un véritable lieu de vie. Ainsi entre deux mails, on peut aller travailler son kickflip[8] sur le skatepark privé, semer des radis dans le jardin partagé, travailler un solo d'Hendrix en salle de musique ou tout simplement se balancer sur une des balançoires de la terrasse. De quoi donner envie de postuler !

Prochaine étape pour OPC, appliquer les mêmes standards pour les locaux d'Annecy, où travaillent 45 % des salariés.

Source : glisshop.info

8 Figure de skate.